

## **Sixth Semester B.Com Degree Examination**

August / September - 2024

## **(CBCS-NEP-SCHEME)**

## COMMERCE

PAPER : NCF 0280 : (Elective) Customer Relationship Management

**Time: 2 Hours**

**Max. Marks : 60**

### Instruction to Students:

1. The students should legibly write Section number along with question numbers within the margin only.  
ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಯ ವಿಭಾಗ ಸಂಖ್ಯೆ ಹಾಗೂ ಪ್ರಶ್ನೆ ಸಂಖ್ಯೆಗಳನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಮಾರ್ಚಿಸಿ ಗೆರೆಯ ಒಳಗೆ ಬರೆಯಬೇಕು.
2. The answers without Section number and question numbers will not be valued.  
ವಿಭಾಗ ಸಂಖ್ಯೆ ಹಾಗೂ ಪ್ರಶ್ನೆ ಸಂಖ್ಯೆಗಳನ್ನು ನಮೂದಿಸದೇ ಇರುವ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ.
3. Section - I Multiple Choice Questions should be answered in the first page of main answer book and same questions shall not be answered repeatedly.  
ವಿಭಾಗ- Iರಲ್ಲಿನ ಬಹು ಆಯ್ದಿಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರವನ್ನು ಉತ್ತರ ಪತ್ರಿಕೆಯ ಮೊದಲ ಪುಟದಲ್ಲಿ ಬರೆಯಬೇಕು ಹಾಗೂ ಅದೇ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರವನ್ನು ಪುನರಾವರ್ತಿಸಬಾರದು.
4. Any identifications like marking, ticking, dots etc., in the options of MCQ Questions (Section-I) on the question paper is strictly prohibited. Do not write anything (except register number) on the question paper.  
ಪ್ರಶ್ನೆಪತ್ರಿಕೆಯಲ್ಲಿನ ವಿಭಾಗ- Iರಲ್ಲಿನ ಬಹು ಆಯ್ದಿಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ನೀಡಲಾದ ಆಯ್ದಿ ಉತ್ತರಗಳ (Options) ಮೇಲೆ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಗುರುತು ಸೂಚಕ ಚಿಹ್ನೆಗಳಾದ ವೃತ್ತಾಕ್ಷರಗಳನ್ನು ಉತ್ತರವನ್ನು ಕುಕ್ಕಿ ಇಡುವುದು, ಸರಿ ಗುರುತು ಮಾಡುವುದು (✓) ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಕಟ್ಟಿನಿಟಿಜ್ಞಾನಿ ನಿಬಂಧಿಸಲಾಗಿದೆ. ಪ್ರಶ್ನೆ ಪತ್ರಿಕೆಯ ಮೇಲೆ (ನೋಂದಣಿ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಹೋರಿಸಿ) ಬೇರೆ ಯಾವುದೇ ತರಹದ ಬರವಣಿಗಳನ್ನು ಮಾಡಬಾರದು.
5. Ordinary calculator may be used.  
ಸಾಮಾನ್ಯ ಕಾಲ್ಕುಲೇಟರ್ ನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು.

## **SECTION - I ବିଭାଗ - I**

ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎ ಎಂದರೆ -

- a) ಮಾರಾಟ ಬಲ ದೃಷ್ಟಿಕರಣ
- c) ಮಾರಾಟ ಬಲ ಲೆಕ್ಕೆ ಪರಿಶೋಧನೆ

- b) ಮಾರಾಟ ಬಲ ಲೆಕ್ಕೆ
- d) ಮಾರಾಟ ಬಲ ಸ್ವಯಂಚಲನೆ

I-3. Customer value is important for \_\_\_\_\_

- a) Customer
- c) Producer

- b) Customer and Producer
- d) None of the above

ಗ್ರಾಹಕ ಮೌಲ್ಯವು \_\_\_\_\_ ರಿಗೆ ಮುಖ್ಯವಾಗಿವೆ.

