



SAVDO KORXONALARI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA IJTIMOIIY TARMOQLAR MARKETINGI STRATEGIYASIDAN FOYDALANISH

Salayeva Dilrabo Abdullayevna

Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch

davlat universiteti tayanch doktoranti

e-mail: dilrabo_s@urdu.uz

Annotatsiya. Ushbu maqolada savdo korxonalari samaradorligini oshirishda ijtimoiy tarmoqlar marketingi strategiyasidan foydalanish masalalari yoritilgan. Shuningdek, savdo korxonalari samaradorligini oshirishda ijtimoiy tarmoqlar marketingi strategiyasidan foydalanish yuzasidan xulosa va takliflar yoritilgan.

Kalit soʻzlar. Savdo korxonasi, tarmoq, ijtimoiy tarmoq, marketing, ijtimoiy tarmoqlar marketingi, strategiya.

Аннотация. В данной статье рассматривается использование стратегий маркетинга в социальных сетях для повышения эффективности деятельности коммерческих предприятий. Также представлены выводы и предложения по использованию стратегий маркетинга в социальных сетях для повышения эффективности деятельности коммерческих предприятий.

Ключевые слова. Бизнес, сеть, социальные сети, маркетинг, маркетинг в социальных сетях, стратегия.

Abstract. This article discusses the use of social media marketing strategies to improve the efficiency of commercial enterprises. It also discusses conclusions and suggestions on the use of social media marketing strategies to improve the efficiency of commercial enterprises.



Key words. Business, network, social media, marketing, social media marketing, strategy.

Bugungi raqamli davrda ijtimoiy tarmoqlar marketingi savdo korxonalari uchun samaradorlikni oshirishda muhim vositalardan biriga aylandi. Zamonaviy iste'molchilar mahsulot va xizmatlar haqida ma'lumot izlash, taassurotlar bilan bo'lishish va qaror qabul qilish jarayonlarida ijtimoiy platformalarga tayanmoqda. Shu nuqtai nazardan qaralganda, ijtimoiy tarmoqlarda to'g'ri ishlab chiqilgan marketing strategiyasi mijozlar bilan aloqalarni mustahkamlash va ularning sodiqligini oshirish, brendingni kuchaytirish va sotuv hajmini kengaytirishga xizmat qiladi. Bu borada ijtimoiy tarmoqlar orqali interaktiv aloqa o'rnatish, maqsadli auditoriyaga mos kontentlar tayyorlash, ta'sir ko'rsatuvchilar bilan hamkorlik qilish va raqobatbardosh aksiyalar uyushtirish kabi choralar samaradorlikni sezilarli darajada oshiradi. Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlar marketingini amalga oshirishga qaratilgan tahlil vositalari orqali mijozlar munosabati, faolligi va ehtiyojlari doimiy monitoring qilib borilishi kelgusidagi marketing qarorlarini asoslashda muhim ahamiyat kasb etadi. Bu borada savdo korxonalari samaradorligini oshirishda ijtimoiy tarmoqlar marketingi faoliyatida strategiyalarni amalga oshirish usul va uslubiyatlari marketing faoliyatini samarali amalga oshirishga qaratilgan bo'lib, ular o'rta qo'yilgan asosiy maqsadlarga erishish jarayonida mazkur marketing xodimlari va korxona jamoasi faoliyatini uyg'unlashtirishni ta'minlaydi [1]. Strategiyalarni amalga oshirish usullari esa marketing faoliyatini amalga oshirishga shakllanadigan mavjud munosabatlardan ob'ektiv suratda kelib chiqadi. Shunga asosan, marketing tadbirlaridan unumli foydalanish uchun bugungi eng yaxshi chakana sotuvchilar orasida ishlashi isbotlangan taktika va strategiyalarni tushunish muhim ahamiyat kasb etadi [2].

Ijtimoiy tarmoqlar marketingi strategiyasidan foydalanish orqali turli choralar belgilanadi. Xususan, ijobiy ijtimoiy o'zgarishlarga qo'shilgan hissalar korxona barqarorligi va o'sishini yaxshilash, ish bilan ta'minlash, mahalliy kambag'allikni qisqartirish va xodimlarning turmush darajasini oshirish uchun ijtimoiy tarmoqlar



marketingining eng yaxshi amaliyotlari va strategiyalarini o'z ichiga oladi [3]. Bundan tashqari, boshqa sohalaridagi tadqiqotlardan foyda olinishi mumkin. Jamiyat ichidagi bandlik va moliyaviy hissalar orqali esa iqtisodiyot barqarorligi va o'sishini qo'llab-quvvatlash strategiyalarini ishlab chiqish mumkin bo'ladi.

