

INTERAKTIV VA RAQAMLI MARKETINGGA KIRISH

1-mavzu
Ziyodulla Hakimov



Asosiy maqsadimiz

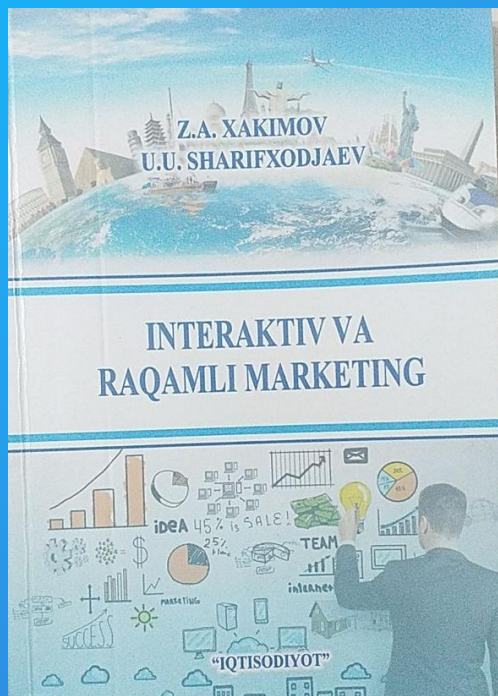


Tinglovchilarga interaktiv va raqamli marketingning nazariy asoslarini, asosiy tushunchalari va kategoriyalari, qonuniyatlari va tamoyillarini o'rgatish hamda ularni amaliyotda tatbiq etish ko'nikmasini hosil qilishdan iborat.

ADABIYOTLAR



Дункан Кларк. Alibaba. Жек Ма бунёд эган маскан (ўқув қўлланма) - / Тошкент: “Qamar mediya” нашриёти, 2021 йил. 400 бет

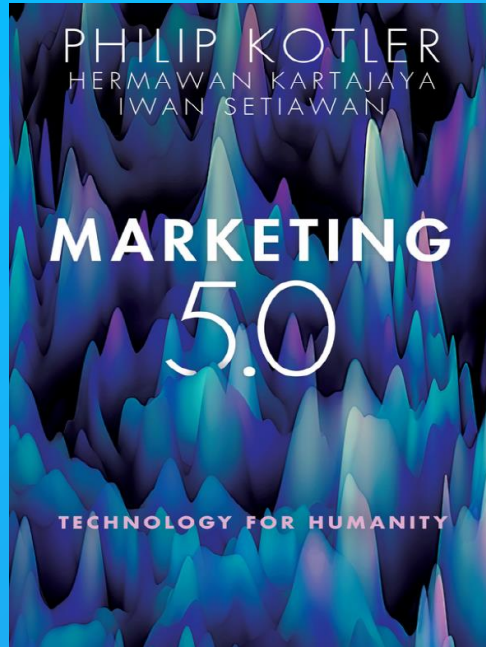


Hakimov Z.A. Sharifhodjaev U.U. Interaktiv va raqamli marketing. O'quv qollanma. –Т.: “Iqtisodiyot”, 2019 – 170 b.



Abdusalilova L.T. Internet marketing. O'quv qollanma. –Т.: “Iqtisodiyot”, 2019 – 310 b.

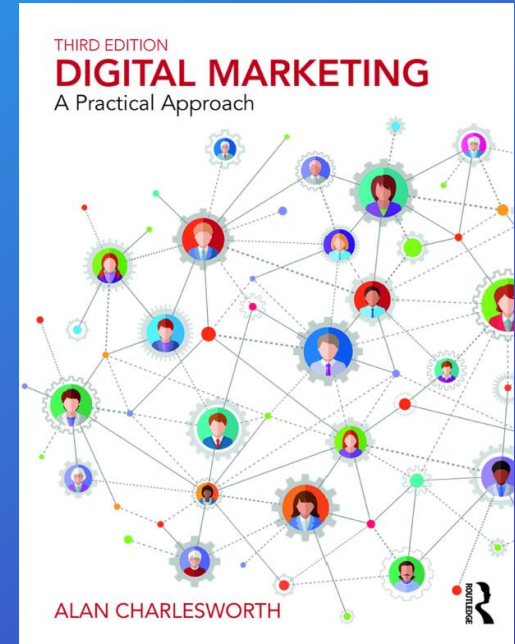
ADABIYOTLAR



Marketing 5.0 : technology for humanity / Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. Hoboken, New Jersey : Wiley, [2021] | Includes index