- a) ಗ್ರಾಹಕ
- c) ಉತ್ಪಾದಕ

- b) ಗ್ರಾಹಕ ಹಾಗೂ ಉತ್ಪಾದಕ
- d) ಯಾವುದೂ ಅಲ್ಲ

I-4. Customer Centricity is \_\_\_\_\_

- a) an Art
- c) a Science

- b) Arts and Science
- d) None of the above

ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರೀಯತೆಯು

- a) ಕಲೆ
- c) ವಿಜ್ಞಾನ

- b) ಕಲೆ ಹಾಗೂ ವಿಜ್ಞಾನ
- d) ಯಾವುದು ಅಲ್ಲ

I-5. SMART criteria is \_\_\_\_\_

- a) Sepecific - Measurable -Achievable-Relevant-Time bound
- b) Specific -Manageable-Achievable-Relevant-Time bound
- c) Smart-Measurement-Attainable-Related-Timely
- d) Specific-Measurement-Achievement-Related-Timely

ಜರುರತೆ (SMART) ಮಾನದಂಡ ಎಂದರೆ \_\_\_\_\_

- a) ನಿರ್ದಿಷ್ಟ-ಅಳೆಯವಂಥ-ಸಾಧಿಸಬಹುದಾದ-ಕಾಲಮಿತಿ
- b) ನಿರ್ದಿಷ್ಟ-ನಿರ್ವಹಿಸುವಂಥ-ಸಾಧಿಸಬಹುದಾದ ಕಾಲಮಿತಿ
- c) ಜರುರತೆ-ಅಳೆಯವಿಕೆ-ಸಾಧಿಸಬಹುದಾದ-ಸಂಬಂಧಿತ ಸಕಾಲಿಕ
- d) ನಿರ್ದಿಷ್ಟ-ಅಳೆಯವಿಕೆ-ಸಾಧಿಸುವಿಕೆ-ಸಂಬಂಧಿಸಿದ-ಸಕಾಲಿಕ

I-6. \_\_\_\_\_ are customer satisfaction measurement tools

- a) Free surveys library
- c) Role based access
- b) Customizable Dash boards
- d) All of the above

\_\_\_\_\_ ಗ್ರಾಹಕ ತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ಅಳೆಯವ ಸಾಧನಗಳಾಗಿವೆ.

- a) ಉಚಿತ ಸಮೀಕ್ಷೆ ಗ್ರಂಥಾಲಯ
- c) ಪಾತ್ರ ಆಧಾರಿತ ಪ್ರವೇಶ
- b) ಗ್ರಾಹಕಕ್ಕಿರುತ್ತಿರುವ ತಡೆ ಹಲಗೆ
- d) ಮೇಲಿನ ಎಲ್ಲವೂ

I-7. CLV means \_\_\_\_\_

- a) Customer Life time value
- c) Customer Live value
- b) Consumer life time value
- d) Consumer living value

ಸಿಎಲ್‌ವಿ ಎಂದರೆ \_\_\_\_\_

- a) ಗ್ರಾಹಕ ಜೀವನ ಕಾಲದ ಬೆಲೆ
- c) ಗ್ರಾಹಕ ಜೀವಂತ ಬೆಲೆ
- b) ಅನುಭೋಗಿ ಜೀವನ ಕಾಲದ ಬೆಲೆ
- d) ಅನುಭೋಗಿ ಜೀವಿಸುವ ಬೆಲೆ

I-8. ABM is \_\_\_\_\_

- a) Account Based Marketing
- b) Active Based Marketing
- c) Accounting Based Marketing
- d) None of these

ಎಬಿಎಂ ಎಂದರೆ \_\_\_\_\_

- a) ಖಾತೆ ಆಧಾರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ
- b) ಸ್ತ್ರೀಯ ಆಧಾರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ
- c) ಲೆಕ್ಕೆ ಆಧಾರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ
- d) ಯಾವುದೂ ಅಲ್ಲ

I-9. Marketing campaign is a concentrated marketing effort focused on \_\_\_\_\_ measure to achieve one specific goal.

- a) One
- b) Two
- c) Three
- d) Zero

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಚಾರವು ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಗುರಿಯನ್ನು ತಲುಪಲು ಇರುವ \_\_\_\_\_ ಕೇಂದ್ರೀಕೃತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಯತ್ನವಾಗಿದೆ.

- a) ಒಂದು
- b) ಎರಡು
- c) ಮೂರು
- d) ಸೌನ್ದರ್ಯ

I-10. Virtual call center is also known as \_\_\_\_\_

- a) Cloud based Call center
- b) Common Call center
- c) Online call center
- d) E-mail call center

ಗೊಳಕ್ಕೆ ಕರೆ ಕೇಂದ್ರವನ್ನು \_\_\_\_\_ ಎಂದು ಕರೆಯಬಹುದು.