Ayniqsa, muvaffaqiyatli ijtimoiy media marketing strategiyasi aniq maqsadlarni belgilash va ishlashning asosiy ko'rsatkichlarini belgilash, maqsadli auditoriyani o'rganish, tarmoqlarni tanlash, qiziqarli tarkibni yaratish va boshqarish, ta'sir o'tkazuvchilar bilan hamkorlik qilish va boshqa bo'limlarni aralashga qo'shishni o'z ichiga oladi. Bu borada Instagram, X (sobiq Twitter) va Facebook kabi platformalar brendlarni targ'ib qilish va mijozlar bilan muloqot qilish uchun qo'llaniladi. Uning asosiy maqsadlariga esa tovar xabardorligini oshirish, sotuvlar va sotuvlarni yaratish va mijozlarga yordam ko'rsatish kabilar kiradi [4]. Ijtimoiy tarmoqlar marketingi strategiyasidan foydalanish ko'pincha chakana savdo korxonalari hissasiga to'g'ri keladi. Bu borada chakana sotuvchilar uchun ijtimoiy media strategiyalari qo'llaniladi. Bu borada chakana sotuvchilar uchun ijtimoiy media strategiyalarini amalga oshirishda ijtimoiy media platformalarida faol ishtirok qilish va aloqani yaxshilash uchun bir qator bosqichlar qo'llaniladi. Xususan, unga quyidagilar kiradi [5]:

- doimiy brend imidjini yaratish. Ijtimoiy tarmoqlarda joylashtirishni boshlashdan oldin, aniq brend imidjiga ishonch hosil qilish lozim. Bu taniqli logotip, rang sxemasi va umumiy estetikaga ega bo'lishni anglatadi. Brend imidjini barcha ijtimoiy media platformalarida izchil saqlash orqali savdo do'konini esda qolarli va taniqli qiladigan yaxlit ko'rinish qilib yaratish mumkin.

- ijtimoiy media ta'sirchanlaridan foydalanish. O'z brendini katta auditoriyaga tezda namoyish qilmoqchi bo'lish uchun ijtimoiy media ta'sir ko'rsatuvchilari bilan hamkorlik qilish lozim. Bular Instagram va YouTube kabi platformalarda katta obro'ga ega bo'lgan va mahsulotni o'z auditoriyasiga targ'ib qilishda yordam beradi. Brend uchun to'g'ri ta'sir ko'rsatuvchini izlab topish uchun sohaga e'tibor qaratadigan va o'xshash mahsulotlardan



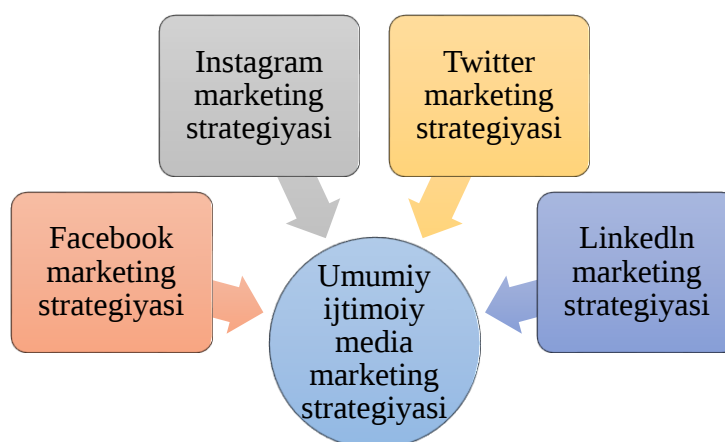
foydalanadigan kishini izlash kerak bo'ladi. Yoki brendga qiziqmaydigan kishilarga murojaat qilib, budjetni behuda sarflash mumkin.

- sovg'alar qilish. Ijtimoiy tarmoqlarda brend haqida shov-shuv yaratishning qiziqarli usuli bu sovg'a o'tkazishdir. Sovg'aning muvaffaqiyati izdoshlar qadrlaydigan sovrinni taklif qilish va bu haqida ijtimoiy media platformalarida tarqatishga bog'liq bo'ladi.

- foydalanuvchi tomonidan yaratilgan tarkibdan foydalanish. Unga asosan, brendning ijtimoiy media akkauntlarida foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontentni targ'ib qilish lozim. Bu esa faollikni oshirish va brendingiz mahsulotlarini namoyish qilishning ajoyib usuli bo'lib qaraladi.

- fikr va xabarlariga javob berish. Unda izdoshlarning sharhlari va xabarlariga javob berish talab etiladi. Ular bilan muloqot qilish, savollariga javob berish va qo'llab-quvvatlaganlari uchun rahmat aytish lozim. Shu bois, mijozlar bilan munosabatlarni o'rnatish va ularning fikrlarini qadrlashni ko'rsatish mumkin. Bundan tashqari, bu ijtimoiy media aloqani yaxshilashga imkon beradi.

Shulardan kelib chiqib, bugungi kunda savdo korxonalari samaradorligini oshirishda ijtimoiy tarmoqlar marketingi strategiyasidan foydalanishda quyidagi strategiyalardan unumli foydalaniladi (1-rasm).



1-rasm. Ijtimoiy media marketing strategiyasining asosiy yo'nalishlari¹

¹ Muallif ishlanmasi.



