

RAQAMLI MARKETING RIVOJLANISH STRATEGIYALARI

Raximbayev Musobek Komiljon o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti o'qituvchisi

Vafoyev Asadbek Normurot o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti talabasi

ANNOTATSIYA

Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyotning yo'nalishlaridan biri bo'lmish internet-marketing sohasini rivojlantirish yuzasidan fikr va mulohazalar yuritiladi. Raqamli iqtisodiyot shuningdek, internet-marketing tushunchasi yurtimizga endi kirib kelayotganligi sababli, ushbu yonalish haqida manbalar afsuski yetarlicha topilmaydi. Joriy yetishmovchiliklarni bartaraf etish maqsadida maqolada turli mulohaza va takliflar taqdim etildi.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, internet, marketing, internet marketing, internet marketing satrategiyalari, internet marketing metodlari.

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается развитие Интернет-маркетинга, одного из направлений Цифровой экономики. Поскольку цифровая экономика, а также концепция интернет-маркетинга сейчас входит в нашу страну, к сожалению, источников в этой области недостаточно. В целях устранения имеющихся недостатков в статье приводятся различные замечания и предложения.

Ключевые слова: цифровая экономика, интернет, маркетинг, интернетмаркетинг, стратегии интернет-маркетинга, методы интернет-маркетинга.

ABSTRACT

This article discusses the development of Internet Marketing, one of the areas of the Digital Economy. As the digital economy as well as the concept of internet marketing is now entering our country, unfortunately, there are not enough sources in this area. In order to address the current shortcomings, the article provides various comments and suggestions.

Keywords: digital economy, internet, marketing, internet marketing, internet marketing strategies, internet marketing methods.

KIRISH

Hozirgi kunda butun dunyo bo'ylab internet tarmoqlari shiddat bilan rivojlanmoqda. Tabiiyki bugungi axborotlashgan zamonda iqtisodiyot sohasini raqamlashtirishga bo'lgan talab yuqoridir. Ushbu yo'nalishni rivoji uchun mamlakatimizda jadal ishlar amalga oshirilmoqda. Shunga qaramasdan mazkur

yo'nalishda o'z faoliyatlarini boshlamoqchi bo'layotgan tadbirkorlar yetarlicha ma'lumotlar topishlarida nuqsonlar kuzatilmoqda. Raqamli iqtisodiyot shuningdek, internet-marketing borasida qilingan nazariy va amaliy ishlarni tahlil qilgan holda yangidan-yangi takliflar va metodlarni yaratish borasida bir qancha ilmiy izlanishlar qildik. Zero qilingan ilmiy izlanish davomida ko'plab masalalarga yechimlar topishni maqsad qildik.

МУХОКАМА

Raqamli iqtisodiyot rivojlanayotgan davrda internet hal qiluvchi o'rinni egallaydi. Bu ayniqsa internet-marketing sohasida sezilarli tasiriga ega. XX asrning o'rtalarida kashf qilingan internet, XXI asr boshlariga kelib, butun dunyo bo'ylab to'plangan turli axborotlar, ichki aloqalari, avvalo elektron tijorat uchun muhim imkoniyatlari mavjud bo'lgan katta ma'lumot manbalari kutubxonasiga aylandi. Bugungi kunda, Internet marketologlar uchun asosiy vosita va manbaa hisoblanadi. Albatta internetning rivojlanishi internet-marketingning tijorat tashkilotlari marketing faoliyati davomida alohida va muhim tarmoq sifatida rivojlanishida ta'sir qilmasdan qolmaydi. Tabiiyki yurtimizda ham internet-marketingga alohida e'tibor qaratilmoqda. Ayniqsa so'ngi yillarda internet tezligi oshganligi va har bir oilaga kirib borganligi bunga jiddiy turtki bo'ldi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3-iyuldagi PQ-3832-sonli qarori ¹ga binoan iqtisodiyotning raqamli sektorini rivojlantirish borasida davlat tomonidan keng ko'lamli chora-tadbirlar ko'rilmogda, elektron hujjat aylanishi tizimlari joriy etilmogda, elektron to'lovlar rivojlantirilmoqda va elektron tijorat sohasidagi normativ-huquqiy baza takomillashtirilmoqda.

