

IJTIMOYIY TARMOQLAR ASOSIY REKLAMA MAYDONI SIFATIDA

*O'zJOKU katta o'qituvchisi
Rustamov Zafar Xudoyqulovich*

Annotatsiya: Ushbu maqolada ijtimoiy tarmoqlar va uning biznesga ta'siri masalalari ko'rib chiqilgan, mualliflarning nazariy yondashuvlari, mamlakatda ijtimoiy tarmoqlarda reklamaning ommalashuviga ta'sir ko'rsatuvchi omillar ochib berilgan

Kalit so'zlar: ijtimoiy tarmoqlar, reklama, facebook, instagram, globallashuv, reklama faoliyati.

Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlar, reklama sohasida asosiy platformalarga aylanmoqda. Bu maqolada, ijtimoiy tarmoqlarining asosiy reklama maydoni sifatida rolini va bu sohada yuzaga kelgan o'zgarishlarni, oqibatlarni va kelajakdagi e'tirozlarni ko'rib chiqamiz.

Mamlakatimiz tadbirkorlari jadallik hamda o'ziga xos qiyinchiliklar bilan bozor iqtisodiyotiga moslashayapti. O'zining tuzilishi bilan yetarlicha qiyin bo'lgan bu jarayon fuqarolarning dunyoqarashi va o'zini tutishi jihatidan juda katta vazifalarni o'rta qo'yadi. Hozirgi kecha-kunduzda ijtimoiy hayotni reklamalarsiz tasavvur etib bo'lmaydi. Chunki reklama kundalik ehtiyojga, aniqroq qilib aytganda bozor talabiga aylanib qoldi. Reklama shiddat bilan ijtimoiy hayotimizga kirib kelmoqda. XX asr tarixga ilmiy-texnika taraqqiyoti davri bo'lib kirgan bo'lsa, XXI asr axborot texnologiyasi davri bo'ladi. Chunki dunyoning bu chekkasidagi axborot manbalari, yangiliklar, xabarlar tez sur'atlar bilan dunyoning u chekkasida namoyon bo'lmoqda. Hozirgi paytga kelib ijtimoiy tarmoqlar reklama uchun asosiy platformalar bo'lib qoldi. Buning bir qancha sabablari bor. Masalan televideniya reklama bermoqchi bo'lsangiz, siz reklamangizni maqsadli auditoriyaga ko'rsatishingiz qiyin masala. Ba'zi bir tovar yoki xizmatlar televideniya mos tushishi mumkin, lekin umumiy olganda ijtimoiy tarmoqlar afzalroq hisoblanadi.

Televideniya 1 daqiqalik reklama 55-60 mln so'm, taxminan \$5000 deylik. Siz bu byudjet bilan Facebook yoki Instagramda haqiqiy, potensial mijozlarga reklamangizni ko'rsata olasiz. Xoh o'zidagi reklama xoh influyenserlar bo'lsin. "Sizni reklamangizni qancha odam ko'rayapti, odamlarni munosabati, reaksiyasi qanday, tovar yoki xizmatda qanday kamchiliklar bor" degan savolga ijtimoiy tarmoqlar orqali oson javob olasiz.

Ideal mijozlarga nima yoqishi, qiziqishlari va xatti-harakatlari asosida ularga erishishga yordam beradigan reklama vositasini tasavvur qiling. Xabaringizni konvertatsiya qilish ehtimoli yuqori bo'lganlarga yetkazish uchun reklama yetkazib

berishni optimallashtirish orqali vaqt va pulingizni tejaydigan vosita. Ko'pgina elektron tijorat tadbirkorlari va sotuvchilari, ayniqsa reklama sohasida katta tajribaga ega bo'lmagan yoki katta reklama byudjetiga ega bo'lmagan yangi boshlanuvchilar tomonidan foydalaniladigan platforma bo'lgan Facebook reklamasi orqali siz shu narsaga erishasiz. Har bir inson o'z biznesining o'sishiga Facebook reklamalari orqali yordam berishi mumkin. Facebookni juda ko'p brendlar bilan mashhur reklama platformasi nima qilishini va biznesingiz uchun savdoni oshirish uchun Facebook reklama kampaniyasini qanday tashkil etish bo'yicha bosqichma-bosqich amalga oshirilishini ko'rsatib o'tamiz¹.

Facebookda qanday reklama qilish kerak?

Facebook reklamalarini yaratish bo'yicha bosqichma-bosqich qo'llanma

1. Meta Business Suiteni sozlang (agar yo'q bo'lsa yangisini yarating)
2. Facebook pikselini o'rnatish
3. Facebook auditoriyasini yarating
4. Facebook reklama kampaniyasini yarating
5. O'zingizning ijodingiz va rejalashtiring (yoki qurilmangiz orqali reklama

materilaini yuklang

6. Facebook kampaniyalaringizni optimallashtiring

“Meta Business Suite”ni tanlang (ilgari Facebook Business Manager edi)

Facebookda reklama qilish harakatlaridan voz kechgan ko'pchilik odamlar o'z akkauntlarini noto'g'ri o'rnatganliklari yoki Facebookning ko'p sonli reklama imkoniyatlaridan shunchalik to'lib-toshganlari uchun shunday qilishadiki, ular hech qachon kampaniyani o'tkazish nuqtasiga etib bormaydilar. Shunday qilib, o'ng oyoqdan boshlash uchun siz birinchi navbatda Meta Business Suite hisob qaydnomangizni to'g'ri sozlaganingizga ishonch hosil qilishingiz kerak. Meta Business Suite - bu Facebook bo'limi bo'lib, unda sizning Facebook reklama akkauntingiz, biznes sahifalaringiz va reklamalaringizni ishga tushirish uchun kerak bo'ladigan boshqa vositalar mavjud.