Understanding digital marketing / Damian Ryan. – Third edition. pages cm. ISBN 978-0-7494-7102-6 (paperback) – ISBN 978-0-7494-7103-3 (ebook)



Charlesworth, Alan. (2014). Digital marketing: A practical approach, Second edition. 10.4324/9780203493717.

Marketingda 4 P & 4 C



MARKETING

KOMPANIYALAR MUVAFFAQIYATGA ERISHISH UCHUN
MIJOZLARGA O'ZLARI XOHLAGAN NARSANI BILIB
OLISHGA YORDAM BERISHLARI KERAK.

F.KOTLER

Mijozlar–birinchi, xodimlar– ikkinchi, aksiyadorlar esa uchinchi o`rinda

JEK MA – Alibaba

Elektron tijorat



logistika

Moliya

KO'RIB CHIQLADIGAN SAVOLLAR

01

NIMA?

NIMA UCHUN
RAQAMLI
MARKETING

02

NIMA UCHUN?

RAQAMLI
MARKETINGNI
NIMADAN
BOSHLAYMIZ

03

QANDAY?

RAQAMLI
MARKETINGNING
QANDAY
TEHNOLOGIYALARI
MAVJUD

04

NIMAGA?

RAQAMLI
MARKETING ORQALI
NIMAGA ERISHAMIZ?

Brendlar

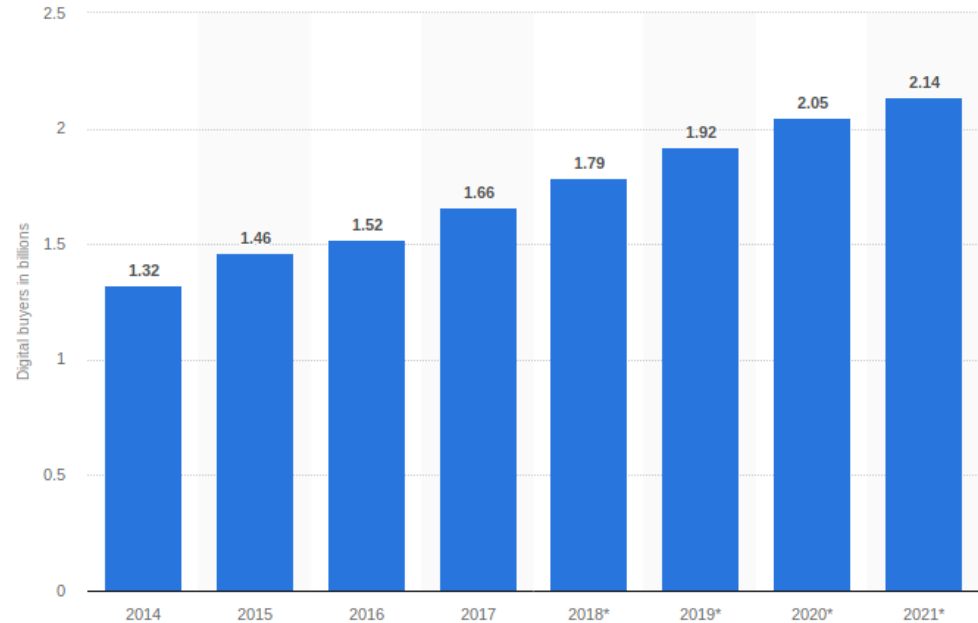
ebay

amazon

Taobao

Aliexpress

Number of digital buyers worldwide from 2014 to 2021



Hatto hozir ham dasturlash borasida hech narsaga tushunmayman, hozir ham internet asosini tashkil qiluvchi texnologiyalarini umuman tushunmayman

(JEK MA – Alibaba – 2015 й.)

Raqamli marketing uchun dasturlash va texnologiyalardan ko'ra muximrog'i – mijozni tushunishdir!

