

DUNYODAGI MASHXUR AMAZON SAVDO KOMPANIYASINING MARKETING STRATEGIYALARINI TAHLIL QILISH

Tog'ayeva Gulixon Zafar qizi
Qarshi xalqaro universiteti o'qituvchisi
E-mail: gulitogayeva28@gmail.com

Annotatsiya: Dunyo iqtisodiyotida o'z o'rniga ega bo'lgan mashxur kompaniyalarining marketing tizimini o'rganish va ularni tahlil qilib mamlakatimiz iqtisodiy tizimiga tatbiq etish muhim hisoblanadi.

Kalit so'zlar: marketing, reklama, strategiya, sotish, mahsulotni diversifikatsiya qilish, chakana savdo, dinamik narxlash strategiyasi, sheriklik marketinggi.

Abstract: It is important to study the marketing system of famous companies that have a place in the world economy and analyze them and apply them to the economic system of our country.

Keywords: marketing, advertising, strategy, sales, product diversification, retail, dynamic pricing strategy, partnership marketing.

Аннотация: Важно изучить маркетинговую систему известных компаний, занимающих место в мировой экономике, проанализировать ее и применить к экономической системе нашей страны.

Ключевые слова: маркетинг, реклама, стратегия, продажи, диверсификация продукции, розничная торговля, стратегия динамического ценообразования, партнерский маркетинг.

Hammaga ma'lumki, dunyo iqtisodiyotida o'z o'rniga va brendiga ega bo'lgan, ularning nomlarini eshitmagan insonlar juda kam bo'lgan juda ko'plab kompaniyalar mavjud. Ularning o'z iqtisodiy tizimi, o'z marketing strategiyalari va boshqaruv usullari mavjud. Quyida biz o'sha mashxur kompaniyalarning biri bo'lgan Amazon savdo kompaniyasining marketing strategiyalarini o'rganib, tahlil qilamiz va mamlakatimiz iqtisodiy tizimiga qaysilarini tatbiq etishimizni belgilab olamiz.

AMAZONNING MUVAFFAQIYATGA ERISHGAN 7 TA ASOSIY MARKETING STRATEGIYASI:

Platforma kichik onlayn kitob do'konidan chakana savdo gigantigacha uzoq yo'lni bosib o'tdi. U o'z mavqeini o'z xaridorlariga eng yaxshi tajriba bilan ta'minlash va marketing strategiyasini maqsadiga muvofiq ishlab chiqish orqali qo'lga kiritdi. Bugungi kunda milliardlab odamlar turli xil katalog, arzon narxlar va yuk tashish qulayligi uchun saytga tashrif buyurishadi. Amazon oddiy marketing usullari biznesingizni kengaytirishga qanday yordam berishining ajoyib

namunasidir. Kompaniyaning muvaffaqiyati imperiya qurish uchun ijodiy g'oyalar kerak emasligini isbotlaydi. Siz shunchaki maqsadli bozor nuqtai nazaridan o'ylashingiz kerak. Bu yerda Amazon o'z sotuvlarini oshirish uchun yillar davomida foydalangan yettita asosiy marketing strategiyasi bilan o'rtoqlashdim. Ushbu usullar sizga g'oyalarni o'ylab topishga va kompaniyangiz uchun mustahkam o'yin rejasini ishlab chiqishga yordam beradi:

