

IJTIMOYIY TARMOQLAR BOSHQARUVI JARAYONIDA IJTIMOIY MEDIA MARKETING O'RNI

*UzJoku Mediamenejment va mediamarketing
kafedrası katta o'qituvchisi - Z.X. Rustamov*

Annotatsiya: Raqamli iqtisodiyot sharoitda marketing sohasini yangi bosqichga o'tishi va bunda ijtimoiy tarmoqlarning o'rni haqida ma'lumot berilgan. Hozirda butun dunyo aholisi foydalanadigan ko'plab ishtimoiy tarmoqlar va sayt, platformalarda sotuv qobiliyatini oshirib mijozlar segmentini kengaytirishga asosli tavsiyalar va aniq fikrlar bilan boyitilgan.

Kalit so'zlar: Ijtimoiy media, platformalar, ijtimoiy media menejmenti maqsadli auditoriya, brend, platforma, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube.

Ijtimoiy tarmoqlarning kun sayin keskin rivojlanishi bu tarmoqlar orqali biznes qilish va biznesni rivojlantirish uchun ajoyib imkoniyat yaratib bermoqda. SMM biznesdagi brendni yaratish, rivojlantirish, undagi mahsulot va xizmatlarni sotish sonini ko'paytirish, mijozlarni veb-saytga o'tishini oshirish uchun odamlar foydalanadigan tarmoqlardan, Facebook, Instagram, YouTube, Telegram, umumli foydalanish imkoniyatidir.

Ijtimoiy tarmoq marketingi – SMMning afzalliklari:

SMM xizmatini joriy etish orqali biznes egalariga ko'plab imtizo'zlar taqdim etiladi. Quyida ulardan ba'zilarini sanab o'tamiz:

Brendni rivojlantirish:

Agar SMMdan to'g'ri foydalanilsa, u brend uchun ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Xodimlaringiz ijtimoiy tarmoqqa joylayotgan mahsulotlar va xizmatlar mijozlarda sizning brendingizga bo'lgan ishonchini ortishiga hissa qo'shishi mumkin. Shuningdek, ko'rishlar, yoqtirishlar («layk»), ulashishlar kabilar brendingizni ko'proq odamga yetib borishiga xizmat qiladi.

Mijozlarni jalb qilish:

Ijtimoiy tarmoq marketingi (SMM) nafaqat brendni rivojlantirish uchun yaxshi usul, balki mijozlarni biznesga jalb qilish, ular yozayotgan izoh va so'rovlarga javob berish, mijozlarning tanqidlarini va noroziliklarini qabul qilish va bu orqali biznesdagi kamchiliklarini bartaraf etish imkonini ham beradi. Radio, televidenie, gazeta va jurnallar kabi an'anaviy ommaviy axborot vositalaridan farqli o'laroq, ijtimoiy tarmoqlar mijozlar va bizneslarni o'zaro muloqot qilishlariga imkon beradi. Umuman, ijtimoiy tarmoqlar tufayli mahsulot va xizmatlaringiz haqida mijozlar fikrini olish har qachongidan ham osonroq bo'ladi.

Sotish soniga ta'sir o'tkazish:

O'z mahsulotingiz va xizmatiningizni ijtimoiy tarmoqlarda sotish ancha muvaffaqiyatli kechadi, bu esa savdo soniga ijobiy ta'sir o'tkazadi. SMM xizmatining umumiy, asl vazifa va maqsadi ham shu. Tadqiqotlarga ko'ra har bir inson kuniga o'rtacha 147 daqiqa vaqtini sarf qiladi. Bu mijozlaringizni sizning kontentingizni keng miqyosda ko'rishini anglatadi va agar konent samarali bo'lsa, u shunchaki kontent tomosha qilayotganlarni sizning mijozingiz bo'lishiga majbur qilishi mumkin.

