

Time – 2 .30 hours

Total Marks: 75

N.B

1. All questions are compulsory
2. Give **suitable** examples and diagrams /figures where necessary
3. Use of **simple** calculator is **permitted**
4. All questions carry **equal** marks

Q1. Prepare a Direct Marketing plan for **ANY ONE**

(15)

- a. Tea Cafe

OR

- b. Bags

Keeping in mind the following

1. Product offering
2. Lead generation
3. Database development
4. Methodology/Channels used (e.g. Mailers, Sampling, DRTV etc.)

Q2.a. Calculate the Life Time Value for Mr. Jack & Jones as on March 2013 from the following given data

(15)

Particulars	2012	2013	2014	2015	2016
Sales	18,500	43,000	50,000	82,500	99,000
Referrals	2,500	3,000	8,500	11,500	13,300
Indirect cost	2,500	6,500	6,200	9,400	10,400
Direct Mailer	2,400	4,100	6,600	11,900	15,000
Telemarketing	3,000	4,000	7,000	19,000	20,000

Note: 1. All Figures in the table are in Rupees

2. Discount is 10%

OR

Q2. b. Write a note on Scope of telemarketing

(08)

Q2.c. Explain LTV and its uses

(07)

Q3. Answer the following

- a. Database management plays a crucial role for marketers. Explain the advantages and disadvantages of a bureau. (08)
- b. Highlight the various reasons for the growth of direct marketing? (07)

OR

- c. What are the various methods or techniques of direct marketing? (08)
- d. Distinguish between Mass Marketing versus Direct Marketing with examples? (07)

Q4. Answer the following

- a. What are catalogues? Explain the different types of catalogues. (08)
- b. Explain Relationship Marketing. What are the Characteristics of Relationship Marketing? (07)

OR

- c. What are lists? Explain various types of list. (08)
- d. Discuss the importance of market segmentation in Direct marketing (07)

Q5. Write short note on (ANY THREE) (15)

- a. Trade fair & Exhibitions
- b. Acquisition cost & Brokerage commission
- c. Customer Relationship Management (CRM).
- d. Types of approaches
- e. Cross selling and Up selling

कालावधी:- २.३० तास

गुण :- ७५

सूचना:

१. सर्व प्रश्न अनिवार्य
२. आवश्यकता वाटल्यास उदाहरणे द्यावीत, रेखाचित्रं रेखाटावी
३. साध्या कॅल्क्युलेटरच्या वापरास अनुमती
४. सर्व प्रश्नांना समान गुण

प्र. १) खालीलपैकी कोणत्याही एकासाठी प्रत्यक्ष विपणन आराखडा तयार करा :-

(१५)

अ. टी-कॅफे

किंवा

ब. बॅंग

त्यासाठी खालील गोष्टी विचारात घ्याव्यात :-

१. प्रॉडक्ट ऑफरिंग
२. लीड जनरेशन
३. डेटाबेस विकसित करणे
४. पध्दती-मिमांसा / विविध मार्ग (उ.दा. मेलर्स, सॅपलींग, DRTV इ.)

प्र. २) अ) खालील आकडेवारीच्या आधारे श्री. जॅक अँड जोन्स यांचे मार्च २०१३ साठीचे
आजीवन मूल्य काढा :-

(१५)

तपशील	२०१२	२०१३	२०१४	२०१५	२०१६
विक्री	१८,५००	४३,०००	५०,०००	८२,५००	९९,०००
रेफरल्स	२,५००	३,०००	८,५००	११,५००	१३,३००
अप्रत्यक्ष खर्च	२,५००	६,५००	६,२००	९,४००	१०,४००
डायरेक्ट मेलर्स	२,४००	४,१००	६,६००	११,९००	१५,०००
टेली-मार्केटींग	३,०००	४,०००	७,०००	१९,०००	२०,०००

टीप: १) तक्त्यामधील सर्व आकडे रुपयांत २) सूट १०%

किंवा

प्र. २) ब) Telemarketing ची व्याप्ती यावर सविस्तर टीप लिहा.

(८)

प्र.२) क) आजीवन मूल्य (LTV) म्हणजे काय? त्याचे विविध उपयोग कोणते?

(७)

प्र.३) उत्तरे लिहा :-

अ) विपणनात 'डेटाबेस' व्यवस्थापन महत्वाची भूमिका पार पाडते. त्यासाठी असणा-या 'ब्युरो' चे फायदे-तोटे लिहा.

(८)

ब) प्रत्यक्ष विपणन पद्धती वाढीला कारणीभूत असणा-या घटकांची चर्चा करा.

(७)

किंवा

क) प्रत्यक्ष विपणनासाठीच्या विविध पद्धती कोणत्या?

(८)

ड) Mass Marketing व Direct Marketing यातील फरक उदाहरणासहीत स्पष्ट करा.

(७)

प्र.४) उत्तरे लिहा :-

अ) कॅटलॉग म्हणजे काय? त्याचे वेगवेगळे प्रकार स्पष्ट करा.

(८)

ब) Relationship Marketing म्हणजे काय? त्याची वैशिष्ट्ये कोणती?

(७)

किंवा

क) सूची (LIST) म्हणजे काय? त्याचे विविध प्रकार लिहा.

(८)

ड) Market Segmentation चे प्रत्यक्ष विपणनातील महत्व विशद करा.

(७)

प्र. ५) टीपा लिहा (कोणत्याहीतीन) :-

(१५)

अ. व्यापारी मेळा व प्रदर्शन

ब. संपादन खर्च व दलाली

क. CRM- ग्राहक नातेसंबंध व्यवस्थापन

ड. प्रत्यक्ष विपणनासाठीचे approaches

इ. क्रॉस-सेलींग व अप-सेलींग

-O-O-O-