

Total No. of Questions : 6]

SEAT No. :

PA-2895

[Total No. of Pages : 4

[5956]-218

M.Com. (Part - I) (Semester - II)

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT & RETAILING (217)

Advance Marketing (Special Paper - III)

(Group - H) (2019 Pattern) (CBCS) (Regular)

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 60

Instructions to the candidates:

- 1) Question No. 1 and question No. 6 are compulsory.
- 2) Solve any three questions from question No. 2 to 5.
- 3) Figures to the right indicate full marks.

Q1) Fill in the blanks by selecting suitable choice : (Any six)

[6]

- i) CRM technology can help in _____.
 - a) Designing direct marketing efforts
 - b) Developing new pricing models
 - c) Processing transactions faster
 - d) All of the above
- ii) The marketing messages committed to customers wishes is a part of _____.
 - a) Permission marketing
 - b) Activity marketing
 - c) Supplier marketing
 - d) None of the above
- iii) _____ is the Role of IT in CRM.
 - a) The internet
 - b) Computer Telephony Integration
 - c) Data warehouse
 - d) All of the above
- iv) Building and sustaining long term business with customer is the aim of _____.
 - a) Electronic Customer Relationship Management
 - b) CRM
 - c) Customer acquisition
 - d) Customer management

P.T.O.

- v) Different component of customer profitability are _____.
- Retention, Expansion and Acquisition
 - Acquisition, Retention & Expansion
 - Retention and Acquisition
 - Expansion & Retention
- vi) _____ key players and their requirements in CRM.
- Customer Representative's Perspective
 - System Administrator Perspective
 - Customer Perspective
 - All of the above
- vii) _____ Factors are affecting Employee's Performance.
- Overwork
 - Environment creation
 - Relationship Building
 - None of the above
- viii) Importance of customer perception is _____.
- Consideration
 - Branding
 - Marketing
 - All of the above

Q2) What is 'CRM'? Explain the Reasons of customer Switching and Strategies for Retention. **[14]**

Q3) Explain the eCRM in Business and Important CRM softwares. **[14]**

Q4) What is 'Customer Lifetime Value'? Explain the components and calculation of CLV as well as measures to increase the CLV. **[14]**

Q5) What is 'Customer Satisfaction'? Explain the factors reasons for measurement and methods of measurement of customer satisfaction. **[14]**

Q6) Write short notes : (Any Two) **[12]**

- Factors responsible for the growth of CRM.
- Technologies of eCRM.
- Profitability Management.
- Customer Expectation and Customer perception.



Total No. of Questions : 6]

PA-2895

[5956]-218

M.Com. (Part - I) (Semester - II)

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT & RETAILING (217)

Advance Marketing (Special Paper - III)

(Group - H) (2019 Pattern) (CBCS) (Regular)

(मराठी रूपांतर)

वेळ : 3 तास]

[एकूण गुण : 60

- सूचना : 1) प्रश्न क्रं. 1 आणि प्रश्न क्र. 6 सोडविणे अनिवार्य आहे.
2) प्रश्न क्रं. 2 ते प्रश्न क्र. 5 मधील कोणतेही तीन प्रश्न सोडवा
3) उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.
4) संदर्भासाठी मुळ इंग्रजी प्रश्नपत्रिका पहावी.

प्रश्न 1) योग्य पर्याय निवडून रिकाम्या जागा भरा : (कोणत्याही सहा) [6]

- i) सी. आर. एम. तंत्रज्ञान यास मदत करू शकते.
अ) भेट विपणन प्रयत्नांची आखणी करणे
ब) नवीन किंमतीचे मॉडेल विकसित करणे
क) व्यवहारावर जळद प्रक्रिया करणे
ड) वरील सर्व
- ii) ग्राहकांच्या इच्छेनुसार वचनबद्ध विपणन संदेश हा एक भाग आहे.
अ) परवानगी विपणन ब) क्रियाकलाप विपणन
क) पुरवठादार विपणन ड) वरीलपैकी कोणतेही नाही
- iii) सी. आर. एम. मधील आय. टी. ची भूमिका आहे.
अ) इंटरनेट ब) संगणक दुरध्वनी एकत्रीकरण
क) माहितीचे कोठार ड) वरील सर्व
- iv) ग्राहकांशी दीर्घकालीन व्यवसाय बनविणे आणि टिकविणे हे चे उद्दिष्टे आहे.
अ) ई. ग्राहक संबंध व्यवस्थापन ब) ग्राहक संबंध व्यवस्थापन
क) ग्राहक संपादन ड) ग्राहक व्यवस्थापन
- v) ग्राहकांच्या फायद्याचे भिन्न घटक असतात.
अ) धारणा, विस्तार आणि संपादन ब) संपादन, धारणा आणि विस्तार
क) धारणा आणि संपादन ड) विस्तार आणि धारणा

- vi) हे की प्लेयर्स आणि सी. आर. एम मधील त्यांची आवश्यकता.
 अ) ग्राहक प्रतिनिधीचा दृष्टीकोन ब) प्रणाली प्रशासक दृष्टीकोन
 क) ग्राहक दृष्टीकोन ड) वरील सर्व
- vii) कर्मचाऱ्यांच्या कामगिरीवर परिणाम घटक करतात.
 अ) जास्त काम करणे ब) पर्यावरण निर्मिती
 क) संबंध निर्माण करणे ड) वरीलपैकी कोणतेही नाही
- viii) हे ग्राहकांच्या जाणीवेचे महत्व आहे.
 अ) प्रतिफल ब) ब्रँडिंग
 क) विपणन ड) वरील सर्व

प्रश्न 2) 'ग्राहक संबंध व्यवस्थापन' म्हणजे काय? ग्राहक बदलाची कारणे आणि ग्राहक धारणा व्यवस्थापनाची धोरणे स्पष्ट करा. [14]

प्रश्न 3) व्यवसायातील ई-ग्राहक संबंध व्यवस्थापन आणि ग्राहक संबंध व्यवस्थापनातील महत्वाची सॉफ्टवेअर स्पष्ट करा. [14]

प्रश्न 4) 'ग्राहक आजीवन मुल्य' म्हणजे काय? ग्राहक आजीवन मुल्याचे घटक आणि गणना तसेच ग्राहक आजीवन मुल्य वाढविण्याचे उपाय स्पष्ट करा. [14]

प्रश्न 5) 'ग्राहक समाधान' म्हणजे काय? ग्राहक समाधानाचे घटक, ग्राहक समाधानांचे मोजमाप करण्याची कारणे व पद्धती स्पष्ट करा. [14]

प्रश्न 6) थोडक्यात टिपा लिहा (कोणत्याही दोन) [12]
 अ) ग्राहक संबंध व्यवस्थापन वाढीस कारणीभूत ठरलेले घटक.
 ब) ग्राहक संबंध व्यवस्थापनामधील तंत्रज्ञान.
 क) ग्राहक नफा क्षमता.
 ड) ग्राहक अपेक्षा आणि ग्राहक आकलन.