1. SEO Strategiyasi:

Amazon o'z imkoniyatlarini kengaytirish va yangi imkoniyatlarni kashf qilish uchun SEO strategiyasiga tayanadi. Sizga ma'lumki, SEO optimallashtirish Mahsulotlaringizni Googleda topishni osonlashtirish uchun brendingiz ko'rinishini oshiradigan marketing taktikasi. Amazon Google uchun SEO strategiyalarini qo'llaydi va sotishni yaratish uchun o'z veb-sayt qidiruv tizimlari. Siz bilasizmi, ishonchim komil emas, lekin Amazon o'z veb-saytida sotuvchilar bilan bir qatorda bir nechta xususiy brendlarni sanab o'tadi. Platforma o'z veb-saytida 2 milliondan ortiq mahsulotlarni taqdim etganligi sababli, Amazon ob'ektlarni xususiyatlariga ko'ra tartiblash uchun algoritm tizimini o'rnatdi. U Google kabi mijozlarga eng yaxshi takliflarni taklif qiladigan mahsulotlarni qidiruv natijalarida ko'rsatadi. Algoritm kompaniyaga o'z xaridorlari haqida ma'lumot to'plash va undan foyda olish uchun foydalanishga yordam beradi. Qanday? Amazon saytning SEO ko'rsatkichlaridan odamlarning xohish-istaklarini aniqlash, o'z tarkibini tegishli kalit so'zlarga nisbatan optimallashtirish va raqobatbardosh narxlarda o'z istiqbollarini oshirish uchun foydalanadi. Ya'ni, kompaniya sotuvchining sotuvini kuzatib boradi va yuqori talabga ega bo'lgan mahsulotlarni aniqlaydi va bir xil narsalarni shaxsiy yorliq yordamida sotishni boshlaydi. Bu juda ayyor ishdek tuyulishi mumkin, lekin tan olishingiz kerak, bu ajoyib strategiya. Bu Amazonga ruxsat beradi qo'rg'oshinlar yaratish ham Google, ham o'z platformasidan. Xuddi shu texnikadan foydalanadigan boshqa brendlarni ham topasiz. Misol uchun, Sephora mashhur kosmetika brendlari bilan birga o'zining shaxsiy yorlig'ini taqdim etadi yoki Walmart uy mahsulotlarini nisbatan arzon narxda sotadi. Amazon shunchaki bu borada nozikroq.

2. PPC Reklamalari Va Sheriklik Marketingi

Amazon platformani targ'ib qilish uchun deyarli har bir marketing kanalidan foydalanadi. Kompaniya xodimlari email marketing, bosma ommaviy axborot vositalari, ijtimoiy tarmoqlar va hatto reklama va reklama taxtalari. Trafikni jalb qiladigan har qanday narsa Amazon ro'yxatida. Ammo kompaniyaga eng ko'p foyda keltiradigan narsa uning PPC va sheriklik dasturlari. PPC - to'lov boshiga bosish uchun qisqartirilgan atama; Har bir bosish uchun pul to'laydigan reklama usuli. PPC reklamalari yordamida mahsulotingizni targ'ib qilish uchun Amazondan foydalanganingizda, sotishdan qat'i nazar, reklamalaringiz keltirgan har bir bosish uchun Amazonga to'laysiz. Affiliate marketing bu reklama usuli bo'lib, unda siz

uchinchi tomondan (affillangan marketolog deb ataladi) mahsulotingizni reklama qilishni va ular olib kelgan sotuvlar soniga qarab sotuvchiga haq to'lashni so'rashingiz mumkin. Affiliate odatda faqat savdo sodir bo'lganda to'lanadi. Biroq, bu sub'ektivdir va ba'zida filiallar har biri uchun to'lanadi qo'rg'oshin shuningdek. Har ikkisi ham juda tejamkor va foydali natijalar beradi. Agar siz shtatlarni tekshirsangiz, PPC deyarli hosil qiladi 200% sarmoyalar rentabelligi, va sheriklik marketingi global savdoning 16 dollariga teng. Har holda, mavzuga qaytsak. Amazon B2B mijozlariga xizmat qilganligi sababli, kompaniya o'z mijozlariga yordam berish uchun PPC va assotsiatsiya dasturlarini taklif qiladi. Lekin, aslida, dasturlar Amazonni ko'proq osonlashtiradi. Buni shu tarzda aytishga ijozat bering. PPC reklama savdogarlarga Amazonda o'z mahsulotlarini homiylik qilish imkonini beradi. Boshqa tomondan, uning hamkorlik dasturi sotuvchilarga Google-dan etakchilarni yaratish uchun tashqi blog xizmatlarini sotib olish imkonini beradi. PPC ham, sherik dasturlar ham mavjud *texnik jihatdan* Amazon mahsulotlari, ular kompaniyaga saytga trafikni olib kelishga yordam beradi. Agar sotuvchi o'z mahsulotlarini targ'ib qilish uchun mehmon blogini yuritayotgan bo'lsa, tadbirkor do'konga trafikni yo'naltirish uchun "Amazon" ni eslatishi kerak. Bu, tasodifan, platformani reklama qiladi. Shu bilan bir qatorda, agar PPC Amazonning ichki mahsuloti bo'lsa, bu Amazonga undan o'z foydasiga foydalanishga erkinlik beradi. Oxir oqibat, bundan ikkala tomon ham foyda ko'radi. Ajoyib, shunday emasmi?