Agar sizda Meta Business Suite hisob qaydnoma yo'q bo'lsa, uni yaratish uchun business.facebook.com saytiga o'ting va hisob yaratish tugmasini bosing.

Facebook sizdan biznesingiz nomini, Facebook biznes sahifangizni (agar sizda yo'q bo'lsa, avval uni yarating), ismingiz va elektron pochta manzilingizni so'raydi. Keyinchalik, mavjud reklama hisobini yaratishingiz yoki qo'shishingiz kerak bo'ladi. Buni chap menyu satrida E'lonlar ni tanlash orqali amalga oshirish mumkin. Facebook hisob ochayotganingizda o'zingizni ismingizni kiritganingiz yaxshi. Chunki, hozirda Facebook reklama yoqqaningizdan keyin “Facebook page” ni bloklayapti. Shaxsiy hujjatlardan birini tasdiqlashga berganingizda Facebook

¹ Facebook reklamalari: Facebook reklamalarini yo'naltirish

[Elektron resurs] / qo'llanma. - 2016. - Kirish tartibi: <https://info-marketing.club/> maqsadli-reklama-facebook /

account nomingiz bilan passportdagi nom to'g'ri kelishi kerak. Aks holda page abadiy bloklanadi va siz yangi facebook, yangi facebook page yangi business suite yangi ade account yangi pixel ochishingizga to'g'ri keladi va ishlaringiz orqaga surilishi mumkin.

Facebookni yangi va tajribali biznes egalari uchun ayniqsa jozibador qiladigan narsa uchta narsaga bo'linadi:

1. Faol va faol foydalanuvchi bazasidan trafikni haydash. Facebook - bu oilamiz va do'stlarimiz bilan bog'lanadigan joy va biz buni tan olishni yomon ko'ramiz - bu juda qo'rqinchli. Xabar qilinishicha, Facebook'ning har oyda ikki milliarddan ortiq faol foydalanuvchisi bor va bu foydalanuvchilar raqobatdosh ijtimoiy tarmoqlardan ko'ra Facebook'da ko'proq vaqt o'tkazishadi.

Bundan tashqari, Facebook Messenger va Instagramga egalik qiladi, ular Facebook reklama beruvchilari uchun o'zining reklama platformasi orqali foydalanishlari mumkin bo'lgan yana ikkita mashhur mobil ilovalar. Bu sizning ochilish sahifangizga olib boradigan juda ko'p faol, jalb qilingan trafik.

2. Mijozlarni demografik, qiziqish va xatti-harakatlarga asoslangan holda targetga olish Facebook shaxsiy yangilanishlar va ma'lumotlarni, masalan, ta'til fotosuratlari, siz kashf etgan yangi qo'shiqlar va munosabatlar holati kabi tarmoq bilan almashish uchun mo'ljallangan. Facebook va Instagramda qilingan barcha yoqtirishlar va ulanishlar reklama beruvchilar maqsadli reklamalar orqali foydalanishlari mumkin bo'lgan batafsil foydalanuvchi profillarini yaratadi. Facebook reklama beruvchilari o'z mahsulotlari va xizmatlarini foydalanuvchilarning qiziqishlari, xususiyatlari va xatti-harakatlarining uzoq ro'yxatiga mos kelishi mumkin, bu esa ularning ideal mijozlariga erishish ehtimolini oshiradi.

3. Brend haqida xabardorlikni shakllantirish

Katta va kichik korxonalar ko'pincha ijtimoiy tarmoqlarda o'z muxlislari va mijozlari bilan bog'lanish uchun foydalanadigan Facebook va/yoki Instagram biznes sahifalariga ega.

Xulosa o'rnida shuni aytish mumkinki Facebook va Instagramda pullik reklamalardan foydalanishga qaror qilganingizda, ularni brendingizning ijtimoiy sahifalaridan olishni tanlashingiz mumkin. Bu ko'pincha brend ta'sirining oshishiga va kompaniyangiz uchun yangi izdoshlarga olib keladi, bu ijtimoiy platformalarda reklama qilishning afzalliklaridan biridir. Biznesingizni rivojlantirish uchun Facebook reklamalaridan foydalanishni boshlang Facebook reklama platformasi raqamli marketing bo'yicha tajribasi kam yoki umuman bo'lmaganlar uchun foydalanish uchun qulay bo'lishi uchun mo'ljallangan, bu esa o'z reklamalarini yuritish uchun agentlikka pul to'lashni istamaydigan ishga tushirilgan tadbirkorlar uchun yanada jozibador qiladi. Agar siz Facebook reklamasi asoslarini o'rganishga, akkauntingizni to'g'ri sozlashga va kompaniyani boshlashga vaqt ajratsangiz, Facebook reklamalari

biznesingiz o‘sib borishi bilan yanada faollashishi mumkin.

Foydalanilgan manbalar:

1. Facebookdagi reklama: yangi boshlanuvchilar uchun qo'llanma [Elektron manba] / qo'llanma. - 2016. - Kirish tartibi: [https:// info-marketing.club/kak-sozdat-reklamu-facebook/](https://info-marketing.club/kak-sozdat-reklamu-facebook/)

2. Facebook reklamalari: Facebook reklamalarini yo'naltirish [Elektron resurs] / qo'llanma. - 2016. - Kirish tartibi: [https:// info-marketing.club/maqsadli-reklama-facebook /](https://info-marketing.club/maqsadli-reklama-facebook/)

3. Facebook-dagi reklama: Facebook-ning reklama maqsadlari va formatlari [Elektron resurs] / qo'llanma. - 2016. - Kirish tartibi: [https:// info-marketing. klub / tseli-reklama-facebook /](https://info-marketing.klub/tseli-reklama-facebook/)