



ELEKTRON TIJORATNI RIVOJLANTIRISHDA MARKETINGNING ROLI

Mardonova Sitora Panji qizi

Termiz iqtisodiyot va servis universiteti “Iqtisodiyot(tarmoqlar va sohalar)” ta’lim
yo‘nalishi 2-kurs magistranti

mardonovasitora752@gmail.com

ANNOTATSIYA

Elektron tijorat, shuningdek, elektron tijorat sifatida ham tanilgan, korxonalar faoliyati va mijozlar bilan o‘zaro munosabatlarida inqilob qildi. Elektron tijoratning paydo bo‘lishi an’anaviy biznes modellarini o‘zgartirib, kompaniyalarga global auditoriyani qamrab olish imkonini berdi va iste’molchilarga istalgan vaqtda istalgan joydan xarid qilish qulayligini taklif qildi. Marketing elektron tijoratning rivojlanishi va rivojlanishida hal qiluvchi rol o‘ynaydi. Ushbu maqolada biz elektron tijoratning muvaffaqiyati va kengayishiga hissa qo‘shgan marketingning turli jihatlarini o‘rganamiz.

Kalit so‘zlar: Tovar va xizmat, pul, brend, elektron pochta, elektron tijorat, strategiya, ijtimoiy media, rag‘batlantirish, marketolog, konvertatsiya.

THE ROLE OF MARKETING IN THE DEVELOPMENT OF ELECTRONIC COMMERCE

ANNOTATION

Electronic commerce, also known as electronic commerce, has revolutionized the way businesses operate and interact with customers. The advent of e-commerce has transformed traditional business models, allowing companies to reach a global audience and offering consumers the convenience of shopping anywhere, anytime. Marketing plays a crucial role in the growth and development of e-commerce. In this article, we explore the various aspects of marketing that have contributed to the success and expansion of e-commerce.

Keywords: Product and service, money, brand, email, e-commerce, strategy, social media, promotion, marketer, conversion.





АННОТАЦИЯ

Электронная коммерция, также известная как электронная коммерция, произвела революцию в том, как предприятия работают и взаимодействуют с клиентами. Появление электронной коммерции изменило традиционные бизнес-модели, позволив компаниям охватить глобальную аудиторию и предлагая потребителям удобство совершения покупок в любом месте и в любое время. Маркетинг играет решающую роль в развитии и росте электронной коммерции. В этой статье мы исследуем различные аспекты маркетинга, которые способствовали успеху и расширению электронной коммерции.

Ключевые слова: продукт и услуга, деньги, бренд, электронная почта, электронная коммерция, стратегия, социальные сети, продвижение, маркетолог, конверсия.

Elektron tijoratni tushunish

Elektron tijoratda marketingning rolini o'rganishdan oldin, elektron tijorat nimani anglatishini tushunish kerak. Elektron tijorat internetdan foydalangan holda tovarlar va xizmatlarni sotib olish yoki sotish, shuningdek, ushbu operatsiyalarni bajarish uchun pul va ma'lumotlarni uzatishni anglatadi. U biznesdan iste'molchiga (B2C), biznesdan biznesga (B2B), iste'molchidan iste'molchiga (C2C) va iste'molchidan biznesga (C2B) kabi turli biznes modellarini o'z ichiga oladi. Elektron tijorat yordamida korxonalar o'zlarining mijozlar bazasini geografik chegaralardan tashqarida kengaytirishlari, mijozlarga 24/7 xizmat ko'rsatishni taklif qilishlari va avtomatlashtirish orqali o'z faoliyatini soddalashtirishlari mumkin.

Elektron tijoratda marketingning roli

Marketing har qanday biznes strategiyasining, jumladan, elektron tijoratning ajralmas qismidir. Samarali marketing korxonalarga mijozlarni jalb qilish va ushlab turishga, brend xabardorligini oshirishga, yetakchilarni yaratishga va pirovardida savdoni oshirishga yordam beradi. Elektron tijorat kontekstida marketing bir nechta muhim rollarni o'ynaydi:

Brend yaratish: Raqobat shiddatli bo'lgan raqamli bozorda kuchli brendni yaratish farqlash va mijozlarning sodiqligi uchun juda muhimdir. Qidiruv tizimini optimallashtirish (SEO), ijtimoiy media marketingi, kontent marketingi, elektron





ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

pochta marketingi va ta'sir qiluvchi sheriklik kabi marketing harakatlari brendning onlayn mavjudligini aniqlashga va potentsial mijozlarni jalb qilishga yordam beradi.

Mijozlarni jalb qilish: Yangi mijozlarni jalb qilish rivojlanishni istagan har qanday biznes uchun juda muhimdir. Elektron tijorat sotuvchilari demografik ma'lumotlar, qiziqishlar yoki qidiruv so'rovlari asosida potentsial mijozlarga erishish uchun ijtimoiy media platformalarida yoki Google AdWords kabi qidiruv tizimlarida maqsadli reklama kabi turli xil taktikalardan foydalanadilar. Bundan tashqari, tavsiyanoma dasturlari mavjud mijozlarni og'zaki tavsiyalar orqali yangi biznesni jalb qilishga undashi mumkin.