3. Mahsulotni Diversifikatsiya Qilish

Mahsulotni diversifikatsiya qilish Amazonning asosiy marketing strategiyasi bo'lib, kompaniyaning global muvaffaqiyatiga olib keldi. Agar Amazon tarixiga nazar tashlasangiz, kompaniyaning mahsulot liniyasi dastlab faqat kitoblardan iborat edi. O'sha paytda kitob ulgurji bozoriga osongina kirish mumkin edi va kitobxonlar uchun onlayn bozor yaratish yaxshi fikr edi. Jeff Bezos. Ammo vaqt o'tishi bilan u kitoblarga tayanish Amazonning o'sishiga to'sqinlik qilishi mumkinligini tushundi va ko'proq narsalarni qo'shishni boshladi. Keyinchalik Amazonning mahsulot assortimenti kengaydi va uning katalogi kitoblar, elektronika, dasturiy ta'minotdan uy-ro'zg'or buyumlarigacha o'sdi.

Kompaniyaning chakana savdosi yo'lga qo'yilgach, Amazon o'zining veb-xizmatlarini va Prime obunalarini ishga tushirdi. Asta-sekin, B2B mijozlar bazasi ko'payganligi sababli, Amazon qulay tarzda PPC va hamkorlik dasturini taqdim etdi. Amazonning barcha mahsulotlari alohida bo'lsa-da, ular bir-biri bilan bog'lanadi. Kompaniya mahsulotlarni diversifikatsiya qilish orqali amalda butun ekotizimni qurdi. Jeff Bezos o'z intervyularidan birida shunday degan edi: *Bilasizmi, narsalar unchalik tez rivojlanmaydi. Bu juda g'ayrioddiy va bu meni o'ylashni boshladi: "Qanday narsa biznes-reja Bu o'sish kontekstida mantiqiy bo'lishi mumkinmi?". U o'zgaruvchan tendentsiyalar va mijozlar talabini qondirish uchun vaqti-vaqti bilan*

yangi mahsulotlarni joriy qilish imkonini beruvchi juda moslashuvchan biznes modelini yaratdi.

