WORLD FORUM ON ACADEMIC INNOVATION AND DIGITAL LITERACY

RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARIDAN KORXONALARDA FOYDALANISH

Ismoilova Surayyobonu
Toshkent davlat iqtisodiyot
To’rtko’l fakulteti universiteti
2 – kurs talabasi.

Annotatsiya. Ushbu bitiruv malakaviy ishida korxonalarda raqamli marketing strategiyalaridan foydalanishning nazariy, metodologik va amaliy jihatlari kompleks tarzda o‘rganiladi. Tadqiqotda raqamli marketingning asosiy strategiyalari — SEO, SMM, kontent marketing, email marketing, influencer marketing hamda onlayn reklama tizimlarining korxona faoliyatiga ta’siri chuqur tahlil qilinadi. Shuningdek, raqamli iqtisodiyot sharoitida iste’molchilarning xulq-atvori o‘zgarishi, marketing jarayonlarining raqamlashtirilishi va ma’lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish tizimlarining rivojlanishi yoritiladi. Tadqiqot natijalari korxonalarda samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqish, xarajatlarni optimallashtirish va raqobatbardoshlikni oshirishda muhim amaliy ahamiyatga ega.

Kalit so‘zlar: Raqamli marketing, marketing strategiyasi, korxona, SEO, SMM, kontent marketing, email marketing, influencer marketing, onlayn reklama, brending, raqamli iqtisodiyot.

XXI asrda raqamli texnologiyalar iqtisodiyotning barcha sohalariga chuqur kirib bordi va marketing faoliyatini tubdan o‘zgartirdi. An’anaviy marketing vositalari asta-sekin o‘z o‘rnini raqamli platformalarga asoslangan strategiyalarga bo‘shatib bermoqda. Bugungi kunda korxonalar uchun faqat mahsulot ishlab chiqarish emas, balki uni to‘g‘ri auditoriyaga tez va samarali yetkazish ham strategik ahamiyat kasb etadi.

Internet va mobil texnologiyalarning keng tarqalishi iste’molchilarning xarid qilish jarayonini ham o‘zgartirdi. Endilikda mijozlar mahsulotni sotib olishdan oldin uni internet orqali o‘rganadi, solishtiradi va boshqa foydalanuvchilar fikrini tahlil qiladi. Bu holat korxonalarni raqamli marketing strategiyalaridan foydalanishga majbur etmoqda.

Muammosi: Ko‘plab korxonalar raqamli marketing imkoniyatlaridan to‘liq va tizimli foydalanmaydi, bu esa ularning bozordagi raqobatbardoshligiga salbiy ta’sir ko‘rsatadi.

Maqsadi: Korxonalarda raqamli marketing strategiyalarining qo‘llanilish darajasini tahlil qilish va ularni takomillashtirish bo‘yicha ilmiy asoslangan tavsiyalar ishlab chiqish.

Raqamli marketing strategiyalari zamonaviy korxonalarning marketing faoliyatida asosiy o‘rin egallaydi. Ular iste’molchilar bilan bevosita aloqa o‘rnatish, bozorni tahlil qilish va sotuv hajmini oshirish imkonini beradi. Ushbu strategiyalar ma’lumotlarga asoslangan yondashuvga tayanadi.

SEO (Search Engine Optimization) — korxona veb-saytini qidiruv tizimlarida yuqori pozitsiyalarga chiqarishga qaratilgan strategiyadir. SEO orqali organik trafik oshadi, reklamasiz mijozlar jalb qilinadi va brendning internetdagi ko‘rinishi kuchayadi. SEO jarayoni kalit so‘zlar tahlili, kontent optimizatsiyasi va texnik optimizatsiyani o‘z ichiga oladi.

SMM (Social Media Marketing) ijtimoiy tarmoqlar orqali marketing yuritish strategiyasidir. Instagram, Telegram, Facebook, TikTok kabi platformalar orqali korxonalar o‘z brendini targ‘ib qiladi, mijozlar bilan interaktiv aloqa o‘rnatadi va ularning fikrlarini real vaqt rejimida tahlil qiladi. SMM brendga sodiqlikni oshirishda muhim rol o‘ynaydi.