Ushbu 1-rasmga asosan, ijtimoiy media marketing faoliyati uchun ushbu strategiyalar qo'llanilishi kerak. Ammo, ijtimoiy media marketing strategiyasini qabul qilish dolzarbligini oshirib bo'lmaydi. Ushbu raqamli vositalarni qabul qila olmaydigan sotuvchilar o'z auditoriyasini onlayn ravishda faol jalb qiladigan raqobatchilar tomonidan ta'sir ko'rsatilishi mumkin. Bu borada ijtimoiy tarmoqlarning tabiatiga ko'ra, tendentsiyalar va iste'molchilar afzalliklari tez o'zgarishi mumkin. Bu esa sotuvchilardan tezkor va sezgir bo'lib qolishni talab qiladi. Uning asosiy ishlash ko'rsatkichlari orqali muvaffaqiyat o'lchash uchun qiziqarli mazmunini tayyorlash va ushbu o'sishda mustahkam ijtimoiy media mavjudligini qurish uchun zarur komponentlarini o'z ichiga oladi.

Umuman olganda, savdo korxonalari uchun ijtimoiy tarmoqlar marketingining quyidagi strategiyalari qo'llaniladi:

- maqsadlarni aniqlash: Bu brend xabardorligini oshirishga, savdo hajmini oshirishga yoki mijozlar bilan munosabatlarni o'rnatishga imkon beradi;
- maqsadli auditoriyani aniqlash: Ularning demografik ma'lumotlari, qiziqishlari va xulq-atvoriga e'tibor qaratiladi;
- platformalarni tanlash: Maqsadli auditoriyaning ijtimoiy tarmoqlarda faolligi va ushbu platformalarda o'z akkauntlarini yaratishlari e'tiborga olinadi;
- kontent strategiyasini ishlab chiqish: Maqsadli auditoriya uchun qimmatli va qiziqarli kontent yaratish tanlanadi;
- muloqot qilish: Bu holatda mijozlar bilan faol muloqot qilish, ularning savollariga javob berish va fikr-mulohazalarini qabul qilish lozim.
- reklama: Bu holatda ijtimoiy tarmoqlar reklama platformalaridan foydalanib, o'z maqsadli auditoriyaga aniq mo'ljallangan reklamalar ko'rsatish kerak bo'ladi.
- o'lchash va tahlil qilish: Unga ko'ra, ijtimoiy tarmoqlarda marketing tadbirlar natijalarini muntazam ravishda o'lchab borish va tahlil qilish talab etiladi.

Ammo, savdo korxonalari samaradorligini oshirishda ijtimoiy tarmoqlar marketingi strategiyasidan foydalanishda quyidagi tamoyillar va qoidalarga rioya qilish lozim:



- sifatga e'tibor berish: Unga asosan, yuqori sifatli kontent yaratish kerak.
- muntazam ravishda yangilanib turish: Unga asosan, akkauntlarni muntazam ravishda yangilab turish lozim.
- mijozlarga e'tiborli bo'lish: Bunda mijozlar savollariga tez va aniq javob berish muhim sanaladi.
- o'zgarishlarga moslashish: Bu borada ijtimoiy tarmoqlar doimiy ravishda o'zgarib turadi va shu bois o'zgarishlarga moslashishga tayyor bo'lish kerak bo'ladi.

Darhaqiqat, savdo korxonalari samaradorligini oshirishda ijtimoiy tarmoqlar marketingi strategiyasidan foydalanish imkoniyatlari cheksiz. To'g'ri ishlab chiqilgan va amalga oshirilgan ushbu strategiya savdo korxonasining daromadini oshirish, brend xabardorligini yaratish va mijozlar bilan mustahkam aloqalarni o'rnatishda muhim rol o'ynaydi.

Xulosa qilib aytganda, savdo korxonalarida ijtimoiy tarmoqlar marketingini o'z strategik rejalariga to'g'ri integratsiya qilinsagina raqobatbardoshlikni oshirishi, yangi mijozlarni jalb etishi va umumiy ish faoliyatini yaxshilashi mumkin. Bu esa biznes rivoji va barqaror daromad manbalariga xizmat qiladi. Shu boisdan ham, ijtimoiy tarmoqlar marketingi savdo korxonalari uchun zamonaviy, arzon va yuqori samara beruvchi vositadir. To'g'ri yo'lga qo'yilgan strategiyalar orqali savdo hajmini oshirish, uzoq muddatli mijozlar bilan aloqani yo'lga qo'yish, brend imijini shakllantirish va bozorda raqobatbardosh bo'lish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Jalolov J. Marketingni boshqarish strategiyalari. O'quv qo'llanma. -T. «Fan va texnologiya», 2012. - 25 b.
2. <https://sproutsocial.com/insights/social-media-for-retail/>
3. Rochelle Shivon Jordan. Social Media Marketing Strategies Used by Small Retail Businesses. - Walden University; 2018. - p. 65-66.
4. <https://ingenuitydisplay.com/social-media-strategies-used-by-merchants.html>
5. <https://www.linkedin.com/pulse/social-media-marketing-your-retail-store-shihabhmama>