Biznesning rivojlanishi va mijoz darajasi:

Biroq, ichida haqiqiy tajribani to'plash jarayonida tanlashda bir qator qiyinchiliklar yuzaga keladi. Bundan tashqari, tez rivojlanish axborot texnologiyalarini doimiy o'rganishga olib keldi ushbu yo'nalishdagi vositalar ijtimoiy sohada biznesni ilgari surishning mavjud modellarini takomillashtirish, tarmoqlarda sifatli va maqsadli foydalanishni aniqlab beradi. Internet-marketing vazifalariga javob beradigan mashhur soha sifatida o'rganilmoqda¹.

Ijtimoiy media boshqaruvi nima? Ijtimoiy media boshqaruvi bu Facebook, Instagram va Twitter kabi ijtimoiy media platformalarida joylashtirgan kontentingizni yaratish, nashr etish va tahlil qilish, shuningdek, ushbu platformalardagi foydalanuvchilar bilan muloqot qilish jarayonidir. Ijtimoiy media boshqaruvini bepul va pullik vositalar, shuningdek, professional ijtimoiy media boshqaruv xizmatlari yordamida soddalashtirish mumkin.

Ijtimoiy media menejeri kim? Ijtimoiy media menejeri, maslahatchi, ichki xodim yoki ijtimoiy media agentligida jamoa a'zosi bo'lib ishlaydigan, ijtimoiy media marketingi, reklamasi va menejmenti bo'yicha malakali mutaxassisdir.

Nima uchun ijtimoiy media boshqaruvi muhim?

Ijtimoiy tarmoqlarni boshqarish bir qator afzalliklarni taklif etadi, jumladan²:

Narxi: Sizning marketing byudjetingizdan qat'i nazar, ijtimoiy media iqtisodiy jihatdan samarali tashabbusdir. Ijtimoiy media tarmoqlariga qo'shilish, kontentni joylashtirish, foydalanuvchi sharhlariga javob berish va boshqalar bepul. Hatto ijtimoiy media reklamasi ham o'z auditoriyangizga erishish va onlayn kuzatuvchilarni yaratish uchun foydali kanalni taklif qiladi.

Qabul qilish: Facebookdan LinkedIngacha bo'lgan ijtimoiy media tarmoqlari sizni butun dunyodagi foydalanuvchilar bilan bog'lashi mumkin. Tomoshabinlarni jalb qilish uchun Pinterest kabi ijtimoiy media platformalaridan ham foydalanishingiz mumkin.

Foydalanuvchilar: Ijtimoiy mediani marketing strategiyaga kiritish sizning marketing tashabbuslaringizni foydalanuvchi xatti-harakati bilan moslashtirish imkonini beradi. Masalan, hozirda odamlarning 74 foizi xarid qilish to'g'risida qaror

¹ <https://oqila.uz/smm-nima>

² Pfanstil I. Global SMM, versiya 2018. Tadqiqot // Rusability.– URL: <https://rusability.ru/research/globalnyj-smm-versiya-2018-issledovanie>

qabul qilishda ijtimoiy tarmoqlardan foydalanadi. Aytish kerakki, 80% odamlar ijtimoiy tarmoqlar orqali xaridlar haqida maslahat oladilar.

Ishlash: Marketologlar va biznes egalari ijtimoiy media marketingi va reklamasi samaradorligi haqida kelishib olishadi. Ijtimoiy tarmoqlar orqali kompaniyalar o'z brendini yaratishi va hatto etakchilik va sotuvlarni yaratishi mumkin. Masalan, biznesdan biznesga sotuvchilarning deyarli 45 foizi Facebook orqali mijoz topgan.

