

(b) Explain call center process in detail.

கால் சென்டர் செயல்முறையை விரிவாக விளக்குக.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Describe the objectives of Customer Relationship Management.

வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையின் நோக்கங்களை விவரி.

17. Analyse the growth of Customer relationship Management in India.

இந்தியாவில் வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையின் வளர்ச்சியை பகுப்பாய்வு செய்க.

18. Examine the various information required for an effective CRM.

பயனுள்ள வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மைக்கு தேவையான பல்வேறு தகவல்களை ஆராய்க.

19. Discuss the performance evaluation process in detail.

செயல்திறன் மதிப்பீட்டு செயல்முறையை விரிவாக விவாதி.

20. Analyse the causes for failure of customer relationship management.

வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையின் தோல்விக்கான பகுப்பாய்வு செய்க.

மை
வை?

1301

NOVEMBER/DECEMBER 2019

**BSBA36 — CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT**

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL questions.

1. What is meant by customer loyalty?

வாடிக்கையாளர் நம்பிக்கை என்பது யாது?

Write short note on Direct Marketing.

நேரடி சந்தைப்படுத்தல் குறித்து சிறு குறிப்பு வரைக.

3. What are the forces driving CRM?

வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையை இயக்கும் சக்திகள் யாவை?

4. What CRM can offer to the firm?

வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மை நிறுவனத்திற்கு என்ன வழங்க முடியும்?

5. What are the activities of CRM?

வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையின் நடவடிக்கைகள் யாவை?

6. How will you increase customer loyalty?

வாடிக்கையாளர் விசுவாசத்தை நீவிர் எவ்வாறு அதிகரிப்பீர்கள்?



7. Write short note on prospecting.
பிராஸ்பெக்டிங் குறித்து சிறு குறிப்பு வரைக.
8. What is meant by modification?
மாற்றம் என்பது யாது?
9. What is Data Warehousing?
தகவல் கிடங்கு என்றால் என்ன?
10. Expand IVRS.
IVRS என்பதன் விரிவாக்கம் தருக.

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer ALL questions.

11. (a) State the complementary layers of customer relationship management.
வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையின் நிரப்பு அடுக்குகளை குறிப்பிடுக.
- Or
- (b) In what way customer loyalty is different from customer satisfaction?
வாடிக்கையாளர் விசுவாசம் வாடிக்கையாளர் திருப்தியிலிருந்து எவ்வாறு வேறுபடுகிறது?
12. (a) Explain CRM cycle in detail.
வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மை சுழற்சியை விரிவாக விளக்குக.

Or

- (b) What are the advantages of CRM?
வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையின் நன்மைகளை யாவை?

13. (a) State the aims of CRM program.
வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மை திட்டத்தின் நோக்கங்களை குறிப்பிடுக.

Or

- (b) Discuss the various components involved in Customer Relationship Management.
வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மை சம்பந்தப்பட்ட பல்வேறு கூறுகளைப் பற்றி விவாதி.

14. (a) State the purpose of Management and Governance Process.
மேலாண்மை மற்றும் ஆளுமை செயல்முறையின் நோக்கத்தைக் குறிப்பிடுக.

Or

- (b) Explain the evolution process of relationship marketing.
உறவு சந்தைப்படுத்தலின் பரிணாம செயல்முறையை விவரி.

15. (a) What are the tools involved in CRM technology?
வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மை தொழில்நுட்பத்தில் ஈடுபட்டுள்ள கருவிகள் யாவை?

Or