Ma'lumotlarning taqsimlangan reyestri texnologiyalari, "sun'iy aql", superkompyuterlar imkoniyatlaridan foydalanish, shuningdek, kripto-aktivlar bo'yicha faoliyat jahonning ko'plab mamlakatlarida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Ma'lumotlarning taqsimlangan reyestri texnologiyalari nafaqat iqtisodiyotning ko'plab sektorlariga, balki davlat boshqaruvi tizimiga va boshqa jamoatchilik munosabatlariga asta-sekin joriy etilmogda.

Internet-marketingdan foydalanish an'anaviy marketingdan foydalanishga qaraganda quyidagi afzalliklarga ega.

- 1) Asosiy rolni ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga o'tkazish.
- 2) Faoliyatning globallashuvi va tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish.

Shunga ko'ra, internet-marketing xatto eng kichik yetkazib berish xizmatlarini amalga oshiruvchi tadbirkorlarga ham global miqyosda faoliyat yuritish va biznesni global miqyosda rivojlantirish imkoniyatini beradi. Internetda informatsiyalar kunutun mijozga muntazir. Bundan tashqari taqdim etilgan ma'lumotlarga o'zgarish

¹ (Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi, 04.07.2018-y., 07/18/3832/1452-son; Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi, 24.07.2021-y., 06/21/6268/0700-son; 28.04.2022-y., 06/22/121/0354-son)

kiritish osonligi va shu tariqa vaqt va harajatlarni tejab qolinishi raqamli iqtisodiyot va internet-marketingning inson hayotida naqadar muhim o'rin egallaganligini ko'rsatadi.

NATIJA

Internet-marketing strategiyalarining har xil turlarini va ular sizning biznesingizni rivojlanishiga qanday yordam berishini tushuntirib o'tamiz. Biznesni ilgari surish bo'yicha har qanday munozarada internet-marketing strategiyalari kompaniyani rivojlantirish va yetakchilarni yaratishning eng samarali, arzon usullari sifatida tilga olinadi. Ushbu strategiyalarni biznesga yordam berish uchun ishlatishdan oldin, ularning har biri nimani o'z ichiga olishi va nimani taklif qilishini tushunishimiz kerak. Internet-marketing strategiyalari quyidagi metodlarni o'z ichiga oladi:

1. Qidiruv tizimini optimallashtirish (SEO)
2. Qidiruv mexanizmi marketingi (SEM)
3. Klik(o'tish) uchun to'lov yoki qo'ng'iroq uchun to'lov (PPC)
4. Kontent marketingi
5. Ijtimoiy media marketingi
6. Elektron pochta marketingi
7. Influencer marketing
8. Hamkorlik marketingi
9. Obro'li marketing

Qidiruv tizimini optimallashtirish (SEO)

SEO yoki qidiruv tizimini optimallashtirish - bu qidiruv natijalarida organik, bepul yoki "tabiiy" joylashuvini yaxshilash uchun marketingga aloqador veb-saytlarni sozlash jarayonidir. SEO sahifadagi omillar (tarkib, tuzilma va foydalanuvchilarga qulaylik) va sahifadan tashqari omillardan (boshqa saytlardan havolalar, ijtimoiy aksiyalar, vakolatlar) iboratdir. SEO metodlari veb-saytning ba'zi elementlarini

Google talablariga javob beradigan tarzda sozlashni o'z ichiga oladi, shu bilan birga veb-sayt tashrif buyuruvchilar uchun eng yaxshi umumiy tajribani taqdim etishiga ishonch hosil qiladi. Bu metod yordamida internet-marketing tizimlarini qidiruv tizimlarida faollashtiradi.

