

CASE STUDY FOR SALES FUNNEL

1. நிறுவனம் அறிமுகம்:

XYZ என்பது export நிறுவனம் முன்னணி துணி மற்றும் ஆடை உற்பத்தி நிறுவனம்.

- ஜீன்ஸ், சட்டை, மற்றும் ரெடிமேட் ஆடைகள் விற்பனையும் செய்யும் நிறுவனம்.
- B2B (Business to Business) மற்றும் B2C (Business to Customer) என இரு வகை வாடிக்கையாளர்களும் உள்ளனர்.

Sales Funnel – படிநிலை:

(A) Awareness – அறிமுகம்

- International Textile Fairs, Exhibitions, மற்றும் Digital Marketing மூலம் வாடிக்கையாளர்களை அடைகிறது.
- Wholesale Buyers (Retail Shops) க்கு நேரடி Promotion, Catalogues அனுப்புகிறது.

(B) Interest – ஆர்வம்

- வாடிக்கையாளர்கள் மாதிரித் துணிகளை (Samples) கேட்டு ஆர்வம் காட்டுகிறார்கள்.
- ஆன்லைன் Website மற்றும் Showroom-களில் Collections Display செய்கிறது.

(C) Consideration – சிந்தனை

- வாடிக்கையாளர்கள் தரம், விலை, போட்டியாளர்களுடன் ஒப்பீடு செய்கிறார்கள்.
- Fabric Testing Reports, Bulk Order Discounts மூலம் நம்பிக்கை ஏற்படுகிறது.

(D) Intent – வாங்கும் நோக்கம்

- Buyers → Order Quotation கேட்கிறார்கள்.
- Company → Flexible Credit Period மற்றும் Delivery Commitment கொடுக்கிறது.

(E) Purchase – வாங்குதல்

- Wholesale Buyer → Bulk Order Confirm செய்கிறார்.
- Direct Customers → Online Portal / Stores-இல் ஆடைகள் வாங்குகிறார்கள்.

(F) Loyalty – நம்பிக்கை / மீண்டும் வாங்குதல்

- நல்ல தரம் மற்றும் நேர்மையான Supply Chain மூலம் Buyers மீண்டும் Order செய்கிறார்கள்.
- “Loyalty Programs / Seasonal Discounts” மூலம் Retail Customers மீண்டும் வாங்குகிறார்கள்.

3. சிக்கல்கள் & கொடுக்கப்பட்ட தீர்வுகள்:

- சிக்கல் 1: New Buyers Awareness குறைவு
 - தீர்வு: International Marketing Campaigns + Digital Ads
- சிக்கல் 2: Price Competition அதிகம்
 - தீர்வு: Value Addition (Organic Cotton, Branded Fabrics)
- சிக்கல் 3: Order Drop (Cart Abandonment in Online Store)
 - தீர்வு: Discounts + Free Shipping + Reminder Emails

4. பயன் (Results)

- 20% புதிய Buyers ஆன்லைன் Inquiry மூலம் வந்தனர்.
- 15% Repeat Purchase Wholesale Buyers-இல் அதிகரித்தது.
- Online Store Sales → 30% அதிகரித்தது.

முடிவுரை:

Textile நிறுவனங்கள் Sales Funnel-ஐ துல்லியமாகப் பயன்படுத்த

முடிந்ததால், புதிய வாடிக்கையாளர்களை பெற்றதோடு மட்டுமல்லாமல், பழைய வாடிக்கையாளர்களையும் நீண்ட காலத்திற்கு தக்க வைத்துக் கொள்ள

முடிந்தது, நிறுவனமும் விற்பனை மற்றும் லாபம் இரண்டையும் நிலைத்த முறையில் அதிகரிக்க செய்தது.

CASE STUDY FOR SALES FUNNEL

Introduction:

XYZ Company is a leading export and apparel manufacturing company.

- **The company sells jeans, shirts, and readymade also.**
- **There are two types of customers: B2B (Business to Business) and B2C (Business to Customer).**

Sales Funnel – Hierarchy:

(A) Awareness

- **Reaches customers through International Textile Fairs, Exhibitions, and Digital Marketing.**
- **Sends direct promotions, catalogues to wholesale buyers (retail shops).**

(B) Interest

- **Customers show interest by asking for samples.**
- **Displays collections on online websites and showrooms.**

(C) Consideration

- **Customers compare quality, price, and competitors.**
- **Fabric Testing Reports, Bulk Order Discounts build trust.**

(D) Intent

- **Buyers → Request Order Quotation.**
- **Company → Provides Flexible Credit Period and Delivery Commitment.**

(E) Purchase

- **Wholesale Buyer → Confirms Bulk Order.**
- **Direct Customers → Buy clothes in Online Portal / Stores.**

(F) Loyalty – Trust / Repeat Purchase

- **Buyers order again due to good quality and honest Supply Chain.**
- **Retail Customers buy again due to “Loyalty Programs / Seasonal Discounts”.**

3. Problems & Solutions Given:

- **Problem 1: Low New Buyers Awareness**

Solution: International Marketing Campaigns + Digital Ads

- **Problem 2: High Price Competition**

Solution: Value Addition (Organic Cotton, Branded Fabrics)

- **Problem 3: Order Drop (Cart Abandonment in Online Store)**

Solution: Discounts + Free Shipping + Reminder Emails

4. Benefits (Results)

- **20% New Buyers came through Online Inquiry.**
- **15% Repeat Purchase increased in Wholesale Buyers.**
- **Online Store Sales → 30% increased.**

Conclusion:

Textile companies were able to use Sales Funnel accurately, not only gaining new customers but also retaining old ones for a long time, and the company also increased both sales and profits in a sustainable manner.