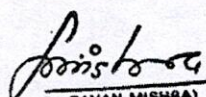


Part A Introduction		
Program: Certificate / Diploma / Degree	Class: 1st 2 nd Year	Session :2022-2023
Course Code	V2-COM-SALT	
Course Title	Customer Relationship Management	
Course Type	Vocational	
Pre-requisite (if any)	Certificate course	
Course Learning outcomes (CLO)	<p>After completion of course, students will be able to-</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Enable the students to understand the fundamentals of Customer Relationship Management. ● Enable the students to understand the concepts of CRM ● Enable the students to know CRM practices in different sectors like manufacturing, Services, Call Centers, etc. ● Acquaint the students with the process of CRM strategy development. ● Implement various technological tools for data mining and also successful implementation of CRM in the Organizations. ● Disseminate knowledge regarding the concept of e-CRM and e-CRM technologies. ● Enable the students understand the technological and human issues relating to implementation of Customer Relationship Management in the organizations 	
Expected Job Role / career opportunities	Opportunities in the domains like banking, finance, accounting, insurance, legal, sales, marketing, IT, manufacturing, management consulting, public sector, research and consulting in India or globally.	
Credit Value	2 (Theory) + 2 (Practical) = 04	
Part B- Content of the Course		
Total No. of Lectures + Practical (in hours per week): L-1 Hr / P-1 Lab Hr (=2 Hrs)		
Total No. of Lectures/ Practical: L-30 /P-30 (60 Hrs)		
Module	Topics	No. of lectures (Total 30)
I	Emerging Concepts in Customer Relationship Management: CRM Definition, Need and Importance : Conceptual Framework of Customer Relationship Management ; The Value Pyramid , Customer Interaction Cycle , Customer Profiling and Total Customer Experience, Goals of a CRM Strategy and Obstacles, CRM Solutions Map, Discussing People, Processes and Technology, CRM myths.	6
II	CRM as a Business Strategy : CRM - Issues and Strategies; Winning Markets through Effective CRM; CRM as a business strategy, CRM Process, Effective Customer Relation Management through Customer	8

	Knowledge Management; Customer Interaction Management, Call Centre management in CRM. Customer Centricity in CRM-Concept of Customer centricity, Customer touch points, Customer Service, Measuring Customer life time value-. Customer life cycle Management.	
III	Technological Tools for CRM and Implementation :Data Mining for CRM – Some Relevant Issues ; Changing Patterns of e-CRM Solutions in the Future; Structuring a Customer Focused IT Organization to Support CRM; Organizational Framework for Deploying Customer Relationship; measuring profitability CRM implementation –set by step process.	8
IV	CRM in Services :Status of Customer Relationship Management in service industry in India; Relevance of CRM for Hospital Services; Customer Relationship Management in Banking and Financial Services; CRM in Insurance Sector, Supply-Demand Mismatches and their impact on CRM; The Past, Present and Future of CRM;	8
Practical		Total No. of lectures
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sales role-playing exercises 2. An effective active listening exercise. 3. Store and manage contact data with ease and interact with contacts (send emails, record phone calls, take notes, log sales activities, and schedule meetings) 4. Report on, forecast, and analyze data. 5. Make a plan of Customer service representatives 6. Identification and Implementation of best practices for CRM 7. Determine Training technique for different sales team 8. Communication skills training exercises. 9. Develop CRM Strategy 10. "Evaluate competitor customer service" exercise 	30
Part C-Learning Resources		
Text Books, Reference Books, Other resources		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Chaturvedi&Chaturvedi, Customer Relationship Management, Excel Books, New Delhi. 2. H. Peeru and A Sagadevan, Customer Relationship Management, Vikas Publishing House, New Delhi. 3. Paul Greenberge, CRM – Essential Customer Strategies for the 21st Century, Tata McGraw Hill. 4. William, G. Zikmund, Raymond McLeod Jr.; Faye W. Gilbert, Customer Relationships Management,Wiley. 		
Suggested equivalent online courses: e-reading:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. http://business.bt.com/assets/pdfs/CRM-best-practices-adoption-paper.pdf 2. http://crm.dynamics.com/docs/CRM Investment in a Down Economy FINAL.pdf 3. http://www.tsgonestop.com/sfdcvssiebel.pdf 4. https://mmimert.edu.in/images/digital-library/customer-relationship-management.pdf 5. http://sjput.in/pdf/markiv_crm.pdf 		



(PROF.PAVAN MISHRA)
Chairman
Central Board of Studies (Commerce)
Department of Higher Education Govt. of M.P.

