

TYBMM / sem VI / Regular / April-19

02/05/19

[Time: 2.30 Hours]

[Marks:75]

Please check whether you have got the right question paper.

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** of the following

(15)

a. Bicycle

OR

b. Restaurant

Keeping in mind the following

- i. Product Offering
- ii. Lead Generation
- iii. Database Management
- iv. Methodology or Channels used (e.g. Mailers, Sampling, DRTV etc.)

Q2. a. Calculate the lifetime value of Ms. Deepika Padukone as on 2014 from the following given data;

(15)

Particulars	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Sales	1,05,050	1,35,315	1,86,555	2,03,404	2,32,301	3,01,102
Direct Revenue	7,105	5,207	5,050	1,125	6,200	3,024
Referral	1,045	1,258	1,014	1,059	1,347	1,002
Bad-Debts	3,201	955	6,504	4,013	5,007	2,020
Discount	4,020	8,150	5,014	1,020	2,003	1,245
Telemarketing	6,000	10,000	9,000	9,000	8,000	6,000

Note: 1. Figures are in Rupees

2. Rate of Interest on Loan is 10%

OR

- b. Define Integrated Marketing Communication (IMC). Explain its various tools.
- c. Write a note on Telemarketing.

(07)

(08)

Q3. Answer the following

- a. A catalogue is an important tool of Direct Marketing. Explain the various types of catalogues
- b. What is Customer Relation Management (CRM)? Explain its features.

(07)

(08)

OR

- c. Distinguish between Mass Marketing versus Direct Marketing
- d. Explain the various principles of Direct Marketing

(07)

(08)

Q4. Answer the following

- a. Database in-house or through a bureau. Explain
- b. What is Direct Mail? State its advantages

(07)

(08)

OR

67034

Page 1 of 4

E50608D6679675769B7EFF984D4A1EA9

- c. How is market segmentation used in Direct Marketing? (07)
d. What are the various factors for the growth of Direct Marketing in future? (08)

Q5. Write Short Notes on (ANY THREE)

(15)

- a. List Vendors
b. Approaches of Direct Marketing
c. Cross Selling and Up-selling
d. Infomercials
e. Direct Response Print Ad

munotes.in

T4BMM / Sem VI / Regular / April-19

02/05/19

कालावधी :- २.३० तास

गुण :- ७५

सूचना :

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

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

(१५)

i) सायकल

किंवा

उपहारगृह (Restaurant)

त्यासाठी खालील गोष्टी विचारात घ्याव्यात :-

- 1 प्रॉडक्ट ऑफरिंग
- 2 लीड जनरेशन
- 3 डेटाबेस विकसित करणे
- 4 पद्धती-मिमांसा / विविध मार्ग (उ.दा. मेलर्स, सॅप्लींग, DRTV इ.)

प्र. २) अ) खालील आकडेवारीच्या आधारे दीपिका पदुकोण हिचे २०१४ साठीचे

(१५)

आजीवन मूल्य काढा :-

Particulars	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Sales	1,05,050	1,35,315	1,86,555	2,03,404	2,32,301	3,01,102
Direct Revenue	7,105	5,207	5,050	1,125	6,200	3,024
Referral	1,045	1,258	1,014	1,059	1,347	1,002
Bad Debts	3,201	955	6,504	4,013	5,007	2,020
Discount	4,020	8,150	5,014	1,020	2,003	1,245
Telemarketing	6,000	10,000	9,000	9,000	8,000	6,000

टीप: १) तक्त्यामधील सर्व आकडे रुपयांत

२) व्याजदर १०%

किंवा

ब) IMC ची व्याख्या काय? प्रत्यक्ष विपणनकर्ता IMC मधील कोणती साधने वापरतो?

(०७)

क) टेली-मार्केटींग वर टीप लिहा.

(०८)

प्र. ३) खालील उत्तरे लिहा :-

अ) 'कॅटलॉग' प्रत्यक्ष विपणनातील महत्वाचे साधन आहे. त्यांचे विविध प्रकार कोणते?

(०७)

ब) ग्राहक नातेसंबंध व्यवस्थापन म्हणजे काय (CRM)? त्याची वैशिष्ट्ये सांगा.

(०८)

किंवा

- क) Mass Marketing व Direct Marketing यात काय फरक आहे? (0७)
- ड) प्रत्यक्ष विपणनाची विविध तत्वे सांगा (0८)
- प्रश्न ४ खालील उत्तरे लिहा :-
- अ) इन हाऊस 'डेटाबेस' आणि ब्युरो डेटाबेस' स्पष्ट करा. (0७)
- ब) डायरेक्ट मेल म्हणजे काय? त्याचे फायदे काय आहेत? (0८)
- किंवा
- क) प्रत्यक्ष विपणनामध्ये बाजार विभाजनाचा (market segmentation) उपयोग कसा केला जातो? (0७)
- ड) भविष्यात प्रत्यक्ष विपणन वाढीसाठी कोणते घटक कारणीभूत ठरू शकतील? (0८)
- प्रश्न ५ टीपा लिहा (कोणत्याही तीन) (१५)
- अ) लीस्ट व्हेंडर
- ब) प्रत्यक्ष विपणन दृष्टीकोन
- क) Cross Selling and Up-selling
- ड) इन्फोर्मर्शियल
- इ) मुद्रित माध्यमातील जाहिरातींचा थेट प्रतिसाद