Samaradorlik

Vaqt va xarajatlarni tejash

Real vaqt rejimida ishlash

Global kamrov va interaktiv

Bilvosita va bevosita com.ya.





01. NIMA UCHUN RAQAMLI MARKETING?

Odamlarni sotib olishi uchun
bezovta qolmang, yahshisi ularga
o'zlari hohlaganlarini bering!

Raqamli marketing atamasi

O'zbekistonda



Digital marketing

Цифровой маркетинг



onlayn marketing

internet marketing

veb-marketing

SEO

CEM

internet marketing

Interaktiv

Joriy kommunikatsiyani oldingi kommunikatsiya kanaliga nisbatan tezkor, samaraliroq ishlovchi kanallar

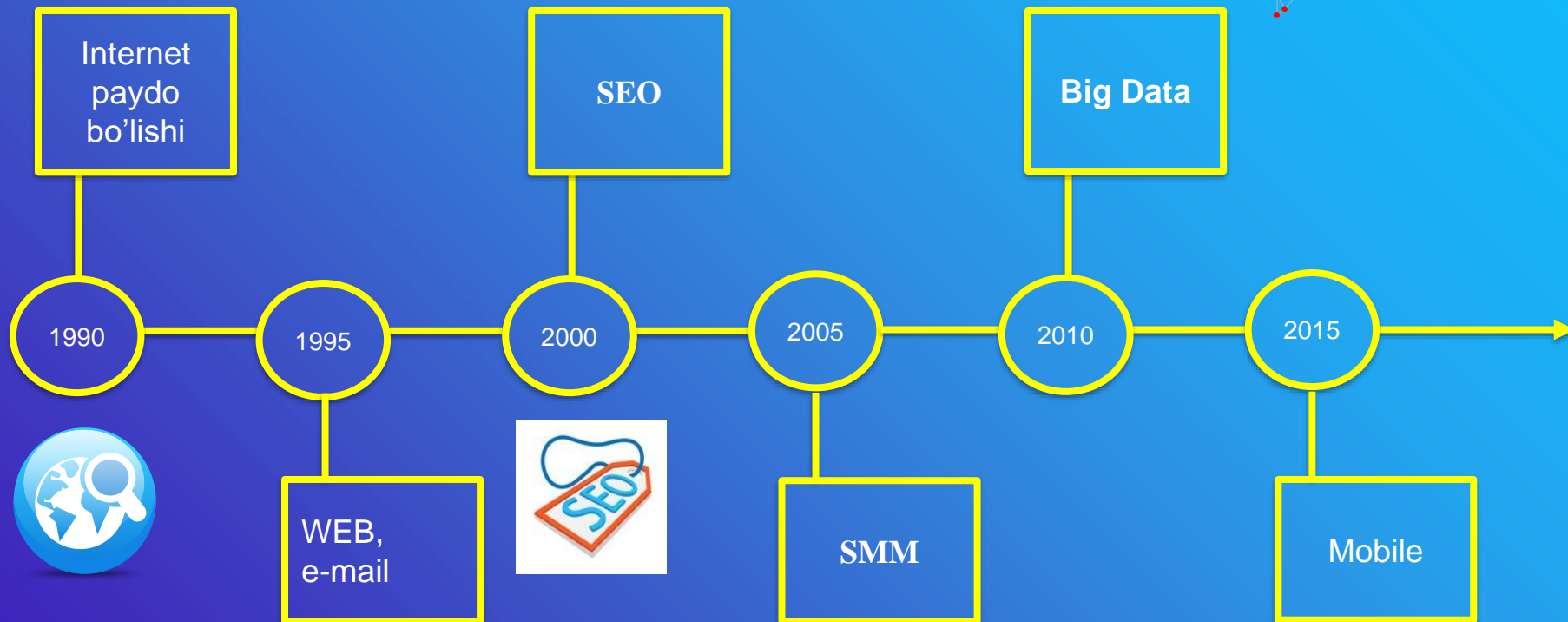
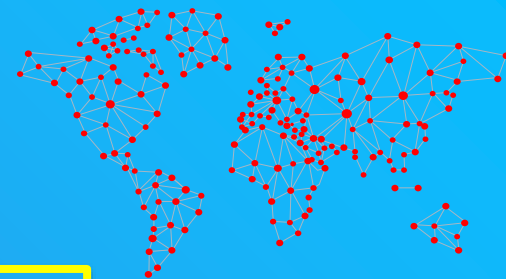