4. Dinamik narxlash strategiyasi

Amazonning eng katta afzalligi uning narx strategiyasidir. Platforma bozorda eng arzon mahsulotlarni taklif qilmaydi. Shunga qaramay, Amazon mijozlarning katta hovuziga ega. Qanday? Amazon butun yil davomida sotishni yaratish uchun xarajatlar bo'yicha etakchilik strategiyalari va dinamik narxlash tuzilmalaridan foydalanadi. Xarajatlarni boshqarish rejasi odatda mahsulotingizni narx-navoga ega bo'lgan auditoriya uchun jozibador qilish uchun narxlarni pasaytirishni o'z ichiga oladi. O'z inventarlarini ommaviy ishlab chiqaradigan kompaniyalar tovar-moddiy boyliklarni ko'p miqdorda sotish uchun ushbu turdagi modeldan foydalanadilar. Boshqa tomondan, dinamik narxlash tuzilishi sizning eng yaxshi stavkangizni belgilash uchun narxlaringizni o'zgartirishni talab qiladi maqsadli auditoriya mahsulotingiz uchun pul to'lashga tayyor bo'ladi. Amazon o'zining ko'p qirrali mahsulot qatorlari uchun turli narxlash tuzilmalaridan foydalanadi. Kompaniya narxlarga sezgir xaridorlarni jalb qilish uchun o'zining chakana biznesi uchun arzon narxlarni taklif qiladi. Biroq, past narxlar ko'pincha foyda marjasini qisqartirganligi sababli, Amazon yo'qotishlarni qoplash uchun narxlarni muntazam ravishda o'zgartiradi. Kompaniya bulut xizmatlariga o'xshash dinamik narxlash usulini qo'llaydi. U mijozlarni jalb qilish va mijozlar o'z biznesini kengaytirishi bilan keyinroq daromad olish uchun to'lov rejasini taklif qiladi. Bu, birinchi navbatda, Amazon qanday qilib daromad oladi va hali ham cho'ntak uchun qulay platforma sifatida bozorda o'z mavqeini saqlab qoladi.

5. Uzluksiz yuk tashish tajribasi

Uzluksiz tarqatish strategiyasi takroriy mijozlarni jalb qilishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Ko'pgina onlayn bozorlar, masalan, eBay, faqat xaridorlar va sotuvchilarni ulash uchun joy taklif qiladi. Kompaniyaning o'zi bu bilan shug'ullanmaydi yuk tashish; yetkazib berish jarayon va uning o'rniga chet elga yetkazib berishni kuzatish imkoniyatlarini taqdim eting. Bu korxonani firibgarlik va salbiy fikr-mulohazalarga qarshi himoyasiz qoldiradi. Onlayn chakana sotuvchilar o'z xaridorlarini himoya qilish uchun pulni qaytarish imkoniyatlariga ega bo'lsa-da, kompaniya hali ham savdoni yo'qotadi. Amazon uzluksiz yetkazib berish tajribasi tufayli takroriy mijozlarining 60 foizini oladi. Odamlar posilkani o'z vaqtida olishlariga ishonch hosil qilish uchun u yaxshi tashkil etilgan tarqatish tarmog'iga ega. Kompaniya butun dunyo bo'ylab taxminan 185 ta to'ldirish markazlarini boshqaradi va mijozlarga jo'natishdan oldin inventarni o'z omborida saqlaydi. Buyurtmalarni bajarish markazlari Amazon yuk tashish xarajatlarini sezilarli darajada qisqartiradi va etkazib berishni tezlashtiradi. Bundan tashqari, buyumlarning jismoniy mavjudligi Amazonga yetkazib berish muammosiz ishlashini ta'minlash uchun mahsulotning tezkor mavjudligini

tekshirish imkonini beradi. Chakana savdo do'koni o'z mijozlariga bir nechta yuk opsiyalarini taqdim etish uchun ichki etkazib berish furgonlaridan va uchinchi tomon xizmatlaridan foydalanadi. Bu Amazon uchun juda yaxshi ishladi.

6. Optimallashtirilgan UI dizayni.

Odamlar, asosan, jozibador narxlar va yetkazib berish qulayligi uchun Amazondan xarid qilishadi. Ammo Amazonni xaridorlar uchun eng jozibador qiladigan yana bir omil bor.

