

2 ½ Hours

Total Marks : 75

INSTRUCTIONS:

1. Q1 is compulsory.
2. Q2 to Q5 have options within questions.
3. Draw a neat diagram along with examples wherever applicable.

Q1. Case Study**Protinex- Serving Nutrition for more than 65 years.**

Protinex has consistently been delivering protein nutrition to its customers and is well known for its reliability. Having a reputation of providing good optimal nutrition, and ensuring the all-round development of people, it now wishes to relaunch itself by introducing different flavors in attractive packaging.

- a Analyze the situation and suggest various consumer-oriented sales promotion techniques the brand could apply while relaunching. (05)
- b Conduct a SWOT analysis for Protinex. (05)
- c Design a viral marketing campaign for launching new flavors of the protein shake. (05)

Q2. Answer the following

- a Discuss the various challenges faced in implementing sales promotion. (08)
- b Explain Push & Pull strategies? Discuss which strategy suits best for Dominos as a brand in India. (07)

OR

- c Discuss the factors leading to increase in sales promotion activities. (08)
- d Explain in detail any 3 psychological theories used by marketers during the sales promotion activities. (07)

Q3. Answer the following

- a Discuss the various Trade oriented sales promotion techniques that are used to influence retailers and traders. (08)
- b Elaborate on the various short-term effects of sales promotion? (07)

OR

- c Discuss the role of media and timing in the success of a sales promotion campaign. (08)
- d Explain the different strategies adopted for budgeting of sales promotion. (07)

Q4. Answer the following

- a "Big data- the secret weapon behind loyalty programs." Discuss. (08)
 - b How can gamification drive towards customer loyalty programs? Support your answer with industry examples. (07)
- OR**
- c Design a sales promotion campaign for an upcoming brand of Holiday Club. Mention the target audience, positioning strategy & loyalty programs the club could use. (15)

Q5. Write Short Notes on (Any 3)

- a CFB v/s Non-CFB
- b Influence of sales promotion on customer purchase.
- c Sales meetings and Training.
- d IMC Tools.
- e Sales Promotion Traps

२ ½ तास

मार्क : 75

INSTRUCTIONS:

1. Q1 is compulsory.
2. Q2 to Q5 have options within questions.
3. Draw a neat diagram along with examples wherever applicable.

Q1. Case Study

प्रोटीनेक्स - ६५ वर्षांपासून आहार सेवा देणारा. प्रोटीनेक्स नियमितपणे आपल्या ग्राहकांना प्रोटीन आहार देण्यासाठी काम करत आहे आणि त्याची विश्वसनीयता ओळखली आहे. उत्तम आहार प्रदान करण्याची आणि लोकांच्या संपूर्ण विकासाची खात्री देण्याची त्याची एक अभिप्रायशील अनुमती आहे, त्यामुळे ती आत्मसमर्पित असते आणि आकर्षक पॅकेजिंगमध्ये नवीन फ्लेवर अधिष्ठापित करून आत्मपुनरुत्थान करण्याची इच्छा असते

- a रुझान विश्लेषण करा आणि पुनर्लॉन्च करताना विविध उपभोक्ता-उद्दिष्ट सेल्स प्रमोशन तंत्रे सुचवा ज्या ब्रँड स्वतःचे लॉन्च प्रमोशन करत आहे. (05)
- b कृपया SWOT विश्लेषण Protenix करा। (05)
- c प्रोटीन शेकच्या नवीन फ्लेव्हर्स लॉन्च करण्यासाठी एक व्हायरल मार्केटिंग अभियान डिझाइन करा (05)

Q2. Answer the following

- a सेल्स प्रमोशन अंमलात घेण्यात येणाऱ्या विविध चॅलेंजेस चर्चा करा (08)
- b पुश आणि पुल उद्योगातील रणनीतींचे स्पष्टीकरण करा? भारतातील ब्रँड किंवा डोमिनोस साठी कोणती रणनीती उत्तम आहे हे चर्चा करा. (07)

OR

- c सेल्स प्रमोशन अधिक क्रियाकलापांच्या वाढीसाठी जोडणारे कारक चर्चा करा.. (08)
- d सेल्स प्रमोशन क्रियाकलापांच्या दरम्यान वापरल्या जाणार्या 3 मनोवैज्ञानिक सिद्धांतांचे तपशील स्पष्टीकरण करा. (07)

Q3. Answer the following

- a विक्रेत्यांचे व व्यापारींचे प्रभावित करण्यासाठी वापरलेले विविध व्यापार उन्नयन तंत्रे चर्चा करा. (08)
- b सेल्स प्रमोशनच्या विविध लघुकालिक परिणामांच्या विषयी विस्तृत स्पष्टीकरण करा. (07)

OR

- c सेल्स प्रमोशन अभियानाच्या सफलतेत मीडिया आणि वेळाचे भूमिका चर्चा करा.. (08)
- d वविक्रय संवर्धनाच्या बजेटिंगसाठी वेगळ्या उपायांची समज. (07)

Q4. Answer the following

- a "लॉयल्टी प्रोग्राम के पीछे का गुप्त तंत्र- बिग डेटा।" चर्चा करें।" (08)
- b गेमिफिकेशन कसे ग्राहक वफादारी कार्यक्रमांच्या दिशेने ड्रायव्ह करू शकते? उद्योग उदाहरणांच्या सहाय्याने आपल्या उत्तराचा समर्थन करा. (07)

OR

- c सुट्टी विभागाच्या आगमन ब्रँडसाठी एक विक्री फेरबदल अभियान डिझाइन करा. उद्दिष्ट नोंदणी, स्थानक युक्ती आणि वफादारी कार्यक्रम जो क्लब वापरू शकते, ते उल्लेख करा. (15)

Q5. Write Short Notes on (Any 3)

- a CFB आणि नॉन-सीएफबी
- b कस्टमर खरेदीच्या वर प्रमोशनचा प्रभाव.
- c विक्रय संबंधी बैठक आणि प्रशिक्षण.
- d एकीकृत संचार साधने (IMC उपकरण)
- e विक्रय उत्पादन फंदे