“Ijtimoiy tarmoqlarni boshqarish nima?” degan umumiy savol. kiritilgan platformalar haqida. Bu aqlli savol, chunki o'z vaqtingiz va resurslaringizni biznesingizga eng ko'p foyda keltiradigan ijtimoiy media tarmoqlariga qaratmoqchisiz. Ijtimoiy tarmoqlarni boshqarish uchun eng keng tarqalgan platformalardan ba'zilari:

1. Facebook
2. Twitter
3. Instagram
4. LinkedIn
5. YouTube
6. Pinterest

Ijtimoiy tarmoqlarning boshqa qiziqarli statistikasi:

- Dunyodagi eng ommabop ijtimoiy media platformasi Facebook bo'lib, oyiga 2.989 milliard faol foydalanuvchiga ega.

- YouTube ikkinchi eng mashhur ijtimoiy media platformasi bo'lib, oyiga 2.527 milliard faol foydalanuvchiga ega.

- WhatsApp uchinchi eng mashhur ijtimoiy media platformasi bo'lib, oyiga kamida 2 milliard faol foydalanuvchiga ega.

- Instagram to'rtinchi eng mashhur ijtimoiy media platformasi bo'lib, oyiga 2 milliard faol foydalanuvchiga ega.

- TikTok beshinchi eng mashhur ijtimoiy media platformasi bo'lib, oyiga 1.9 milliard faol foydalanuvchiga ega.

- O'rtacha odam televizor tomosha qilishdan ko'ra ko'proq vaqtini ijtimoiy tarmoqlarda o'tkazadi.

- Ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish rivojlangan mamlakatlarda eng yuqori.

- Ijtimoiy tarmoqlardan qishloqlardagidan ko'ra shahar aholisi ko'proq foydalanadi.

- Ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish yoshi kattalar orasida oshib bormoqda³.

Facebook kuniga uch milliardga yaqin foydalanuvchiga ega Facebook yirik ijtimoiy media tarmog'idir. Shuning uchun ijtimoiy tarmoqlarni boshqarish xizmatlarini taklif qiluvchi agentliklar nafaqat Facebookda ixtisoslashgan, balki auditoriya xilma-xilligi tufayli uni tavsiya qiladi.

³ <https://uz.martech.zone/how-social-networks-influence-our-lives/>

Ijtimoiy tarmoqlarda media marketingi uchun Facebook⁴ quyidagi omillarni:

Demografiya: Facebook qariyalar va yoshlardan tortib, erkaklar va ayollargacha bo'lgan turli xil demografik ma'lumotlarga kirishni taklif qiladi. Bundan tashqari, AQShdagi kattalarning 50% dan ortig'i kuniga bir necha marta Facebookdan foydalanadi, bu sizning maqsadli auditoriyangizning turli segmentlari bilan bog'lanish imkonini beradi.

Foydalanish jarayonini: Ijtimoiy media boshqaruvi nuqtai nazaridan, Facebook mavjud va kelajakdagi mijozlar bilan munosabatlarni o'rnatish uchun foydalidir. Shuningdek, u kelajakda xaridlarni rag'batlantirishi mumkin bo'lgan brendga sodiqlikni shakllantirishga yordam beradi.

Imtiyozlari: Facebookning katta afzalligi shundaki, u turli xil reklama va kontent formatlari, fotosuratlardan videolardan tortib, matngacha. Bundan ham yaxshiroq, biznesdan biznesga marketologlarning 40% dan ortig'i uchun bu yangi mijozlar olib keldi.

Sizning sohangiz yoki maqsadlaringizdan qat'iy nazar, ijtimoiy media strategiyasida ijtimoiy tarmoqdan foydalanish mumkin.

Ijtimoiy tarmoqning yana bir turi oyiga 330 million foydalanuvchisi bo'lgan Twitter haqida.

Demografiyasi: AQShda katta yoshlilarning 25% dan kamrog'i Twitter-dan foydalanadi, ammo ijtimoiy media platformasi 18 yoshdan 29 yoshgacha bo'lgan foydalanuvchilarga raqobatbardosh kirishni ta'minlaydi. Twitter foydalanuvchilarining 40% dan ortig'i ushbu yosh guruhdan iborat. Ular, shuningdek, kuniga bir necha marta platformada faol bo'lish ehtimoli ko'proq.