Bu platformaning UI dizayni. Amazon UI atayin foydalanuvchilarni jalb qilish uchun yaratilgan. U nafaqat odamlarga o'zlari qidirayotgan narsalarni osongina qidirishga yordam berish, balki interaktiv xususiyatlar bilan ularni qiziqtirish uchun izchil qidiruvga yo'naltirilgan tartibga ega. Agar siz Amazon saytini o'rgansangiz, har bir sahifada qidiruv paneli va natijalaringizni qisqartirish uchun keng filtrlarni topasiz. Ikkala xususiyat ham qidiruv natijalarini shaxsiylashtiradi va xarid jarayonini tezlashtiradi. Saytda qo'shimcha ravishda odamlarning qiziqishini uyg'otish va shu bilan birga kam talab qilinadigan mahsulotlarni o'zaro sotish uchun mahsulot tavsiyalari ko'rsatiladi. Bundan tashqari, unda xaridorlarga real vaqtda fikr-mulohazalarni ko'rishga yordam beradigan ko'rib chiqish bo'limi va xaridni osonlashtirish uchun to'g'ridan-to'g'ri chiqish jarayoni mavjud.

Shuni aytish kerakki, Amazonning har bir xususiyati foydalanuvchi tajribasini yaxshilashga qaratilgan. Odamlarning 50% dan ortig'i Amazondan sotib oladi, chunki ular platformasida harakat qilish oson va nihoyatda qulay. Bu Amazonning yuqori trafikli platformalar ro'yxatining birinchi o'ntaligiga kirishining yana bir sababi.

7. Mijozlarning Sodiqligi

Amazon eng yuqori mijozlarni ushlab turish stavkalaridan biriga ega. AQSh bozorining deyarli yarmi platformada takroriy xaridlarni amalga oshiradi va Amazonning asosiy a'zolarining deyarli 91 foizi uning uzoq muddatli mijozlari hisoblanadi. Sizningcha, Amazon qanday qilib sodiq muxlislar bazasiga ega bo'ldi? Kompaniyaning kuchi mijozlarga xizmat ko'rsatishda. Amazon o'z mijozlarining xariddan mamnun bo'lishini ta'minlash uchun imtiyozlar, qulay xarid variantlari, keyingi xizmatlar va a'zolik imtiyozlarini taklif etadi. Bosh a'zolarining 48% bepul yetkazib berish, chegirmalar va issiq chegirmalarga erta kirish uchun har hafta xarid qiladi. Odamlarning 66% dan ortig'i Amazonda mahsulot qidiradi, chunki uning keng qamrovli qidiruv funksiyasi va mahsulotlarning keng tanlovi. Va ko'pchilik platformani uzluksiz qaytarish jarayoni tufayli ishonchli deb hisoblaydi. Sodiq mijozlar bazasini yaratish biznesning qiyin jihatlaridan biridir. Amazon ham mijozlarning sodiqligini qozonishning eng yaxshi yo'lini topishda yillar davomida kurashdi. Lekin u orqali mijozlarga yo'naltirilgan marketing strategiyalari, kompaniya odamlarning sodiqligini qozondi.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, Amazonning marketing modeli yangi sotuvchilar uchun ajoyib ilhomdir. So'nggi o'n yil ichida Amazon hayratlanarli darajada daromadlarini oshirdi 34 milliard dollardan 386 milliard dollargacha bo'lgan va o'z mijozlarini mamnun qilish orqali brend imidjini yaratgan. Kompaniya odamlarni mahsulotingizni sotib olishga nima majbur qilayotganini kuzatadi va unutilmas xarid qilish tajribasini taqdim etish uchun innovatsiyalar, tendentsiyalar va texnologiyalar kombinatsiyasidan foydalanadi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib shuni aytishimiz mumkinki, mamlakatimizdagi endi rivojlanib kelayotgan savdo platformalari o'z marketing strategiyalarini Amazon savdo kompaniyasining marketing strategiyalari bilan taqqoslab, tahlil qilib, amalda qo'llasalar dunyo iqtisodiyotida o'z o'rinlarini egallay olishadi.

Foydalanilgan adabiyotlar va internet saytlari ro'yxati:

1. Xalqaro marketing. I.I. Xamidov. Toshkent-2021.
2. www.squeeze-growth.com.