Raqamli marketing

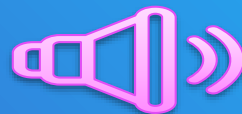
Mijozlarga raqamli texnologiyalardan foydalanish orqali erishishdir



RIVOJLANISH



An'anaviy kommunikatsion jarayonlarini aks ettiruvchi model



Korhona

OAV

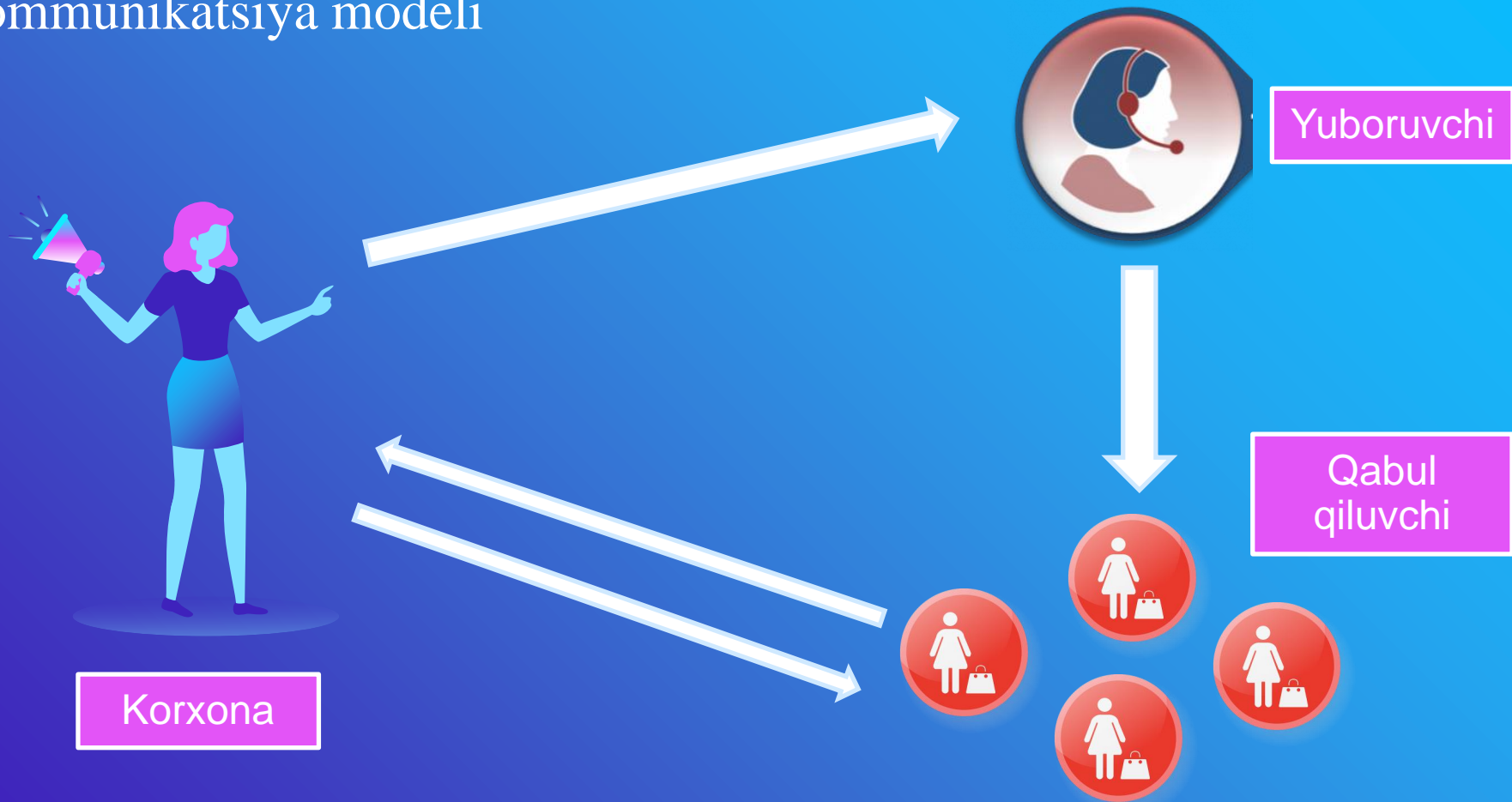
Ahborot

Iste'molchi

Iste'molchi

Iste'molchi

Axborot muhitidan vositachi yoki vositachisiz foydalangan holda kommunikatsiya modeli



MIJOZLAR BILAN KOMMUNIKATSION YONDASHUVLARNING EVOLYUTSION RIVOJLANISHINI AKS ETTIRUVCHI TO'RT TURDAGI MARKETING KANALLARI

	Transaction marketing	Database marketing	Digital marketing	Relationship marketing
	Klassik marketing	Ma'lumotlarsiz marketing	Raqamli marketing	Munosabatlar marketing
Kommunikatsiya maqsadlari	Iqtisodiy tranzaktsiya	Axborot va iqtisodiy tranzaktsiya	Ko'plab iste'molchilar va mijozlar bilan aloqalar	Xar bir iste'molchiga xar bir sotuvchining o'zaro munosabati
Kommunikatsiya turi	Korxonalar – ko'plab bozorlarga	Korxonalar – maqsadli bozorlar va aniq iste'molchilarga	Korxonalar – ko'plab iste'molchilarga, AKT orqali	Shaxsdan-shaxsga
Kommunikatsiya usuli	Moslash-tirilmagan	Shaxsiylash-tirilgan	Raqamli	O'zaro hamkorlikka asoslangan munosabatlar