Part A Introduction		
कार्यक्रम: सर्टिफिकेट / डिप्लोमा / डिग्री	कक्षा : <input type="text"/>	द्वितीय वर्ष सत्र: 2022-2023
कोर्स कोड	V2- COM- SALT	
पाठ्यक्रम शीर्षक	ग्राहक संबंध प्रबंधन	
कोर्स टाइप	वोकेशनल	
पूर्व-आवश्यकता	आवश्यक नहीं	
कोर्स परिणाम	<p>पाठ्यक्रम पूरा करने के बाद, छात्र सक्षम होंगे-</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. विद्यार्थी ग्राहक संबंध प्रबंधन के मूल सिद्धांतों को समझने में सक्षम होंगे 2. विद्यार्थी सीआरएम की अवधारणाओं को समझने में सक्षम होंगे 3. विद्यार्थी विनिर्माण, सेवा, कॉल सेंटर आदि जैसे विभिन्न क्षेत्रों में सीआरएम प्रथाओं को जानने के लिए सक्षम होंगे। 4. विद्यार्थी सीआरएम रणनीति विकास की प्रक्रिया से परिचित होंगे। 5. डेटा माइनिंग के लिए विभिन्न तकनीकी उपकरणों को लागू करना और संगठनों में सीआरएम का सफल कार्यान्वयन भी करना। 6. ई-सीआरएम और ई-सीआरएम प्रौद्योगिकियों की अवधारणा के संबंध में ज्ञान का प्रसार करना। 7. विद्यार्थियों को संगठनों में ग्राहक संबंध प्रबंधन के कार्यान्वयन से संबंधित तकनीकी और मानवीय मुद्दों को समझने में सक्षम बनाना। 	
अपेक्षित नौकरी की भूमिका / कैरियर के अवसर	भारत में या विश्व स्तर पर बैंकिंग, वित्त, लेखा, बीमा, कानूनी, बिक्री, विपणन, आईटी, विनिर्माण, प्रबंधन परामर्श, सार्वजनिक क्षेत्र, अनुसंधान और परामर्श जैसे क्षेत्रों में अवसर।	
क्रेडिटमूल्य	4	
वुल अंक		
भाग ब: पाठ्यक्रम की सामग्री		
क्र.स.	विषय	व्याख्यान की संख्या
1.	ग्राहक संबंध प्रबंधन में उभरती अवधारणाएं : ग्राहक संबंध प्रबंधन परिभाषा, आवश्यकता और महत्व : ग्राहक संबंध प्रबंधन की अवधारणात्मक रूपरेखा, वैल्यू पिरामिड, कस्टमर इंटरैक्शन साइकिल, कस्टमर प्रोफाइलिंग और टोटल कस्टमर एक्सपीरियंस, ग्राहक संबंध प्रबंधन ब्यूरचन के लक्ष्य और बाधाएं, ग्राहक संबंध प्रबंधन सॉल्यूशंस मैप, व्यक्तियों से चर्चा, प्रक्रियाओं और प्रौद्योगिकी, ग्राहक संबंध प्रबंधन मिथक।	6
2.	ग्राहक संबंध प्रबंधन एक व्यावसायिक रणनीति के रूप में : ग्राहक संबंध प्रबंधन - मुद्दे और रणनीतियाँ, प्रभावी ग्राहक संबंध प्रबंधन के माध्यम से बाजार जीतना, ग्राहक संबंध प्रबंधन एक व्यावसायिक रणनीति के रूप में, ग्राहक संबंध प्रबंधन प्रक्रिया, ग्राहक ज्ञान प्रबंधन के माध्यम से प्रभावी ग्राहक संबंध प्रबंधन, ग्राहक संपर्क प्रबंधन, सीआरएम में कॉल सेंटर प्रबंधन। सीआरएम में ग्राहक केंद्रितता - ग्राहक केंद्रितता की अवधारणा, ग्राहक स्पर्श बिंदु, ग्राहक सेवा, ग्राहक के जीवनकाल मूल्य को मापना-। ग्राहक जीवन चक्र प्रबंधन।	8