Qidiruv mexanizmi marketingi (SEM)

Qidiruv mexanizmi marketingi yoki SEM - bu veb-sayt trafigini olish uchun pulli qidiruvdan foydalanish jarayonidir. O'tmishda SEM, SEO va pullik qidiruvni o'z ichiga olgan soyabon atama sifatida ishlatilgan. Vaqt o'tishi bilan, raqamli marketing sanoati rivojlanib borgani sari, SEM atamasi har ikkala turdagi internetmarketing strategiyalari uchun ham qo'llanilmay qoldi va odatda faqat pullik qidiruv faoliyatiga tegishli bo'ldi ([Search Engine Land](http://www.searchengineland.com) ga ko'ra).

Klik uchun to'lov yoki qo'ng'iroq uchun to'lov (PPC)

PPC marketingini ikkita asosiy toifaga bo'lish mumkin: pullik qidiruv va pullik ijtimoiy marketing. E'lonlar qidiruv tizimlarida yoki ijtimoiy platformalarda e'lon qilinadi va har safar reklama bosilganda kompaniyalardan haq olinadi.

Google AdWords - bu eng mashhur pullik qidiruv platformasi bo'lib, undan keyin "Yahoo"da qidiruv reklamalariga xizmat qiluvchi Bing Ads turadi. Qidiruv marketingi display, mobil, retargeting/remarketing va pullik ijtimoiy reklamani o'z ichiga oladi.

Facebook, Twitter, Instagram va boshqa ijtimoiy platformalar reklama takliflarini kengaytirdi va marketing postlarining organik ko'rinishiga erishishni qiyinlashtirdi. Natijada, pullik ijtimoiy ko'pchilik kompaniyalarning PPC reklama xarajatlari byudjetlarining yuqori foizini tashkil qiladi. PPC strategiyalari ko'rinish va sotishda keskin, qisqa muddatli o'sishni yaratishi mumkin.

Kontent marketingi

Kontent marketingini mijozlar bilan muloqot qilish va marketing maqsadlarigizga erishish uchun tegishli, qimmatli kontentni yaratish, tarqatish sifatida belgilaydi. Kontent marketingi strategiyalari mijozlar bilan muloqot qilish, sotishdan ko'ra ma'lum bir kerakli auditoriyani jalb qilish va ushlab turish uchun mijozlarga doimiy ravishda o'qiydigan, qiziqtiradigan yoki boshqa yo'l bilan qiymat beradigan kontentni taqdim etishga qaratilgan.

Kontent onlayn tarzda tarqatiladigan deyarli har qanday axborot formatini, masalan, bloglar, videolar, podkastlar, infogrammlar, ijtimoiy media postlari va boshqalarni o'z ichiga oladi. Yuqori sifatli kontent onlayn marketing strategiyalarining barcha asosiy turlarida, jumladan SEO, PPC, ijtimoiy media marketingi, elektron pochta marketingi va boshqalarda rol o'ynaydi.

Ijtimoiy media marketingi

Ijtimoiy media marketingi - bu sizning biznesingizni targ'ib qilish va mijozlar bilan bog'lanish uchun vositachi hisoblanib, ijtimoiy media platformalari va veb-saytlaridan foydalanishni amalga oshiradi. Ijtimoiy media marketingi har doim ham sotuvga olib kelmaydi. Buning o'rniga, u ko'pincha faollikni oshirish, havolalar yaratish, mijozlar e'tiborini jalb qilish va o'ziga xos "brend" yaratish uchun ishlatiladi.