Kommunikatsiyaning takrorlanishi	Bir martalik	Bir martalik takrorlanuvchan	va Muddatli (uzoq muddatli)	Doimiy
Kommunikatsiya vaziflari	Iste'molchilarni ko'paytirish	Iste'molchilarni saqlab turish	AKTga asoslangan muloqotni yaratish	O'zaro manfaatli munosabatlarni saqlab qolish
Asosiy fokus	Tovar va brend	Tovar va brend yoki iste'molchi	AKT orqali ko'plab iste'molchilarni boshqarish	O'zaro xamkorlik

Statistika



● Internet

Jahon aholisining 53,6 foizi internetdan foydalanmoqda

● SMM

Jahon aholisining 42%, 3,5 mln obunachi

● E-commerce

3.5 trillion \$, 1,6 mlrd haridlar,

● Mobile

Jami 8,3 mlrd obuna, 6,3 mlrd faol, 6,2 mlrd internet mavjud

● E-mail

3,9 mlrd foydalanuvchi, 102.6 trln elektron pochta xatlari.

● SEO

Har sekunda 77 ming qidiruv,

Raqamli marketingning avzalliklari



Tadbirkor uchun

- ✓ harajatlar tejaladi
- ✓ interaktivlik
- ✓ global auditoriya
- ✓ maqsadli doira
- ✓ 24 soat savdo
- ✓ raqobatchilar tahlili
- ✓ maqsadli auditoriya
- ✓ brend jozibadorligi

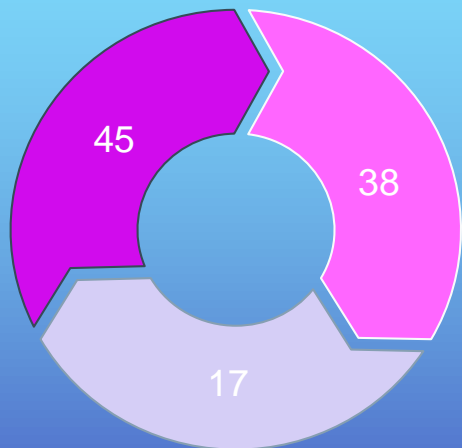


Iste'mochi uchun

- ✓ harajatlar tejaladi
- ✓ interaktivlik
- ✓ global harid
- ✓ tog'ridan-togri communitiya
- ✓ 24 soat harid
- ✓ naqqoslash imkoniyati
- ✓ maqsadli tanlov
- ✓ brend qiymati



NIMADAN BOSHLAYMIZ?



