

## 2024 YILDA IJTIMOIIY MEDIA MARKETINGI: ASOSIY QO'LLANMA

*Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti  
Samarqand filiali assistenti  
Rajabov Jaxongir*

**Annotatsiya.** *Ijtimoiy media marketingi ko'plab yirik va kichik korxonalarining bozor aralashmasining muhim tarkibiy qismiga aylandi. Axir, butun dunyo bo'ylab 4,9 milliard odam ijtimoiy media platformalaridan foydalanadi va shuning uchun ijtimoiy tarmoqda mavjud bo'lish hozirgi va potentsial mijozlar bilan bog'lanishning yaxshi usuli hisoblanadi. Sizning sohangizdan qat'i nazar, ijtimoiy media maqsadli auditoriyangizga erishish, brendingizni mustahkamlash, sodiq mijozlar bazasini yaratish va daromadingizni oshirishning samarali usulidir. Ushbu maqola ijtimoiy media marketingi haqida bilishingiz kerak bo'lgan hamma narsani, jumladan, bu nima, u qanday ishlaydi, eng yaxshi strategiyalar va uni qanday amalga oshirishni batafsil bayon qiladi.*

**Annotation.** *Social media marketing has become a vital component to the market mix of many businesses—large and small. After all, there are 4.9 billion people who use social media platforms worldwide and so having a presence on social is a good way to connect with both current and potential customers alike. No matter your industry, social media is an effective way to reach your target audience, strengthen your brand, establish a loyal customer base and increase your revenue. In this guide, we detail everything you need to know about social media marketing, including what it is, how it works, the best strategies and how to implement it.*

**Kalit so'zlar:** SEO, Platforma, Kontent, HashTag, Analitika, Profil

### **Ijtimoiy media marketingi nima?**

Ijtimoiy media marketingi sizning brendingiz va takliflaringizni ideal mijozlaringizga targ'ib qilish uchun ijtimoiy media platformalaridan foydalanadigan raqamli marketing turidir. Ommabop e'tiqoddan farqli o'laroq, bu sizning biznes hisoblaringizdagi tasodifiy xabarlardan ko'proq narsani o'z ichiga oladi. Samarali ijtimoiy media marketing kampaniyasi yaxshi strategiya va rejalashtirishni talab qiladi.

Biznes profillaringizni yaratganingizdan so'ng, ularni saqlashingiz va optimallashtirishingiz kerak bo'ladi. Keyin, siz nima joylashtirasiz, qachon joylashtirasiz va qaerga joylashingizni tavsiflovchi kontent taqvimini ishlab chiqishni xohlaysiz. Sizning postlaringiz, ehtimol, sizning brendingizni ijobiy nuqtai nazardan joylashtiradigan va tegishli auditoriyani jalb qiladigan matn, rasmlar, videolar va hikoyalar kombinatsiyasini o'z ichiga oladi.

Noyob, muntazam xabarlariga qo'shimcha ravishda siz o'z obro'ingizni kuzatib borish va jamoa yaratish uchun sharhlar, yoqtirishlar va ulashishlarga javob berasiz. Byudjetingiz va aniq maqsadlaringizga qarab, ijtimoiy media marketingi sizning brendingizni kerakli vaqtda kerakli odamlar oldida ko'rsatishga imkon beruvchi pullik ijtimoiy reklamalarni ham o'z ichiga olishi mumkin.

### **Ijtimoiy media marketingining afzalliklari**

Ommabopligi va ko'p qirraliligi tufayli ijtimoiy media biznesingizni marketing uchun kuchli vositadir. Bundan tashqari, an'anaviy marketingning boshqa turlaridan farqli o'laroq, e'lonlar taxtasi, bosma reklama va radio spotlaridan farqli o'laroq, juda o'lchanadi. Ijtimoiy media marketingining eng diqqatga sazovor afzalliklari quyidagilardan iborat.