Kontent marketing iste’molchilar uchun qiymatli, foydali va qiziqarli materiallar yaratishga asoslanadi. Bloglar, videolar, podkastlar, infografikalar va ijtimoiy



tarmoqlardagi postlar orqali korxona o‘z auditoriyasini kengaytiradi va brendga ishonchni oshiradi. Kontent marketing uzoq muddatli strategiya hisoblanadi.

Email marketing mijozlar bilan shaxsiy va to‘g‘ridan-to‘g‘ri aloqa o‘rnatish usulidir. Bu strategiya orqali korxonalar yangi mahsulotlar, aksiyalar, chegirmalar va yangiliklar haqida mijozlarni xabardor qiladi. Email marketing mijozlarni ushlab qolish va qayta xarid qilishni rag‘batlantiradi.

Influencer marketing ijtimoiy tarmoqlarda ta’sir kuchiga ega shaxslar orqali mahsulot yoki xizmatlarni reklama qilishga asoslanadi. Bu strategiya iste’molchilarning ishonchini tezroq qozonishga yordam beradi va brendning ommalashuvini tezlashtiradi.

PPC (Pay Per Click) modeli asosida korxonalar faqat reklama bosilganda to‘lov amalga oshiradi. Google Ads, Meta Ads kabi platformalar orqali aniq maqsadli auditoriyaga chiqish mumkin. Bu strategiya qisqa muddatda yuqori natija beradi.

XULOSA

Tadqiqot natijalariga ko‘ra, raqamli marketing strategiyalari zamonaviy korxonalar faoliyatida muhim va ajralmas vosita sifatida shakllangan bo‘lib, ularning samarali qo‘llanilishi korxonalarning bozor iqtisodiyotidagi raqobatbardoshligini sezilarli darajada oshiradi. Raqamli marketing an’anaviy marketingdan farqli ravishda tezkorlik, interaktivlik va ma’lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish imkoniyatlarini taqdim etadi, bu esa korxonalar uchun strategik ustunlik yaratadi. Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, SEO, SMM, kontent marketing, email marketing hamda influencer marketing kabi strategiyalar korxonalarda mijozlar bazasini kengaytirish, brendni mustahkamlash va sotuv hajmini oshirishda muhim rol o‘ynaydi. Ayniqsa SEO va SMM strategiyalarining uyg‘un qo‘llanilishi korxonalarning raqamli muhitdagi ko‘rinishini oshirib, maqsadli auditoriyaga samarali chiqish imkonini beradi. Shuningdek, raqamli marketing strategiyalarining asosiy afzalliklaridan biri ularning natijalarini real vaqt rejimida o‘lchash va tahlil qilish imkoniyatidir. Bu esa

korxonalarga marketing kampaniyalarini doimiy ravishda optimallashtirish va resurslardan samarali foydalanish imkonini beradi. Biroq, ushbu jarayon yuqori raqobat, texnologik o‘zgarishlarga tez moslashish zarurati va malakali kadrlar yetishmasligi kabi muammolar bilan ham bog‘liq.

Umuman olganda, raqamli marketing strategiyalaridan to‘g‘ri va kompleks foydalanish korxonalarning nafaqat ichki samaradorligini oshiradi, balki ularning tashqi bozordagi o‘rnini ham mustahkamlaydi. Kelgusida raqamli texnologiyalarning yanada rivojlanishi marketing jarayonlarini to‘liq avtomatlashtirish va sun’iy intellekt asosida boshqarish imkoniyatlarini kengaytirishi kutilmoqda. Shu bois korxonalar raqamli marketing strategiyalarini doimiy ravishda takomillashtirib borishi va zamonaviy trendlar bilan hamohang rivojlanishi zarur hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1.Chaffey, D. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 2021.

2.O‘zbekiston Respublikasi Raqamli iqtisodiyot rivojlantirish konsepsiyasi, 2023–2025.

3.Kotler, P. Marketing Management. Pearson, 2022.

4.Ryan, D. Understanding Digital Marketing. Kogan Page, 2020.

5.Solomon, M. Consumer Behavior. 2021.