Kompaniyalarning 45 foizida raqamli marketing strategiyalari yoq



Qanday boshlaymiz



Tadqiqot

- ✓ Istemolchilar
- ✓ Raqobatchilar
- ✓ Istiqbol



Moslashish

- ✓ Segment,
- ✓ Hulq atvor
- ✓ Kommunikatsiya imkoniyatlari



Boshqarish

- ✓ Brendga sodiqlik,
- ✓ moslashuvchanlik,

Strategiya

A



B

Raqamli texnologiya platformalarini qo'llash orqali marketing va biznes maqsadlariga yordam beradigan yondashuvni aniqlashdir.

Maqsadlar

Maqsadni to'g'ri belgilash B nuqtaga borishni kafolatlaydi

Tahlil

A nuqtadan B nuqtagacha faoliyat tahlili

Vertual faoliyat

Yangi mahsulot, sotish tizimi, interaktivlik, doimiylik

Natijadorlik

Brendga sodiqlik, samarali integratsiya

Nima uchun strategiya?



01

Bozorni organish

02

Integratsiya,
shahsiylashtirish

03

Global qamrov

04

Raqobatda ustunlik

MISOLLAR

Mahsulot/narh/harajatlari nazorati

Iste'molchilarni anglash

Shahsiylashtirish



Create your own suit



Customized shoes



100+ drink choices and customization options



Do'konda xarid qilish bo'yicha shahsiylashtirilgan tavsiyalar



Bemorlarini kuzatishni ruhiy salomatlik o'rganish boyicha mobil ilova



Har qanday vaqtda kayfiyatga moslashuvchan musiqa

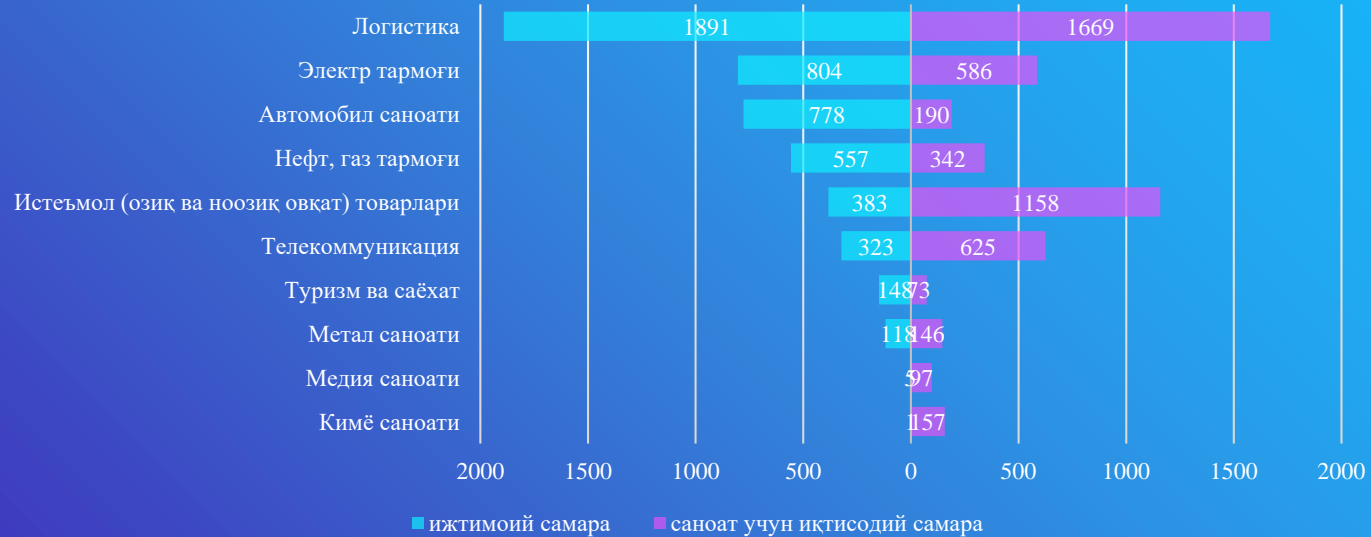
Strategiya

- ✓ Xaridor ma'lumotlariga kirish uchun talabning kamayishi
- ✓ Savdo nuqtasida mijozdan to'g'ridan-to'g'ri jalb qilishni (opt-in) talab qiladi
- ✓ Qulaylik va tanlovni ta'minlash uchun mustahkam va tezkor ta'minot zanjirlari