- **Biznesingizga inson elementini qo'shing:** Ijtimoiy media platformalari sizning hozirgi va bo'lajak mijozlaringiz bilan muloqot qilish imkonini beradi. Ulardan to'g'ri foydalansangiz, siz "o'z brendingizni insoniylashtirish" va auditoriyangiz bilan chuqurroq aloqa o'rnatishingiz mumkin bo'ladi.
- **Trafikni yo'naltirish:** Ijtimoiy tarmoqdagi postlaringizda veb-saytingizga havolalar qo'shish orqali siz unga tegishli trafikni olib kelasiz. Ushbu turdagi trafik qidiruv tizimini optimallashtirish uchun mo'jizalar yaratishi va tashrif buyuruvchilarni mijozlarga aylantirishi mumkin. Trafikni boshqarishning yana bir asosiy usuli - qidiruv tizimini optimallashtirish (SEO). SEO va eng yaxshi SEO xizmatlari haqida ko'proq bilib oling.
- **Imtiyozlarni yaratish:** Uchrashuvni band qilish va harakatga chaqirish tugmalari, Facebook va Instagram do'konlari va to'g'ridan-to'g'ri xabar almashish kabi xususiyatlar tufayli siz ijtimoiy media orqali takliflar va konversiyalarni yaratishingiz mumkin. Etakchilar va konversiyalar sizning daromadingizni oshirishning ishonchli usulidir.
- **Brend xabardorligini oshiring:** Agar siz boshlang'ich yoki kichikroq biznes bo'lsangiz, ijtimoiy media marketingi sizga o'z brendingizni ko'rsatish imkoniyatini beradi. Siz undan qanday qilib raqobatchilaringizdan farqli ekanligingizni (va umid qilamanki, yaxshiroq) tushuntirish uchun foydalanishingiz mumkin.

### **Biznes uchun 7 ta eng yaxshi ijtimoiy media marketing platformalari**

Ijtimoiy strategiyani ishlab chiqishda siz foydalanmoqchi bo'lgan bir qator ijtimoiy media marketing platformalari mavjud. Variantlaringizni o'rganar ekansiz, ba'zi platformalar sizning brendingiz va maqsadli auditoriyangizga boshqalarga qaraganda yaxshiroq mos kelishini topasiz. Ijtimoiy media marketingining kuchidan foydalanishga yordam beradigan bir nechta platformalar haqida qisqacha ma'lumot.

#### **1. Facebook**

Facebook eng mashhur ijtimoiy media platformasi bo'lib, uni deyarli har qanday biznes uchun oqilona tanlov qiladi. Siz undan brend xabardorligini oshirish,

izdoshlarni orttirish, yetakchilarni yaratish va sotishni oshirish uchun foydalanishingiz mumkin. Shuningdek, u juda moslashtirilgan, maqsadli reklamalarni namoyish qilish imkoniyatini taqdim etadi. Shuni yodda tutingki, Facebook ijtimoiy media marketingi uchun samarali platforma bo'lsa-da, u juda ko'p raqobat bilan birga keladi.

## **2. Instagram**

Instagram rasmlarni almashish uchun asosiy platforma sifatida boshlandi. Vaqt o'tishi bilan u brendlar o'z tomoshabinlarini jozibali fotosuratlar va videolar bilan jalb qiladigan joyga aylandi. Instagram shuningdek, marketing harakatlaringizni keyingi bosqichga olib chiqadigan hikoyalar, makaralar, jonli translyatsiyalar va do'konlarni taklif etadi. Agar sizning biznesingiz mahsulot yoki xizmatlaringizni sotish uchun vizuallarga tayansa, Instagram bilan xato qilolmaysiz.

## **3. Twitter**

Twitter matn, rasmlar, animatsion GIF, video va havolalar bilan "tvitlar" deb nomlangan qisqa postlardan foydalanadi. Siz Twitter-dan qisqa, ammo qimmatli xabarlar orqali auditoriyangiz bilan bog'lanishingiz mumkin. Sizning biznesingizning tabiatiga qarab, u sizga mijozlarga xizmat ko'rsatish, brend xabardorligini oshirish va sohangiz va maqsadli auditoriyangiz bilan bog'liq mavzular va ma'lumotlarni izlash imkonini berishi mumkin. Tvit odatda 280 tagacha belgidan iborat bo'lishi mumkin.

## **4. YouTube**

YouTube - bu oqimli ijtimoiy media platformasi va Googledan keyingi ikkinchi yirik qidiruv tizimi. Agar sizning brendingiz mazmunli video kontent yaratish istagi va qobiliyatiga ega bo'lsa, YouTube, albatta, sizning radaringizda bo'lishi kerak. YouTube bilan siz murakkab mavzularni tushuntirishingiz, qiziqarli jarayonlarni namoyish qilishingiz, takliflaringizning o'ziga xos xususiyatlarini targ'ib qilishingiz va boshqa ko'p narsalarni amalga oshirishingiz mumkin. Bu marketing strategiyangizga videolarni kiritishning ajoyib usuli.