Foydalanilishi: Facebookdan farqli o'laroq, Twitter ko'proq yangiliklarga e'tibor qaratadi. Shuningdek, u brend yoki iste'molchi bo'ladimi, foydalanuvchilar o'rtasidagi ikki tomonlama suhbatlarga urg'u beradi. Agar siz maqsadli auditoriyangiz bilan muloqot qilishni istasangiz, Twitter yaxshi tanlovdir.

Imtiyozlarli tomonlari: Twitterning afzalliklaridan biri uning foydalanuvchilari - ular faol va boshqa foydalanuvchilar bilan muloqot qilishdan xursand. Twitter, shuningdek, 18 yoshdan 29 yoshgacha bo'lgan odamlar sizning maqsadli bozoringizda bo'lsa, foydali bo'lgan ma'lum bir auditoriyaga ega. Twitter har bir kompaniya uchun emas, lekin u ma'lum sektorlar uchun qiymat taklif qiladi.

Ijtimoiy tarmoqning yana bir turi Instagram taxminan bir milliard 30 milliondan ortiqroq foydalanuvchilari bilan Instagram ijtimoiy media boshqaruv xizmatlari uchun yangi platforma aylanib kelmoqda:

Demografiyasi: Instagram 18 yoshdan 29 yoshgacha, shuningdek, 30 yoshdan 49 yoshgacha bo'lgan foydalanuvchilar bilan bog'lanish uchun asosiy platforma hisoblanadi. 18 yoshdan 29 yoshgacha bo'lgan amerikaliklarning 70 foizdan ortig'i

⁴ Facebook.com sayti ma'lumotlari asosida muallif tomonidan yoritilgan

Instagram'dan foydalanadi — 30 yoshdan 49 yoshgacha bo'lgan foydalanuvchilar uchun bu raqam 50 ga yaqin. %.

Foydalanish jarayoni: Facebook kabi Instagram ham iste'molchilar bilan aloqa o'rnatish, shuningdek, ularni jalb qilish uchun foydalidir. Sohangizga qarab, siz Instagram-dan yangi mijozlarni yaratish uchun ham foydalanishingiz mumkin. Shuning uchun chakana savdo, ko'ngilochar va go'zallik korxonalari ko'pincha ushbu platformadan foydalanadilar.

Imtiyozlari: instagramning afzalligi shundaki, foydalanuvchilar platformadan foydalanishni yaxshi ko'radilar. Shuning uchun deyarli 60% kuniga bir necha marta tekshiradi, bu esa foydalanuvchilarning nafaqat sizning postlaringizni ko'rishi, balki ular bilan muloqot qilish imkoniyatini ham oshiradi.

Yana bir ijtimoiy tarmoq platformasi LinkedIn: Dunyodagi eng yirik professional ijtimoiy tarmoq sifatida LinkedIn 774 milliondan ortiq foydalanuvchilarga kirishni taklif etadi

Demografiyasi: LinkedIn kollej bitiruvchilari orasida mashhur platforma bo'lib, uning yarmidan ko'pi tarmoqdan foydalanadi. Bundan ham yaxshiroq, LinkedIn foydalanuvchilarining 90% ham Facebook-da, bu sizning strategiyangiz ikkala platformaga qaratilgan bo'lsa foydali bo'ladi.

Foydalanish jarayoni: Twitter singari, LinkedIn ham kompaniya e'lonlari yoki sohaga oid yangiliklar kabi yangiliklarga oid materiallarni almashish uchun foydalidir. Shuningdek, u boshqa kompaniyalar bilan munosabatlarni rivojlantirishga, shuningdek, kontent marketingi orqali obro'ingizni oshirishga yordam beradi .