3.	ग्राहक संबंध प्रबंधन और कार्यान्वयन के लिए तकनीकी उपकरण :सीआरएम के लिए डेटा माइनिंग - कुछ प्रासंगिक मुद्दे, भविष्य में ई-सीआरएम समाधान के बदलते पैटर्न, सीआरएम का समर्थन करने के लिए एक ग्राहक केंद्रित आईटी संगठन की संरचना करना, ग्राहक संबंध परिणियोजित करने के लिए संगठनात्मक ढांचा, लाभप्रदता को मापना सीआरएम कार्यान्वयन -चरणबद्ध प्रक्रिया द्वारा निर्धारित।	8
.4	ग्राहक संबंध प्रबंधन सेवाएं :भारत में सेवा उद्योग में ग्राहक संबंध प्रबंधन की स्थिति, अस्पताल सेवाओं के लिए सीआरएम की प्रासंगिकता, बैंकिंग और वित्तीय सेवाओं में ग्राहक संबंध प्रबंधन, बीमा क्षेत्र में सीआरएम, आपूर्ति-मांग बेमेल और सीआरएम पर उनका प्रभाव, सीआरएम का अतीत, वर्तमान और भविष्य,	8

व्यावहारिक) प्रैक्टिकल (:-		
1.	बिक्री भूमिका निभाने वाले अभ्यास	30
2.	एक प्रभावी सक्रिय सुनने का अभ्यास।	
3.	संपर्क डेटा को आसानी से स्टोर और प्रबंधित करें और संपर्कों के साथ बातचीत करें (ईमेल भेजें, फोन कॉल रिकॉर्ड करें, नोट्स लें, बिक्री गतिविधियों को लॉग करें और मीटिंग शेड्यूल करें)	
4.	डेटा पर रिपोर्ट, पूर्वानुमान और विश्लेषण करें।	
5.	ग्राहक सेवा प्रतिनिधियों की योजना बनाएं	
6.	सीआरएम के लिए सर्वोत्तम प्रथाओं की पहचान और कार्यान्वयन	
7.	विभिन्न बिक्री टीम के लिए प्रशिक्षण तकनीक निर्धारित करें	
8.	संचार कौशल प्रशिक्षण अभ्यास। सीआरएम रणनीति विकसित करें प्रतिस्पर्धी ग्राहक सेवा का मूल्यांकन करने का अभ्यास	

भाग सी:- सीखने के संसाधन

क्र.स.	लेखक	पुस्तक शीर्षक	प्रकाशक
1.	डॉ.आर.एल.पाटनी	विज्ञापन और बिक्री प्रबंधन	संजीव प्रकाशन नईदिल्ली
2.	आर. एल. नौलखा	विज्ञापन और बिक्रय प्रबंधन	रमेश बुक डिपो आगरा
3.	एस.पी.माथुर	बिक्रय प्रबंधन	Rajasthan Hindi Grantha Academy
4.	डॉ.राम रतन यादव	ग्राहक संबंध प्रबंधन	संध्या प्रकाशन प्रा.लोमि.
5.	मनमोहन राजन	ग्राहक संबंध प्रबंधन	भाषा प्रकाशन नईदिल्ली

आन लाइन ब्र ब लिंक :-

1. https://hi.wikipedia.org/wiki/ग्राहक_संबंध_प्रबंधन
2. <https://ncert.nic.in/textbook/pdf/lhbs203.pdf>
3. https://www.hmoob.in/wiki/Customer-relationship_management
4. https://www.taxmann.com/bookstore/bookshop/bookfiles/9789389368031_content.pdf



(PROF.PAVAN MISHRA)

Chairman

Central Board of Studies (Commerce)

Department of Higher Education Govt. of M.P.