## **5. Pinterest**

Pinterest foydalanuvchilarni ilhomlantiradigan "vizual kashfiyotlar mexanizmi" sifatida tanilgan. Foydalanuvchilar ko'pincha platformadan uylarini ta'mirlash, orzu qilingan ta'tillarni o'tkazish, to'ylarni rejalashtirish va hayotlarida boshqa orzularni amalga oshirishga yordam beradigan g'oyalarni izlaydilar. Agar sizning brendingiz foydalanuvchilarga o'z orzularini kashf qilish va ularga erishish imkonini beradigan mahsulot yoki xizmatlarni taqdim etsa, Pinterest bu borishning yo'lidir.

## **6. LinkedIn**

LinkedIn biznes tarmog'i platformasi bo'lib, agar siz B2B biznesi bo'lsangiz, ayniqsa foydalidir. U professionallarga qaratilgan va sizga sohadagi tajribangizni baham ko'rish imkoniyatini berishi mumkin. Bundan tashqari, kompaniyangizdagi ish o'rinlarini targ'ib qilish, xodimlaringiz bilan bog'lanish va hatto pullik reklama orqali mijozlarni yaratish uchun ham foydalanishingiz mumkin.



## Yaxshi ijtimoiy media marketing strategiyasining asosiy komponentlari

Agar xohlasangiz, bir nechta ijtimoiy media platformalarida joylashtirish jozibador bo'lishi mumkin bo'lsa-da, buni qilish tavsiya etilmaydi. Ijtimoiy media marketingidan chinakam foyda olish va muvaffaqiyatga erishish imkoniyatini oshirish uchun sizga mustahkam ijtimoiy media strategiyasi kerak.

Oddiy qilib aytganda, ijtimoiy media strategiyasi bu sizning ijtimoiy media maqsadlaringizni, ularga erishish uchun foydalanadigan taktikalarni va samaradorlikni o'lchash uchun kuzatadigan ko'rsatkichlarni belgilaydigan o'yin rejasi. Mana samarali ijtimoiy media strategiyasining asosiy komponentlari.

- **Brend identifikatori:** Ijtimoiy tarmoqlarga joylashtirganingizda va izdoshlaringiz bilan muloqot qilganingizda brendingizni qanday joylashtirishni xohlayotganingizni aniqlang. Siz etkazmoqchi bo'lgan xabarlar haqida o'ylab ko'ring.
- **Kontent strategiyasi:** Kontent strategiyasi sizning brendingizni rivojlantirish va ijtimoiy media platformalarida auditoriyangizni jalb qilish uchun kontentdan qanday foydalanishingizni tavsiflaydi. Sizning rejangiz qanchalik aniq bo'lsa, muvaffaqiyatga erishish ehtimoli shunchalik yuqori bo'ladi.
- **Tahlil: Ijtimoiy media tahlili** - bu ijtimoiy media platformalaringizdan ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish jarayoni bo'lib, unumdorlikni o'lchashingiz va strategiyangizni qanday yaxshilashni aniqlashingiz mumkin. Busiz siz nima qilayotganingizni yoki yo'qligini bilolmaysiz.
- **Davom etayotgan faoliyat:** Ko'pgina marketing turlari bilan bir qatorda, ijtimoiy media marketingi bir martalik bitim emas. Siz muntazam ravishda unga post qilishingiz, izdoshlaringiz bilan muloqot qilishingiz va profillaringizni optimallashtirishingiz kerak bo'ladi.

### Ijtimoiy media marketing strategiyasini qanday yaratish mumkin

Endi siz yaxshi ijtimoiy media marketing strategiyasi nima bilan bog'liqligini bilganingizdan so'ng, uni qanday yaratishni qiziqtirgan bo'lishingiz mumkin. Agar siz ushbu bosqichlarni bajarsangiz va o'zingizning ixtiyoringizda bo'lgan barcha resurslardan foydalansangiz, siz o'z biznesingizni yo'lga qo'yasiz va ijtimoiy media muvaffaqiyati uchun brend bo'lasiz.

#### 1. Biznesingiz uchun maqsad va vazifalarni belgilang

Avvalo, ijtimoiy media marketing harakatlari bilan nimaga erishmoqchi ekanligingizni o'ylab ko'ring. Ehtimol, sizning asosiy ustuvorligingiz brend xabardorligini oshirishdir. Yoki onlaynda ko'proq mijozlarni yaratmoqchisiz. Maqsadlaringizni belgilaganingizdan so'ng, foydalanishni rejalashtirgan har bir kanal uchun ko'rsatkichlarni o'rnatish. Siz ko'rib chiqishingiz mumkin bo'lgan ko'rsatkichlarning bir nechta misollari orasida kirish, taassurotlar, tomoshabinlarning o'sish tezligi va videoni yakunlash tezligi kiradi.