- ✓ Xaridor ma'lumotlariga kirishni (takrorlashni) talab qiladi
- ✓ Foydalanish to'g'risidagi ma'lumotlar mijozlarning bevosita aralashuvsiz olinishi mumkin
- ✓ Shahsiylashtirilgan taklif va xizmatlarni moslashtirish uchun tahliliy imkoniyatlar

B2B kompaniyalari daromadlari

НАЗВАНИЕ ДИАГРАММЫ



трлн. АҚШ доллари

3. Raqamli marketingning
qanday strategiyalari
mavjud?

3,5 mlrd
auditoriya



E-mail marketing

Strategik maqsad @Spam@ bo'lmalik



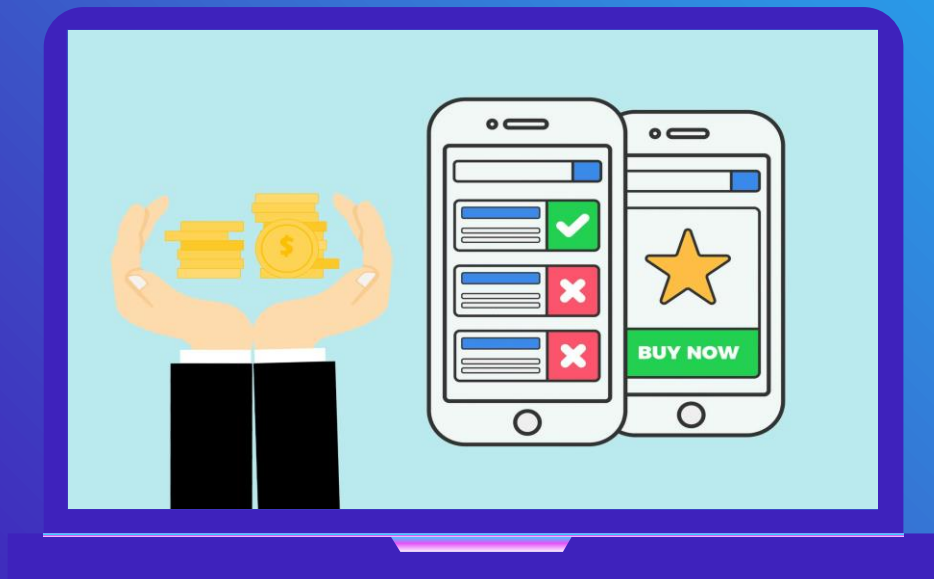
- ✓ elektron pochta marketingida **4400% ROI** bor
- ✓ pochta xabarlarining 49 foizi mobil qurilmalarda ochilgan
- ✓ Jonatmalarning **54% spam**
- ✓ raqamlashtirilgan kompaniyalarning **95 foizi** foydalanadi
- ✓ Iste'molchilarning **49 %** har hafta sevimli brendlaridan reklama xabarlarini olishni istashlarini aytishdi
- ✓ E-mail obunachilarining **50 %** internetga kirichi bilaniq pochta qutisini tekshirishadi

Mijozlar bilan uzoq muddatli va mustahkam munosabatlar qurish, takroriy sotuvlarni ko'paytirish va mijozlar fikr-mulohazalarni olishga imkon beradi.

Mobile marketing

Strategik maqsad “doimiy men bilan!”