Mijozlarni ushlab turish: Mavjud mijozlarni saqlab qolish ko'pincha yangilarini sotib olishdan ko'ra tejamkorroqdir. Elektron tijorat sotuvchilari mijozlarni jalb qilish va takroriy xaridlarni rag'batlantirish uchun sodiqlik dasturlari yoki eksklyuziv bitimlarni taklif qilish uchun ko'rib chiqish tarixi yoki xarid qilish xatti-harakatlariga asoslangan shaxsiylashtirilgan elektron pochta kompaniyalari kabi strategiyalardan foydalanadilar.

Ma'lumotlarni tahlil qilish: Elektron tijorat platformalari maqsadli marketing harakatlari uchun ishlatilishi mumkin bo'lgan foydalanuvchi xatti-harakatlari haqida katta hajmdagi ma'lumotlarni yaratadi. Marketologlar Google Analytics yoki Kissmetrics kabi vositalardan foydalanuvchi ma'lumotlarini tahlil qilish va mijozlarning afzalliklari, xarid qilish usullari, konversiya stavkalari va boshqa asosiy ishlash ko'rsatkichlari (KPI) haqida ma'lumot olish uchun foydalanadilar. Ushbu ma'lumotlar mijozlarni jalb qilishni yaxshilash va savdo konvertatsiyalarini oshirishga qaratilgan kelajakdagi marketing strategiyalari haqida ma'lumot berishi mumkin.

Ko'p kanalli yondashuv: Bugungi kunda iste'molchilar bir nechta kanallar - ijtimoiy media platformalari, elektron pochta xabarnomalari, veb-saytlar bo'ylab brendlar bilan o'zaro aloqada bo'lishadi - bu sotuvchilar uchun o'z auditoriyasi bilan onlayn muloqot qilishda ko'p kanalli yondashuvni qo'llash zarurligini ta'minlaydi. Har bir kanalning o'ziga xos kuchli tomonlari (masalan, Instagramda vizual hikoya qilish va veb-saytlardagi mahsulotning batafsil tavsiflari) uchun kontentni moslashtirgan holda barcha aloqa nuqtalari bo'ylab izchil xabar almashish orqali sotuvchilar iste'molchilarni kashf qilishdan tortib to xarid qilish to'g'risida qaror qabul qilishgacha bo'lgan sayohatlari davomida aks-sado beradigan uzluksiz brend tajribasini yaratishlari mumkin.





ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

Qidiruv tizimini optimallashtirish (SEO): SEO Google kabi qidiruv tizimlari uchun veb-sayt tarkibini optimallashtirishni o'z ichiga oladi, shunda foydalanuvchilar mahsulot yoki xizmatlaringizga tegishli kalit so'zlarni kiritganda qidiruv natijalarida yuqori o'rinni egallaydi. Bu ko'rinishning ortishi, to'langan reklama xarajatlarini talab qilmasdan, to'g'ridan-to'g'ri qidiruv tizimlaridan keladigan ko'proq organik trafikka olib kelishi mumkin. Kontent marketingi: Maqsadli auditoriyangizga qiymat beradigan yuqori sifatli kontentni yaratish qidiruv tizimlari orqali organik trafikni jalb qilishga yordam beradi, shu bilan birga ijtimoiy media platformalarida potentsial mijozlarni jalb qiladi. Ijtimoiy media marketingi: Ijtimoiy media platformalari korxonalar uchun demografiya yoki qiziqishlarga asoslangan maqsadli reklamalar, shuningdek, yoqtirishlar, baham ko'rishlar, sharhlar orqali jalb qilishni rag'batlantiradigan organik postlar orqali o'z auditoriyalari bilan bog'lanish imkoniyatlarini taklif qiladi. Elektron pochta marketingi: Elektron pochta marketingi obunachilarni ko'rish tarixi yoki xarid qilish xatti-harakatlari asosida shaxsiylashtirilgan xabarlar bilan jalb qilishning samarali usuli bo'lib qolmoqda.

Influencer Marketing: Maqsadli auditoriyangizda ko'p izdoshlariga ega bo'lgan ta'sir o'tkazuvchilar bilan hamkorlik qilish ularning hamjamiyatiga kirish orqali ta'sir doirangizni kengaytirishga yordam beradi va shu bilan birga uyushma orqali ishonchni oshiradi.

Pullik reklama: Google AdWords yoki Facebook reklamalari kabi platformalar korxonalariga demografiya yoki qiziqishlar asosida ma'lum auditoriyalarni yo'naltirish imkonini beradi.

XULOSA

Marketing elektron tijoratning rivojlanishi va o'sishida muhim rol o'ynaydi, bu korxonalariga kuchli onlayn brendlarni yaratishda, bir nechta kanallar bo'ylab maqsadli kampaniyalar orqali yangi mijozlarni jalb qilishda, elektron tijorat platformalarida mavjud bo'lgan ma'lumotlarni tahlil qilish vositalaridan foydalangan holda shaxsiy jalb qilish harakatlari orqali mavjud mijozlarni saqlab qolishda yordam beradi.



**FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:**

- 1) Kotler Filipp T., Keller Kevin Leyn (2016). Marketing menejmenti. Pearson Education;
- 2) Dholakia Rita M., Dholakia Rajdeep S., Leeflang Paul W., Belch Jorj E., Belch Maykl A., Lassarri Javier M. va boshqalar. Marketing bo'yicha tadqiqot xalqaro jurnali . 33-jild (3-son), 389–400-betlar;
- 3) Chaffey D., Ellis C., Jonston K. Digital Marketing: Strategiyani amalga oshirish va amaliyot. Pearson Education Limited;
- 4) Statista - Raqamli bozor istiqboli: butun dunyo bo'ylab elektron tijorat