## 2. Auditoriyangizni tushuning

Maqsadli auditoriyangizni o'ziga jalb qiladigan va ilhomlantiradigan kontentni ishlab chiqish uchun siz ularning kimligini va ular bilan nima rezonanslashayotganini bilib olishingiz kerak. Ularning yoqtirgan va yoqtirmagan tomonlarini o'rganish uchun fokus-guruhlar, intervyular va so'rovlar o'tkazishingiz mumkin. Sizning brendingiz va raqobatchilaringiz brendlarga tegishli suhbatlar va tendentsiyalarni tahlil qiladigan ba'zi ijtimoiy tinglovlarni amalga oshirish ham yaxshi fikr.

## 3. Raqobatchilaringizni o'rganing

Oxir-oqibat, maqsadli auditoriyangiz raqobatchilaringiz o'rniga sizni tanlashini xohlaysiz. Shuning uchun raqobatchilarni o'rganish juda muhimdir. Bu sizga raqobatchilaringiz ijtimoiy tarmoqlarda nima qilayotgani haqida tushuncha berishi va o'zingizning ijtimoiy strategiyangiz uchun g'oyalarni berishi mumkin. Shuningdek, bu sizga qutidan tashqarida o'ylash va brendingiz ajralib turishiga imkon beradigan yangi tarkibni yaratishga imkon beradi. Raqobatchilarni o'rganayotganda, eng ko'p o'zaro ta'sir va ishtirokni keltirib chiqaradigan tarkibga e'tibor qarating. Bir oz ilhom olish uchun o'z sohangizda ta'sir o'tkazuvchilarni qidirishni unutmang.

## 4. Platformalaringizni tanlang

Barcha ijtimoiy media platformalari bir xil yaratilgan emas. Siz uchun to'g'ri platformalar maqsadli auditoriyangiz, sohangiz va maqsadlaringiz kabi omillarga bog'liq. Agar siz boshqa bizneslarga ulanishni xohlaydigan B2B biznesi bo'lsangiz, LinkedIn bebahodir. Ammo agar siz o'smir qizlarga mo'ljallangan kiyim-kechak butiki bo'lsangiz, TikTok - bu juda yaxshi tanlov. Esda tutingki, siz bir nechta ijtimoiy media platformalarini tanlashingiz mumkin, agar siz ularning barchasida noyob, tegishli kontentni joylashtirsangiz.

## 5. Kontentingizni rivojlantiring

Tadqiqotingizni bajarib, foydalanmoqchi bo'lgan ijtimoiy media platformalarini tanlaganingizdan so'ng, kontent strategiyasini yaratish vaqti keldi. Siz yaratgan barcha kontent brend ovozingiz yoki maqsadli auditoriyangizga etkazmoqchi bo'lgan shaxsingizga mos kelishiga ishonch hosil qiling. Shuningdek, turli platformalar uchun postlaringizni tavsiflovchi kontent taqvimini ishlab chiqing. Bundan tashqari, vaqt va qiyinchiliklarni tejash uchun tarkibingizni oldindan rejalashtirishni xohlashingiz mumkin.

### Ijtimoiy media marketingining eng yaxshi amaliyotlari

Ijtimoiy media marketing strategiyangiz ishlashini ta'minlash uchun siz amal qilmoqchi bo'lgan bir nechta eng yaxshi amaliyotlar mavjud. Ushbu sinab ko'rilgan va haqiqiy eng yaxshi amaliyotlar etakchi brendlar tomonidan qo'llanilgan va sizning boshlang'ich yoki kichik biznesingiz ijtimoiy tarmoqlarda rivojlanishiga yordam beradi.

### Tarkibingizni diversifikatsiya qiling

Turli kontent oddiy tarkib kabi muhimdir. Agar siz auditoriyangizni qiziqtirmoqchi bo'lsangiz, ularga mahsulot yoki xizmatlaringizni sotishga yordam beradigan va o'zingizni sohangizda etakchi sifatida ko'rsatishga yordam beradigan turli xil postlar bilan ta'minlang. Qanday qilish va tezkor maslahatlar, so'rovlar, savollar, tanlovlar, e'lonlar va sanoat yangiliklarini ko'rib chiqing. Shuningdek, kontentingiz tasvirlar, videolar, jonli translyatsiyalar va onlayn-do'konlar kabi turli formatlarda ekanligiga ishonch hosil qiling.

### **Izchil bo'ling**

Har bir ijtimoiy media platformasi o'z ovozi va muhitiga ega. Biroq, sizning brandingiz va identifikatoringiz, qayerda joylashishingizdan qat'i nazar, bir xil bo'lishi kerak. Agar sizning brandingiz qiziqarli va zamonaviy bo'lsa, masalan, Facebook, Instagram, Twitter va siz foydalanadigan boshqa platformalardagi postlaringiz orqali ushbu xabarni etkazing.