- ✓ **5 milliard**dan ortiq mobil aloqa foydalanuvchilari mavjud
- ✓ Ular kuniga **3,5 soat**dan ko'proq vaqt sarflashadipochta
- ✓ **51 foizi** onlayn xaridni smartfon orqali amalga oshiriladi
- ✓ 2021 yilda mobil mCommerce **50 foiz**dan ortadi
- ✓ Google mobil qidiruv trafikining **96 foizi**ga egalik qiladi.
- ✓ elektron pochta xabarlarining to'rttdan bir qismi smartfonlarda ochilgan
- ✓ mobil reklama uchun sarflanadigan **mablag 250 milliard dollar**



Sodiq mijozlarni ko'paytirish va ular bilan mustaxkam aloqa qilish imkoniyati

SEO

Qidiruv tizimini optimallashtirish orqali raqobatchilar mijozini ozingizniki qiling



- ✓ Googleda sekundiga **77 ming**dan ortiq qidiruvlarni qabul qiladi.
- ✓ 2019 yilda jami **2,3 trln** qidiruv boldi, ulning 15 foizi yangi kalit sozlardir
- ✓ Bosishning **67% qidiruv** tizimlarida namoyish etilgan dastlabki 5 natijaga o'tadi.
- ✓ Qidiruv so'rovlarining **50 foizi 4 yoki** undan ko'p so'zlardan iborat
- ✓ Google qidiruv algoritmi veb-saytlarni saralashda **200 dan** ortiq metrikadan foydalanadi
- ✓ SEOning eng muhim elementi matn sarlovhasidir
- ✓ Har bir qoyilgan yangi content trafikni **106 %** oshirishi mumkin

Yangi mijozlarni ko'paytirish va ularni ozingizniki qilish imkoniyati

Pay Per Click

Tezroq – qimmatroq

- ✓ Korxonalar Google Ads-ga sarflangan har **1 \$ uchun 2 \$ pul** ishlaydilar.
- ✓ PPC-ga tashrif buyuruvchilar, organik tashrif buyuruvchilarga qaraganda **50% ko'proq** narsa sotib olishadi
- ✓ Bosishning **41 foizi** qidiruv natijalari bo'yicha birinchi uchta pulli reklamaga kiradi
- ✓ 63 foizi Google qidiruvlari
- ✓ 2019 yilda Google qidiruvlarining o'rtacha soni oyiga **191 milliarddan** oshadi.
- ✓ Pulli qidiruv brend xabardorligini **80% ga oshirishi** mumkin
- ✓ Facebookda PPC ROI ni **2,5 baravar** oshirdi



PPC – Brend kuchiga ishonganlar uchun.

Affiliate Marketing

Raqobatchingizga hamkor sifatida qarab koring – ikkalangiz uchun ham foydali



- ✓ 81% marketologlar va 84% noshirlar sheriklik marketingining kuchidan foydalanadilar
- ✓ Hamkorlik trafikning 50% dan ortig'i mobil qurilmalardan keladi
- ✓ Jason Stone Affiliate orqali 7 million dollar daromad topdi
- ✓ raqamli media daromadlarining 15% ni tashkil qiladi
- ✓ daromadni 30% ga ko'paytirishi mumkin
- ✓ Brendlarning 81% sheriklik dasturlariga tayanadi
- ✓ Moda biznesi Affiliate uchun eng qulay sohadir
- ✓ Bir yilda 5 milliard marta click va 170 milliondan ortiq tranzaksiyalar

Raqobatching bilan birga harakat qilish orqali sinergiyaga erishish.

Content Marketing

Layk yigish biznesingiz uchun damad keltirishini umutmang!



- ✓ B2B kompaniyalarining 69 foizida hujjatlashtirilgan tarkibiy strategiya mavjud
- ✓ organik trafikning 76% contentlar orqali keladi
- ✓ B2B sotuvchilarining 84 foizi kontent yaratishda outsorsingdan foydalanadi
- ✓ Jami bloglarning 26% videobloglar
- ✓ 41% bloggerlar videolarning natijadorligi kuchli deb hisoblashadi
- ✓ 3000 yoki undan ortiq so'zlardan iborat postlar trafigi uch baravar va 900 dan 1200 gachalari to'rt baravarga teng keladi.
- ✓ Kontent marketingi uchun konversiya boshqa marketingga qaraganda olti baravar yuqori.

Ijodiy qobiliyatni ishga solish

Sizlar bilan



Hakimov Ziyodulla Ahmadovich

TDIU, Marketing kafedrası

Ziyodulla1984@gmail.com