Imtiyozlari: LinkedIn biznes uchun, ayniqsa B2B operatsiyalari uchun bir nechta imtiyozlarni taklif etadi. Ijtimoiy tarmoqlardagi B2B yetakchilari uchun 80% LinkedIn'dan keladi . Shuning uchun sotuvchilarning 60% dan ortig'i buni o'z bizneslari uchun eng samarali platforma deb bilishadi.

Yana bir ijtimoiy tarmoq platformasi YouTube ikki milliarddan ortiq foydalanuvchiga ega YouTube AQSHdagi kattalarning 80% dan ortig'iga kirish imkoniyatini taqdim etadi. Bunga javoban korxonalar o'zlarining YouTube akkauntlari bilan ko'proq ishlamoqda, ya'ni videolarni yaratishdan tortib, sahna ortidagi materiallarni namoyish qilishgacha o'z ichiga oladi.

Ijtimoiy media marketingi uchun YouTube:

Demografiyasi: Facebook singari, YouTube ham 18 yoshdan 65 yoshgacha va undan katta yoshdagi foydalanuvchilarning keng doirasiga ega. Hatto 65 va undan katta yoshdagilarning 49 foizi YouTube-ni tomosha qiladi, 50 yoshdan 64 yoshgacha bo'lganlarning deyarli 83 foizi ushbu platformaga tashrif buyurishadi.

Foydalanish jarayoni: YouTube bilan kompaniyangiz foydalanuvchilarga axborot mazmunini taqdim etishi mumkin. Bir nechta misollar mahsulotlaringizdagi videolarni, shuningdek, sohangiz yoki xizmatlaringizga oid tushuntirish videolarini o'z

ichiga oladi. Bular foydalanuvchi brendining xabardorligini oshirishi, shuningdek, konversiyalarga olib kelishi mumkin.

Imtiyozlari: YouTube-ning muhim afzalligi shundaki, u boshqa ijtimoiy media platformalaridan , hatto Facebook-dan ham ko'proq konvertatsiya qiladi. Bu sizning kompaniyangiz uchun katta daromad keltirishi mumkin, ayniqsa siz yuqori narxdagi mahsulotni taklif qilsangiz. Boshqa ijtimoiy media vositalariga qaraganda ko'proq vaqt talab qilsa-da, YouTube sarmoya kiritishga arziydi.

Pinterest 450 milliondan ortiq oylik faol foydalanuvchilarga ega bo'lib, kompaniyalarga shakf ishlab chiqaruvchilari, kiyim-kechak do'konlari va gul do'konlari kabi kuchli vizual e'tiborni taqdim etadi, maqsadli auditoriyadagi odamlar bilan bog'lanish imkoniyatini beradi. Ijtimoiy media marketingi uchun Pinterest haqida ko'proq bilib oling :

Demografiyasi: Ushbu ijtimoiy media platformasi kuchli ayol auditoriyaga ega, ayollarning 40% dan ortig'i va erkaklarning atigi 16% - Pinterest-dan foydalanadi. 18 yoshdan 64 yoshgacha bo'lgan yosh guruhlari uchun amerikalik kattalarning o'ttizdan 40 foizigacha platformadan foydalanadi, 65 va undan kattalar uchun esa 18 foizni tashkil qiladi.

Foydalanish jarayoni: Pinterest mahsulotingizni reklamasiz tarzda namoyish qilish uchun juda yaxshi. Misol uchun, siz o'zingizning tovarlaringizdan foydalanish va xususiyatlarini ajratib ko'rsatishingiz mumkin. Mahsulotlaringizni yanada targ'ib qilish uchun siz hatto ta'sir o'tkazuvchilar bilan bog'lanishingiz mumkin.