### **Suhbatlarda qatnashing**

Tinglovchilaringiz bilan suhbatlashish muhimligini e'tiborsiz qoldirmang. Kontentingiz bilan shug'ullanadigan va yoqtirishlar, sharhlar va baham ko'rish orqali qayta ishlaydigan foydalanuvchilar turiga e'tibor bering. Suhbatlarni jonlantirish va so'rovlar, jonli translatsiyalar va jonli savollarni o'rnatish uchun. Shuningdek, siz tanlovlar va sovg'alarni o'tkazishingiz mumkin.

### **Kontent yaratish vositalaridan foydalaning**

Auditoriyangizni ijtimoiy tarmoqlarga jalb qilish va sodiq izdoshlarni orttirish uchun siz matn bilan birga fotosuratlar, videolar, infografika va boshqa jozibali vizuallarni joylashtirishingiz kerak bo'ladi. Agar siz ularni yaratish uchun ichki grafik dizayn jamoasining hashamatiga ega bo'lmasangiz, tashvishlanmang. Canva va Freepik kabi ko'plab kontent yaratish vositalari mavjud bo'lib, shablonlari tez va arzon narxlarda vizual tasvirlarni yaratishni osonlashtiradi.

### **Hashtaglardan foydalaning**

Xeshteg - bu xesh belgisidan oldingi so'z yoki kalit so'z bo'lib, foydalanuvchilarga o'zlarini qiziqtirgan mavzularni topishga yordam berish uchun ijtimoiy media postlarida qo'llaniladi. Xabarlaringizda hashtaglardan foydalanish orqali siz o'z brandingizning ko'rinishini oshirishingiz mumkin. Aytaylik, siz buxgalteriya xizmatlarini sotasiz. Xabarlaringizga qo'shishingiz mumkin bo'lgan bir nechta hashtaglarga #CPA, #taxseason va #accounting kiradi.

### **Kontentni qayta ishlatish va qayta ishlash**

Agar sizda allaqachon brandingizga tegishli kontent mavjud bo'lsa, noldan boshlashning hojati yo'q. Siz allaqachon mavjud bo'lgan tarkibni o'zgartirishingiz mumkin va kerak. Misol uchun, mijozning sharhini oling va Facebook yoki Instagramda ushbu mijozni ta'kidlang. Yana bir g'oya - veb-saytingizning blogi yoki press-reliz bo'limidagi maqolalarni almashish.



### **Muvaffaqiyatni o'lchash uchun Analitikadan foydalaning**

Tahlildan foydalanmaguningizcha va ma'lumotlarni kuzatib bormasangiz, ijtimoiy media strategiyangiz muvaffaqiyatli yoki yo'qligini aniqlay olmasiz. Har bir ijtimoiy media platformasining o'ziga xos tahliliy xususiyatlari bor, lekin siz barcha platforma ma'lumotlarini bir joyda kuzatish uchun ijtimoiy media tahlil vositasiga ham sarmoya kiritishingiz mumkin. Siz bosishlar, sharhlar, kirish, jalb qilish darajasi, taassurotlar, ulashishlar, saqlashlar, video ko'rishlar, vaqt o'tishi bilan kuzatuvchilar o'sishi, reaksiyalar va boshqalarni kuzatishingiz mumkin.

### **Pulli ijtimoiy sohani o'rganing**

Agar sizning marketing byudjetingizda joy bo'lsa, pullik ijtimoiy reklamalarni sinab ko'rishga vaqt ajratishga arziydi. Siz taklif qilayotgan mahsulot va xizmatlar turlariga alohida qiziqish bildirishi mumkin bo'lgan foydalanuvchilar oldida reklamalaringizni joylashtirishingiz mumkin. Siz Facebook reklamalari, LinkedIn reklamalari, Instagram reklamalari va Pinterest reklamalaridan boshlashingiz mumkin.

### **Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati**

1. "The Beginner's Guide to Social Media Marketing" by Neil Patel:
2. Link: <https://neilpatel.com/what-is-social-media-marketing/>
3. "The 2020 Social Media Marketing Guide" by Hootsuite:
4. Link: <https://blog.hootsuite.com/social-media-marketing/>
5. "The Science of Social Media Marketing" by Buffer:
6. Link: <https://buffer.com/library/social-media-marketing/>
7. "Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age" by Jonah Berger
8. Järvinen, J., & Karjaluoto, H. (2015). The use of Web analytics for digital marketing performance measurement. *Industrial Marketing Management*, 50, 117-127.