



VI Semester B.Com. Degree Examination, May/June - 2025
(NEP Scheme Freshers + Repeaters)



COMMERCE
Customer Relationship Management
Paper : 6.5 (Elective - M2)

Time : 2½ Hours

Maximum Marks : 60

Instructions :

Answers should be written completely either in English or in Kannada.

SECTION - A

ವಿಭಾಗ - ಎ

Answer any Five sub-questions. Each question carries 2 marks. (5×2=10)

ಯಾವುದೇ ಐದು ಉಪ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿ. ಪ್ರತಿ ಪ್ರಶ್ನೆಯು 2 ಅಂಕಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ.

1. a) What is Customer Retention?

ಗ್ರಾಹಕರ ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಅಂದರೆ ಏನು ?

b) Define Customer Profitability.

ಗ್ರಾಹಕ ಲಾಭದಾಯಕತೆ ಅಂದರೆ ಏನು ?

c) Mention any two CRM marketing initiatives.

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಯಾವುದಾದರೂ ಎರಡು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಉಪಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ.

d) What is Web-based Customer Support?

ಅಂತರ್ಜಾಲ ಆಧಾರಿತ ಗ್ರಾಹಕ ಬೆಂಬಲ ಅಂದರೆ ಏನು ?

e) What do you mean by Customer loyalty ?

ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತತೆ ಅರ್ಥ ಏನು ?

f) Give any two features of CRM.

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಯಾವುದೇ ಎರಡು ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಕೊಡಿ.

g) Mention two areas where CRM is practiced.

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಅನುಷ್ಠಾನವಾಗುವ ಎರಡು ಕ್ಷೇತ್ರಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ.

[P.T.O.]

**SECTION - B**

ವಿಭಾಗ - ಬಿ

Answer any Three questions. Each question carries 4 marks.**(3×4=12)**

ಯಾವುದೇ ಮೂರು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿ. ಪ್ರತಿ ಪ್ರಶ್ನೆಯು 4 ಅಂಕಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ.

2. Briefly explain the different types of CRM.

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ವಿವಿಧ ಬಗೆಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

3. Describe the importance of campaign management in CRM.

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ವಹಣೆಯಲ್ಲಿ ಅಭಿಯಾನ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಮಹತ್ವವನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

4. What are the key components of CRM in the manufacturing sector ?

ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

5. Explain the types of call centers in CRM.

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ವಹಣೆಯಲ್ಲಿ ಕಾಲ್ ಸೆಂಟರ್‌ಗಳ ಪ್ರಕಾರಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

6. What are the relevant data requirements in CRM planning ?

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಸೂಕ್ತ ಮಾಹಿತಿಯ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

SECTION - C

ವಿಭಾಗ - ಸಿ

III Answer any Three Questions. Each Question carries 10 marks.**(3×10=30)**

ಯಾವುದೇ ಮೂರು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿ. ಪ್ರತಿ ಪ್ರಶ್ನೆಯು 10 ಅಂಕಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ.

7. Discuss in detail the framework and factors responsible for the growth of CRM.

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯಾದ ಮತ್ತು ಅಂಶಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

8. Explain the concept of customer centricity and its role in customer acquisition and loyalty.

ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತತೆಯ ತತ್ವ ಮತ್ತು ಅದು ಗ್ರಾಹಕ ಆಕರ್ಷಣೆ ಹಾಗೂ ನಿಷ್ಠೆಯ ಮೇಲೆ ಬೀರಬಹುದಾದ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

9. Describe the structure and application of CRM in mass markets.

ಸಾಮಾನ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ರಚನೆ ಮತ್ತು ಅನ್ವಯವನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

10. Discuss the steps involved in building a customer-centric CRM plan.

ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಹಂತಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ.

11. Elaborate on the use of technology tools in overcoming CRM challenges.

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಸವಾಲುಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸಲು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಉಪಕರಣಗಳ ಉಪಯೋಗವನ್ನು ವಿಸ್ತಾರವಾಗಿ ವಿವರಿಸಿ.



SECTION - D

ವಿಭಾಗ - ಡಿ

Answer the following question. This question carries 8 marks.

(1×8=8)

ಕೆಳಗಿನ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿ. ಇದು 8 ಅಂಕಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ.

12. a) Create a CRM implementation plan for an insurance company and discuss CRM metrics.

ಒಂದು ವಿಮಾ ಕಂಪನಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಅನುಷ್ಠಾನ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿ ಮತ್ತು ಅದರ ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ.

(OR/ಅಥವಾ)

- b) Prepare a CRM strategy for a Telecom Company, highlighting customer lifetime value.

ಟೆಲಿಕಾಂ ಕಂಪನಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ತಂತ್ರವನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ಜೀವನಾವಧಿ ಮೌಲ್ಯದ (customer lifetime value) ಮಹತ್ವವನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.