

**B. B. A. IN RETAILING
(BBARIL)**

Term-End Examination

June, 2026

**BRL-109 : CUSTOMER VALUE
MANAGEMENT**

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 100

Note : Attempt any ***five*** questions. All questions carry equal marks.

1. (a) Explain GAPs model of service quality.

10

- (b) What are the benefits of service quality to an organisation ? Explain.

10

2. (a) Describe the linkage between service recovery and customer value with suitable example. 10
- (b) Discuss various dimensions of fairness in service recovery. 10
3. Discuss various technologies used in creating customer delivery value. 20
4. Explain marketing strategies for meeting customer value management. Give suitable example. 20
5. (a) Describe various types of service related issues. 15
- (b) What are various mapping challenges ?

6. (a) Explain the importance of Customer Value Management (CVM) for a retail organisation. 12
- (b) Explain the benefits of CVM to retailers and to customers. Give suitable example in support of your answer. 8
7. (a) Explain various types of consumer buying behaviour. 5
- (b) Explain various factors that influence customers buying patterns. 15
8. Explain various stages of the product life cycle. Also discuss the factors determining the length and shape of product life cycle. 20

9. Write short notes on any *two* of the following :

10+10

- (a) Customer value expectation
- (b) The perceptual process
- (c) Customers loyalty
- (d) Data mining for target marketing

BRL-109**बी. बी. ए. (रिटेलिंग)****(बी. बी. ए. आर. आई. एल.)****सत्रांत परीक्षा****जून, 2026****बी.आर.एल.-109 : ग्राहक मूल्य प्रबन्धन***समय : 3 घण्टे**अधिकतम अंक : 100*

नोट : किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

-
1. (क) सेवा गुणवत्ता के गैप्स (GAPs) मॉडल की व्याख्या कीजिए। 10

 - (ख) किसी संगठन को सेवा गुणवत्ता के क्या लाभ हैं ?
समझाइए। 10

2. (क) सेवा पुनर्प्राप्ति (Service Recovery) और ग्राहक

मूल्य के बीच के सम्बन्ध को उदाहरण सहित

समझाइए।

10

(ख) सेवा पुनर्प्राप्ति में निष्पक्षता के विभिन्न आयामों की

व्याख्या कीजिए।

10

3. ग्राहक डिलीवरी मूल्य में उपयोग की जाने वाली तकनीकों

का वर्णन कीजिए।

20

4. ग्राहक मूल्य प्रबन्धन को पूरा करने के लिये विपणन

रणनीतियों की व्याख्या कीजिए।

20

5. (क) विभिन्न प्रकार के सेवा सम्बन्धी मुद्दों/समस्याओं की

व्याख्या कीजिए।

15

(ख) विभिन्न प्रकार की मैपिंग (मानचित्रण) चुनौतियाँ

क्या हैं ?

5

6. (क) किसी खुदरा कम्पनी के लिये ग्राहक मूल्य प्रबन्धन का

क्या महत्व है ? व्याख्या कीजिए। 12

(ख) ग्राहक मूल्य प्रबन्धन का खुदरा विक्रेताओं तथा ग्राहकों

को क्या लाभ है ? अपने उत्तर के समर्थन में उचित

उदाहरण प्रस्तुत कीजिए। 8

7. (क) विभिन्न प्रकार के उपभोक्ता (ग्राहक) क्रय व्यवहार की

व्याख्या कीजिए। 5

(ख) ग्राहक क्रय पैटर्न को प्रभावित करने वाले विभिन्न

कारकों की व्याख्या कीजिए। 15

8. उत्पाद जीवन चक्र के विभिन्न चरणों की व्याख्या कीजिए।

उत्पाद जीवन चक्र की लम्बाई (विस्तार) और आकार को

निर्धारित करने वाले विभिन्न कारकों की भी व्याख्या

कीजिए। 20

9. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ

लिखिए :

10+10

(क) ग्राहक मूल्य अपेक्षाएँ

(ख) अवधारणात्मक प्रक्रिया (Perceptual process)

(ग) ग्राहक निष्ठा

(घ) लक्ष्य विपणन में डाटा माइनिंग

× × × × ×