Elektron pochta marketingi

Elektron pochta marketingi raqamli marketing strategiyalarining eng tejamkor turlaridan biridir. Elektron pochta ko'pincha to'g'ridan-to'g'ri pochta marketingining "samarali o'rnini bosuvchi" sifatida tilga olinadi, chunki siz elektron pochta orqali axborot byulletenlari, reklamalar yoki eslatmalar bilan bir zumda mijozlarning keng tarmog'iga to'g'ridan-to'g'ri murojaat qilishingiz mumkin. Elektron pochta marketingi ro'yxatlarni segmentlash va eng yaxshi natijaga erishish uchun demografik va boshqa ma'lumotlardan foydalangan holda juda aniq maqsadli bo'lishi mumkin.

Influencer marketing

Influencer marketing - bu internet-marketing strategiyalarining eng yangi turlaridan biri, lekin u 2018 yilda tobora ommalashib borishi kutilmoqda. Influencerlar kompaniyangiz mahsuloti yoki xizmatlarini targ'ib qilish uchun to'lanadi. Sizning kompaniyangiz qadriyatlariga mos keladigan va mijozlaringiz bilan rezonanslashadigan ta'sirchanlarni topsangiz, ushbu marketing strategiyasi ba'zi kompaniyalar uchun juda samarali bo'lishi mumkin.

Hamkorlik marketingi

Hamkorlik marketingi - bu boshqa kompaniyalarning mahsulot yoki xizmatlarini ilgari surish yoki reklama qilish orqali komissiya olish jarayoni. Hamkorlik marketingi ko'pincha mahsulotni blog yoki video orqali targ'ib qilish yoki veb-saytda reklamalarni ko'rsatishdan iboratdir. Siz havolalaringiz orqali amalga oshirilgan har bir savdo uchun to'lov olasiz.

Obro'li marketing

Obro'li marketing kompaniya haqida ijobiy tasavvurni rivojlantirish uchun ijtimoiy media va mijozlarni ko'rib chiqish platformalaridan foydalanishdan iborat. Sayyohlik sanoati kabi ayrim sohalarda onlayn tavsiyalar va sharhlar tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Obro'li-marketing o'ziga xos brendni ishlab chiqish, mijozlarni sharhlar yozishga undash va ijtimoiy media va ko'rib chiqish platformalarida mijozlarning tashvishlari yoki shikoyatlarini hal qilish uchun tezkor javob berishni o'z ichiga oladi.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda hozirgi davrga kelib dunyoda axborot, internet, iqtisodiyotni raqamlashtirish va internet-marketing kabi zamonaviy sohalar izchil rivojlanmoqda. Albatta zamon bilan hamnafas bo'lishimiz, jahon bozoriga to'siqlarsiz kirib borishimiz uchun yuqoridagi sohalar rivojini yurtimizda ham taminlashimiz zarur. Zero bu bilan mamlakatimiz iqtisodiyoti ravnaqi, yuksalishi yo'lida o'z hissamizni qo'shsak aholi farovonligi, yurtimiz osoyishtaligida o'z hissamizni qo'shgan hisoblanamiz. Endi siz internet-marketing strategiyalarining har xil turlarini yaxshiroq tushunganingizdan so'ng, ularni kompaniyangiz uchun ishlatish vaqti keldi. SEO kontentini yaratish xizmatlari, ijtimoiy media marketing xizmatlari va boshqa ko'p imkoniyatli xizmatlardan foydalanishimiz mumkun.

REFERENCES

1. G'.M. Porsaev, B.Sh. Safarov, D.Q. Usmanova. Raqamli iqtisodiyot asoslari 2020-yil.
2. Internet Marketing Methods Revealed: The Complete Guide to Becoming an Internet Marketing Expert Paperback – Illustrated, January 12, 2007.
3. Digital 2019: global digital overview. Value creation and capture: implications for developing countries. UNCTAD, 2020.
4. World Trade Statistical Review 2019 - World Trade Organization.
5. Kurpayanidi, K., Ilyosov, A. (2020) Problems of the use of digital technologies in industry in the context of increasing the export potential of the country// ISJI Theoretical & Applied Science. p. 113-117.
6. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). Digital economy report 2019.