- a) ಮೋಡ ಆಧಾರಿತ ಕರೆ ಕೇಂದ್ರ
- b) ಸಾಮಾನ್ಯ ಕರೆ ಕೇಂದ್ರ
- c) ಅನಾಲ್ಯಾಂಡ್ ಕರೆ ಕೇಂದ್ರ
- d) ಮಿಂಚಂಚಿ ಕರೆ ಕೇಂದ್ರ

## SECTION - II ಎಭಾಗ - II

### II Answer any Five questions. 3 marks each.

5x3=15

ಯಾವುದಾದರೂ ಇದು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿ. ತಲಾ ಮೂರು ಅಂತರ್ಗಳು.

II-1. State the benefits of customer acquisition

ಗ್ರಾಹಕ ಗಳಕ್ಕಿಂತ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸಿ.

II-2. What is Customer Experience Management?

ಗ್ರಾಹಕ ಅನುಭವ ನಿರ್ವಹಣೆ ಎಂದರೇನು?

II-3. Define CRM planning?

ಸಿ.ಆರ್.ಎಂ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿ.

II-4. What is inbound call center?

ಒಳಕರೆಗಳ ಕರೆಕೇಂದ್ರ ಎಂದರೇನು?

II-5. What are CRM Metrics?

ಸಿ.ಆರ್.ಎಂ. ಅಳತೆಗೊಳು ಎಂದರೇನು?

II-6. What is meant by Customer Loyalty?

ಗ್ರಾಹಕ ನಿಷ್ಠೆ ಎಂದರೇನು?

II-7. Give the meaning of web based customer service

ವೆಬ್ ಆಧಾರಿತ ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆಗಳು ಎಂದರೆನು?

II-8. What is customer centricity?

ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರೀಕರಣ ಎಂದರೆನು?

### SECTION - III ವಿಭಾಗ - III

III Answer any 3 questions. 5 marks each.

3x5=15

ಯಾವುದಾದರೂ ಮೂರು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿ. ತಲಾ ಇದು ಅಂಕಗಳು.

III-1. Write the challenges of Enterprise Marketing in brief.

ಲುಧ್ಯಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸವಾಲುಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸಿ ಬರೆಯಿರಿ.

III-2. Write a note on Relationship Marketing

ಸಂಬಂಧ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬಗ್ಗೆ ಟಿಪ್ಪಣಿ ಬರೆಯಿರಿ.

III-3. State the advantages of CRM

ಸಿ.ಆರ್.ಎಮ್.ನ ಅನುಕೂಲಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸಿ.

III-4. What are the types of Customer expectations?

ಗ್ರಾಹಕ ನಿರೀಕ್ಷೆಯ ಬಗೆಗಳಾವುವು?

III-5. Write on Web Marketing.

ವೆಬ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕುರಿತು ಬರೆಯಿರಿ.

### SECTION - IV ವಿಭಾಗ - IV

IV Answer the following Questions, Ten Marks each.

2x10=20

ಕೆಳಗಿನ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿ. ತಲಾ 10 ಅಂಕಗಳು.

IV-1. Define CRM Strategy. Discuss its components.

ಸಿ.ಆರ್.ಎಂ. ತಂತ್ರಾರ್ಥಕ್ಯಾನಿಸಿ. ಅದರ ಅಂಕಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ.

OR/ಅಥವಾ

What are the problems in implementing CRM? Explain.

ಸಿ.ಆರ್.ಎಂ. ಅನ್ನು ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸುವಲ್ಲಿ ಲಾಭವಿಸುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾವುವು? ವಿವರಿಸಿ

IV-2. What is Customer Satisfaction? Bring out the methods of measuring customer satisfaction.

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂತೃಪ್ತಿ ಎಂದರೆನು? ಗ್ರಾಹಕ ಸಂತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ಅಳೆಯುವ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

OR / ಅಥವಾ

Define CRM Marketing? Elaborate its uses.

ಸಿ.ಆರ್.ಎಂ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿ ಅದರ ಉಪಯುಕ್ತತೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

\*\*\*