Imtiyozlari: Pinterestning afzalliklaridan biri shundaki, foydalanuvchilar kelajakdagi xaridlarni rejalashtirishda unga tayanadilar, bir tadqiqotda ming yilliklarning 85% dan ortig'i undan shu maqsadda foydalanishi aniqlangan. Natijada, siz allaqachon sotib olishni rejalashtirayotgan iste'molchilar bilan bog'lanasiz. Auditoriyangizga qarab, Pinterest sizning ijtimoiy media boshqaruv xizmatlari uchun aktivdir. Eng yaxshi ijtimoiy media boshqaruv vositalari

Ijtimoiy media boshqaruvining keng ta'rifi tufayli ijtimoiy media boshqaruvi nimani o'z ichiga oladi degan savol tug'ilishi tabiiy. Siz sa'y-harakatlaringizni qayerga yo'naltirishingiz kerakligini, shuningdek, ijtimoiy media qancha vaqt talab qilishini bilishni xohlaysiz.

Umuman olganda, ijtimoiy media boshqaruvi quyidagilarga e'tibor qaratadi:

1. Mavjud ijtimoiy media strategiyangizni tekshirish
2. Maqsadli auditoriyangizni o'rganish
3. Ijtimoiy media platformalaringizni tanlash
4. Ijtimoiy media strategiyangizni yaratish
5. Ijtimoiy tarmoqlardagi profillaringizni loyihalash
6. Ijtimoiy media reklamalaringizni ishlab chiqish
7. Ijtimoiy media kontentingiz taqvimini yaratish

8. Platformaga xos ijtimoiy media kontentini yaratish
9. Ijtimoiy tarmoqlardagi izdoshlaringizga javob berish
10. Ijtimoiy doirangizni kengaytiring

Internet-marketing va SMM imkoniyatlari (ikki tomonlama aloqa, doimiy o'zaro ta'sir, iste'molchi faolligi, nazorat qilish qobiliyati kommunikatsiyalar va boshqalar) asosiy tamoyillar va elementlarni aniqlash imkonini beradi ijtimoiy tarmoqlarda maqsadli auditoriya bilan samarali muloqot qilish. Harakatlar algoritmi va biznesni SMM rag'batlantirish modeli taqdim etilgan, vositalardan tizimli foydalanishga asoslangan tovarlar va xizmatlar Internet-marketing, ijtimoiy guruhlardagi auditoriya bilan o'zaro munosabat tarmoqlar, shu jumladan uning uchun maxsus vositalardan foydalanish amalga oshirish, bu kompaniyalar faoliyatini yaxshilaydi. Ijtimoiy tarmoqlar, kompaniyalar uchun reklama va marketingning o'zgaruvchilari bilan bog'liq muhim platformalardan biridir. Ular orqali kompaniyalar, mijozlar bilan bog'lanish, ularning fikrlarini eshitish va ularga yo'naltirilgan, maqsadga muvofiq reklama kampaniyalarini rivojlantirish imkoniga ega bo'lishadi.

Hulosa qilib aytganda ijtimoiy tarmoqlar, kompaniyalar uchun reklama va marketingning o'zgaruvchilari bilan bog'liq muhim platformalardan biridir. Ular orqali kompaniyalar, mijozlar bilan bog'lanish, ularning fikrlarini eshitish va ularga yo'naltirilgan, maqsadga muvofiq reklama kampaniyalarini rivojlantirish imkoniga ega bo'lishadilar.

Foydalanilgan manbalar ro'yxati:

1. Isaeva E.V. Internet-marketing uchun asosiy vositalar sanoat kompaniyalari // Vestnik OmGU. Seriya: Iqtisodiyot. – 2016 yil. – № 4.
2. Pfanstil I. Global SMM, versiya 2018. Tadqiqot // Rusability. [Elektron resurs].–URL:<https://rusability.ru/research/globalnyj-smmversiya-2018-issledovanie>
3. N. G. Zerkaliy. Internet-biznesni rivojlantirishning zamonaviy usullari // Xalqaro gumanitar va tabiiy fanlar jurnali. - 2016 yil. - 1-son.