



TIJORAT KORXONALARINI RIVOJLANTIRISHDA ZAMONAVIY MARKETING VA ONLAYN REKLAMALARNING AHAMIYATI

Ismailova Yulduz Sobirjon qizi

Menejment va yangi texnologiyalar universiteti magistri

ismailova.yulduz21@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14792417>

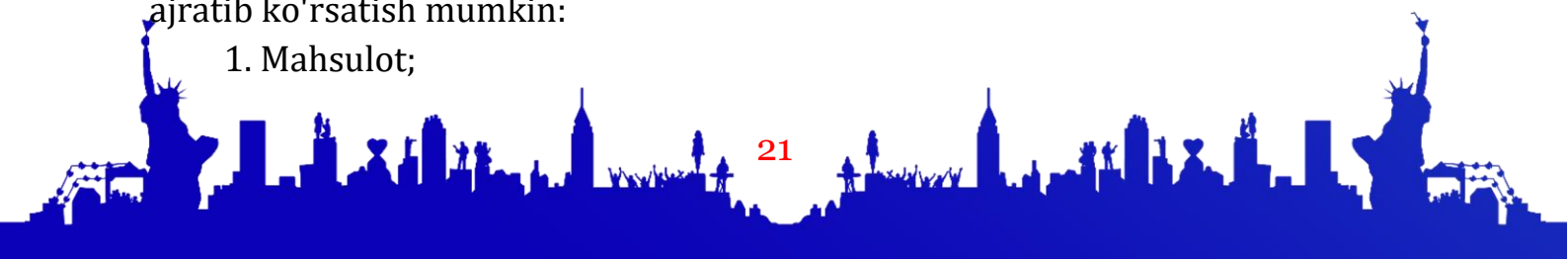
Internet-marketing - bu mahsulotni Internetda targ'ib qilish, iste'molchilarning xabardorligi va ommabopligini oshirish uchun foydalaniladigan vositalar va chora-tadbirlar majmuidir. Internet-marketing aholiga mahsulot taklif qiluvchi tijorat korxonalar uchun ajralmas vositasi sanaladi. Hozirgi kunda bu turdagi marketing zamonaviy marketingning asosiga aylandi, bu yo'nalish, mahsulot yoki xizmatga ega bo'lgan har bir korxonaga qisqa muddatda auditoriyani qamrab olish imkonini beradi.

Zamonaviy Internet-marketing xarajatlarni kamaytirish va investitsiyalarning daromadlilik darajasini oshirish bilan tavsiflanadi. Internet-marketing rivojlanishining evolyutsiyasi shuni ko'rsatadiki, Internetda onlayn reklama orqali savdo yuritish samarali hisoblanadi, chunki siz nafaqat mijozlar bilan doimiy aloqada bo'lishingiz, balki statistik ma'lumotlarni tezda kuzatib borishingiz mumkin. Bundan tashqari, bu maksimal auditoriyaga erishish imkoniyatidir. Bugungi kunda Internet-marketing aslida ikkala ishlab chiqarish jarayonini ham qamrab oladi. (talabni o'rganish, ishlab chiqish) va mahsulotni sotish (reklama, sotishdan keyingi xizmat ko'rsatish, xaridorlarni mahsulot haqida xabardor qilish).

Agar biz Internet-marketingni elektron tijoratning tarkibiy qismi deb hisoblasak, uni onlayn marketing deb ham atash mumkin. Elektron tijorat elementi sifatida Internet-marketing axborotni boshqarish, Internet integratsiyasi, jamoatchilik bilan aloqalar, shuningdek, mijozlarga xizmat ko'rsatish va savdo elementlari kabi elementlarni o'z ichiga olishi mumkin. Zamonaviy onlayn marketing - bu loyihalarning mobil versiyalaridan faol foydalanish va doimiy Internetga kirishni o'z ichiga olgan oddiy va samarali vosita. Bunda ijtimoiy tarmoqlar va forumlarda haridorlar bilan muloqotning ustuvor vazifasiga aylanadi.

