



SECOND SEMESTER B.COM. (RETAIL OPERATIONS MANAGEMENT)
(REVISED NEP) DEGREE EXAMINATION, JULY 2025

PRACTICAL ON CUSTOMER LOYALTY AND RETENTION

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 80

Instruction : Answer all the three Sections.

SECTION – A

Answer **all** the questions. **Each** question carries 2 marks. (10×2=20)

1. What is customer loyalty in organized retail ?
2. Define Customer Lifetime Value (CLV) and its formula.
3. What are the five dimensions of the SERVQUAL model ?
4. Why is customer journey mapping important ?
5. Name three types of loyalty programs used in organized retail.
6. What is the “Net Promoter Score” (NPS) ?
7. How can retailers improve superior customer service ?
8. What is the significance of post-purchase engagement ?
9. What metrics can retailers use to measure loyalty program success ?
10. Why is documentation important in retention strategy projects ?

SECTION – B

Answer **any three** of the following : (3×5=15)

11. What are the importance of customer loyalty and retention in retail ?
12. Explain types (needs) of customer segmentation in retail.
13. What are key components of personalized communication ?
14. Discuss focusing on enhancing customer satisfaction.
15. What are the metric can retailers use to measure loyalty program success ?

[P.T.O.]



SECTION – C

Answer any three of the following :

(3×15=45)

16. Briefly explain customer satisfaction and loyalty models SERVQUAL and Kano models in retail.
17. What is “Net Promoter Score” (NPS) ? Explain methods and significance in retail.
18. Discuss guidance on preparing the detailed report.
19. Explain how customer complaints were handled. How did the resolution process contribute to customer loyalty ?
20. Discuss the role of customer service in building customer loyalty. How can poor service affect customer retention ?

ಕನ್ನಡ ಆವೃತ್ತಿ

ಸೂಚನೆ: ಎಲ್ಲಾ ಮೂರು ವಿಭಾಗಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿರಿ.

ವಿಭಾಗ - ಅ

ಎಲ್ಲಾ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿರಿ. ಪ್ರತಿ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಎರಡು ಅಂಕಗಳು.

(10×2=20)

1. ಸಂಘಟಿತ ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ನಿಷ್ಠೆ ಎಂದರೇನು ?
2. ಗ್ರಾಹಕ ಜೀವಿತಾವಧಿಯ ಮೌಲ್ಯ (CLV) ಮತ್ತು ಅದರ ಸೂತ್ರವನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿ.
3. ಸರ್ವ್ವಾಲ್ (SERVQUAL) ಮಾದರಿಯ ಐದು ಆಯಾಮಗಳು ಯಾವುವು ?
4. ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರಯಾಣದ ಮ್ಯಾಪಿಂಗ್ ಏಕೆ ಮುಖ್ಯ ?
5. ಸಂಘಟಿತ ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಬಳಸಲಾಗುವ ಮೂರು ರೀತಿಯ ನಿಷ್ಠೆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಹೆಸರಿಸಿ.
6. “ನಿವ್ವಳ ಪ್ರವರ್ತಕ ಸ್ಕೋರ್” (NPS) ಎಂದರೇನು ?
7. ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಉತ್ತಮ ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಸುಧಾರಿಸಬಹುದು ?
8. ಖರೀದಿಯ ನಂತರದ ವಾಗ್ದಾನದ ಮಹತ್ವವೇನು ?
9. ನಿಷ್ಠೆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಯಶಸ್ಸನ್ನು ಅಳೆಯಲು ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಯಾವ ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು ?
10. ಧಾರಣ ತಂತ್ರ ಯೋಜನೆಗಳಲ್ಲಿ ದಸ್ತಾವೇಜು ಏಕೆ ಮುಖ್ಯ ?



ವಿಭಾಗ - ಬ

ಕೆಳಗಿನ ಬೇಕಾದ ಮೂರಕ್ಕೆ ಉತ್ತರಿಸಿರಿ :

(3×5=15)

11. ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ನಿಷ್ಠೆ ಮತ್ತು ಧಾರಣದ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಏನು ?
12. ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ವಿಭಜನೆ ಪ್ರಕಾರಗಳನ್ನು (ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು) ವಿವರಿಸಿ.
13. ವೈಯಕ್ತಿಕಗೊಳಿಸಿದ ಸಂವಹನದ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳು ಯಾವುವು ?
14. ಗ್ರಾಹಕರ ತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವತ್ತ ಗಮನಹರಿಸುವ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿರಿ.
15. ನಿಷ್ಠೆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಯಶಸ್ಸನ್ನು ಅಳೆಯಲು ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಯಾವ ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು ?

ವಿಭಾಗ - ಕ

ಕೆಳಗಿನ ಬೇಕಾದ ಮೂರಕ್ಕೆ ಉತ್ತರಿಸಿರಿ :

(3×15=45)

16. ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಸರ್ವ್ವಾಲ್ (SERVQUAL) ಮತ್ತು ಕ್ಯಾನೋ (Kano) ಮಾದರಿಗಳ ಗ್ರಾಹಕ ತೃಪ್ತಿ ಮತ್ತು ನಿಷ್ಠೆ ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ವಿವರಿಸಿ.
17. “ನಿವ್ವಳ ಪ್ರವರ್ತಕ ಸ್ಕೋರ್” (NPS) ಎಂದರೇನು ? ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ NPS ವಿಧಾನಗಳು ಮತ್ತು ಮಹತ್ವವನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.
18. ವಿವರವಾದ ವರದಿಯನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸುವ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನದ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿ.
19. ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿರ್ವಹಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಿ. ತೀರ್ಮಾನ ಇತ್ಯರ್ಥ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಗ್ರಾಹಕರ ನಿಷ್ಠೆಗೆ ಹೇಗೆ ಕೊಡುಗೆ ನೀಡಿತು ?
20. ಗ್ರಾಹಕರ ನಿಷ್ಠೆಯನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆಯ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ. ಕಳಪೆ ಸೇವೆಯು ಗ್ರಾಹಕರ ಧಾರಣೆಯ ಮೇಲೆ ಹೇಗೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ ?