



**මානව සම්පත් අභිවර්ධන ආයතනය - කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
සේවා කළමනාකරණ විද්‍යාපති පාඨමාලාව අංක - 05**

(Sinhala Medium)

තෙවන සෙමෙස්තර පරීක්ෂණය 2022

(පවත්වන ලද්දේ 2022 - නොවැම්බර්)

MSM 5333 – Customer Relationship Management

උපදෙස්

- (1) පහත දක්වා ඇති උපදෙස් පිළිපදිමින් **ප්‍රශ්න හතරකට (04) පමණක්** පිළිතුරු සපයන්න.
- (2) කාලය පැය තුනයි (03).
- (3) මෙම ප්‍රශ්න පත්‍රය ප්‍රශ්න පහකින් (05) හා පිටු තුනකින් (03) සමන්විත වේ.
- (4) පිළිතුරු පත්‍රයේ සියලුම පිටුවල විභාග අංකය යොදන්න.
- (5) විභාගය අවසානයේදී සියලුම පිළිතුරු පත්‍ර එකට ගැට ගැසිය යුතුය.
- (6) ප්‍රශ්න පත්‍රයේ ප්‍රශ්නයක් හෝ පිටුවක් මුද්‍රණය වී නොමැති නම් ඒ බව වහාම ශාලාධිපති වෙත දැනුම් දෙන්න.

01.

- i. ශ්‍රී ලංකාවේ වර්තමාන ආර්ථික හා සමාජීය පරිසරය තුල පාරිභෝගික හැසිරවීම අන් කවරදාකටත් වඩා අභියෝගාත්මක කාර්යයක් වී ඇත.

ඉහත ප්‍රකාශය උදාහරණ සහිතව පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 10)

- ii. පාරිභෝගික තෘප්තිය, පාරිභෝගික රැදියාවට බලපාන ආකාරය සුදුසු උදාහරණ ඇසුරෙන් විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 15)

(මුළු ලකුණු 25)

02.

- i. පාරිභෝගික සබඳතා කළමනාකරණ උපක්‍රමයක් නිර්මාණය කිරීමේ පියවරයන් විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 10)

- ii. පාරිභෝගික සබඳතා කළමනාකරණය ක්‍රියාත්මක කිරීමේ ව්‍යාපෘතීන් (CRM Implementation Projects) වර්ග මොනවාදැයි විස්තර කර පොදුවේ පාරිභෝගික සබඳතා කළමනාකරණ ව්‍යාපෘතීන් අසාර්ථක වන්නේ මන්දැයි පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 15)

(මුළු ලකුණු 25)

03.

- i. CRM readiness assessment සහ CRM maturity assessment අතර වෙනස්කම් විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 10)

- ii. පාරිභෝගික සම්බන්ධතා සංවර්ධනය කිරීමට අදාලව CRM පරිනත භාවයේ මට්ටම් පහ විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 15)

(මුළු ලකුණු 25)

04.

- i. සමාජ මාධ්‍ය හරහා සිදුවන කථවචනය (word of mouth) වෙළඳ නාමයක ප්‍රතිරූපයට බලපාන ආකාරය උදාහරණ සහිතව විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 10)

- ii. ඔබ තෝරාගන්නා ලද සේවා ආයතනයක් ක්‍රියාත්මක කරන පාරිභෝගික සබඳතා උපක්‍රමයන් විස්තර කර, ඒ එක් එක් උපක්‍රමයන්හි සාර්ථක මට්ටම් ඔබගේ නිශ්චය අනුව විස්තර කරන්න.

ලබැඳි පාරිභෝගිකයන් බිහිකිරීම සඳහා ඔබ විසින් එම ආයතනයට යෝජනා කරනු ලබන උපක්‍රමයන් මොනවාද?

(ලකුණු 15)

(මුළු ලකුණු 25)

05. පහත දැක්වෙන සංකල්ප අතරින් සංකල්ප පහක් (05) පිළිබඳ කෙටි සටහන් ලියන්න.

- i. සේවකයන් යොමුකිරීම (Employee engagement)
- ii. පාරිභෝගික ලැදියා ඉතිමග (Customer ladder of loyalty)
- iii. පාරිභෝගික උපක්‍රමයන්ගේ භූමිකාව (Role of customer strategy)
- iv. සේවකයන් බල ගැන්වීම (Employee empowerment)
- v. අගයන් නිර්මාණය කිරීමේ ක්‍රියාවලිය (Value creation process)
- vi. වෙළඳපල බණ්ඩන අවධාරණ මට්ටම් (Level of market segmentation emphasis)

(ලකුණු 05 x5=25)