Internet-marketing an'anaviy marketingdan tubdan farq qilmaydi. Bu yerda ham barcha marketingning asosiy vazifalari ko'rib chiqiladi, ularning barchasi kutilgan natijaga erishish uchun juda muhimdir. Bunda, to'rtta asosiy fikrni ajratib ko'rsatish mumkin:

1. Mahsulot;





2. Narx;
3. Rag'batlantirish;
4. Sotish joyi (savdo nuqtasi).

Bundan tashqari, Internet-marketingda yana bir qancha muhim jihatlar asosiy o'ringa chiqadi, ular quyida keltirilgan:

Taklif - xaridor uchun yanada jozibador bo'lishi, qo'shimcha qiymatga ega bo'lishi, raqobatchilardan farqlanishi kerak. Chunki onlayn iste'molchilar sizning taklifingizni raqobatchilaringiz bilan solishtirish uchun barcha imkoniyatlarga ega;

Maqsadli auditoriya - maqsadli auditoriyangizni aniqlash va taklifingizni shakllantirish va ularni istaklarini hisobga olib murojaat qilish;

Konvertatsiya (potentsial mijozlarni haqiqiy mijozlarga aylantirish). Yuqorida keltirilganidek, Internet orqali bizga nafaqat biror narsa sotib olmoqchi bo'lganlar keladi, balki xarid qilish, buyurtma berish, so'rovni qoldirish uchun kelganlarning ko'p qismi shunday qiladi – bu konvertatsiya masalasi – Internet-marketingning eng muhim elementlaridan biri va bu juda muhim, chunki u bir necha darajalarda o'lchanishi va ta'sir qilishi mumkin. Shu bilan birga Internet-marketing samaradorligini sezilarli oshiradigan omil sanaladi.

Yuqoridagilarga qo'shimcha ravishda, Internet-marketing bir nechta asosiy ustunliklardan iborat bo'lib, ularning har biri kompaniyaning mo'ljallangan mahsulotlarini (tovarlari, xizmatlarini) amalga oshirish uchun o'ziga xos ahamiyatga ega:

- SEO (Search Engine Optimization) — qidiruv tizimi natijalaridagi o'rnini yaxshilash uchun veb-saytni optimallashtirish jarayoni.

- SMM (Ijtimoiy Media Marketing) - bu ijtimoiy tarmoqlar orqali tovar va xizmatlarni ilgari surish usuli.

- Elektron pochta marketingi mijozlar bilan elektron pochta orqali muloqot qilish usulidir.

- Kontent marketingi – auditoriyani jalb qilish va ushlab turish uchun foydali kontentni yaratish va tarqatishdir.

Rejalashtirilgan loyihalarni ishlab chiqish uchun ushbu nuanslarning barchasiga rioya qilish juda muhimdir, chunki ular kompaniyani yakuniy iste'molchi bilan bog'laydigan asosiy bo'g'indir. Boshqa barcha sohalarda bo'lgani kabi, onlayn marketing ham o'zining afzalliklari va kamchiliklariga ega. Onlayn marketing an'anaviy marketingga nisbatan bir qator afzalliklarga ega:

- axborotni tez tarqatish;





- keng auditoriyani qamrab olish;
- iste'molchilarni jalb qilish va interaktiv ta'sir qilish imkoniyatlari;
- auditoriyani aniq yo'naltirish va shu tufayli uning umumiy samaradorligini oshirish imkoniyatlari;

Internet-marketingning kamchiliklari:

- Marketing biz nazorat qilmaydigan texnologiyalarga bog'liq (masalan, foydalanuvchining interneti sekin);

- Internetda "mahsulotga teginish, ushlab ko'rish" mumkin emasligi va xaridorlar ko'pincha oflayn rejimni tanlashi va oflayn xarid qilishi.

Biznes uchun onlayn marketingning qulayligi minimal investitsiyalar bilan mijozlarning oqimini yaratish qobiliyatidadir. Hozirgi kunda onlayn marketing mamlakatimiz uchun yangi soha ekanligiga qaramay, u jadal rivojlanmoqda. Har yili ushbu marketingdan foydalanuvchilar soni ortib bormoqda. Nazarimda, bu yutuq kelajakda mazkur sohani yanada rivojlantirishning kafolati bo'lib xizmat qiladi.

Adabiyotlar ro'yxati:

1. Internet-marketing tarixi va uning paydo bo'lishi / URL: https://studwood.net/1131789/marketing/istoriya_poyavleniya_razvitiya_internet_marketinga
2. Rodionova T.P. Internet-marketingning mohiyati. Rossiya DSTU Xizmatlar va tadbirkorlik instituti (filiali), Shaxti. Yosh olimlar forumi 6\2(22) 2018. B. 1298-1300
3. Internet-marketing. Umumiy tushunchalar / URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Internet-marketing>

