



RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANGAN HOLDA RAQAMLI MARKETING ELEMENTIDAN BIRI INTERNET-REKLAMADAN FOYDALANISHNING TENDENSIYALARI

Mamayev Baxodirjon Nosirovich

Marketing kafedrasi dotsenti, i.f.n.

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

Baxtiyorov Zayniddin Nuriddinovich

MMRT-10 guruhi 2-kurs talabasi;

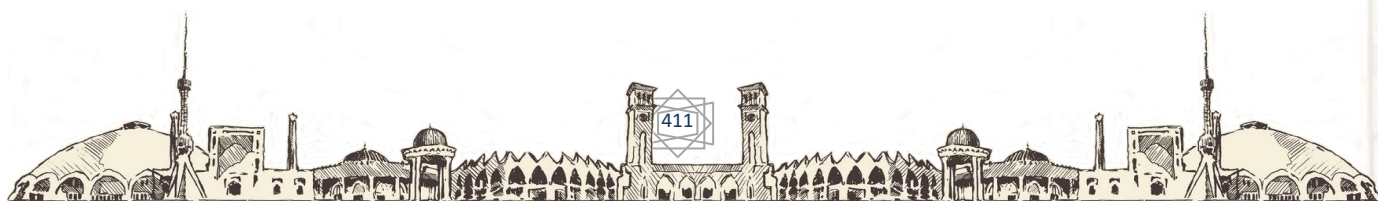
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti,

Annotatsiya: *Ushbu maqolamizda internet reklaming yani raqamli marketingni o'z kuchini va hozirgi rivojlanayotgan jamiyatimizda har bir sohaga intenet marketing zarurligi va shu orqali katta yutuqlarga erishilishi qisqacha yoritilgan. Shuningdek bu maqolada internet-reklamaning paydo bo'lishi, uning rivojlanishining asosiy sabablari va vazifalari aks ettirilgan. Shuningdek internet-reklamaning hozirgi kundagi turlari va uning o'ziga xos xususiyatlari yoritilgan*
Kalit so'zlar: *raqamli marketing, internet-reklama, brend, SEO, kontekstli reklama, ijtimoiy tarmoqlardagi reklama, media reklama, product placement, virusli reklama.*

Butun jahon o'rgimchak to'rining rivojlanib borishi ayniqsa, raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing faoliyatida innovatsion marketing texnologiyalari: internet marketing, internet-reklama, one-to-one (munosabatlar) marketingi, mobil marketing, to'g'ridan-to'g'ri marketing yo'nalish va shakllarini rivojlantirish, korxonalar va haridorlar aloqalarini o'zaro online tarzda tashkil etish, marketing tadqiqotlarini olib borish, tovar va xizmatlarni siljitishda internet-reklama uslublaridan foydalanish reklama sohasining takomillashuviga olib keldi. Shuningdek, korxonalar faoliyatida internet-reklamaning nazariy hamda amaliy tomonlarini o'rganish bilan bir qatorda bozor sharoitida korxonalarining sotish bilan bog'liq muammolar tahlilini o'tkazish o'zaro xulosalarni shakllantirishda va ularning yechimini topishga e'tiborini qaratadi. Shu boisdan tovarlarni siljitishda raqamli marketingning eng yaqin yordamchisi bo'lgan internet-reklamadan foydalanish muhim mezon sifatida qaralmoqda.

Internet-reklama bozori 1990 yillarning o'rtalarida shakllana boshlagan. 2000 yillarga kelib internet iste'molchilar uchun ma'lumot almashishning asosiy eng asosiy vositasiga aylandi. Internet-reklama yoki internetda reklama internetga joylashtirilgan turli xil grafik va matnli reklama materiallarini o'z ichiga oladi.[1]

Internet-reklamaning vazifalari – xaridorni o'ziga jalb qilish, mahsulot sotuv hajmini oshirish, doimiy imidjni saqlash va boshqalardan iborat. Xaridorni jalb qilishda reklama mahsulot, xizmatlar. sotiladigan joy bilan auditoriyani tanishtiradi.





Bundan tashqari raqobatchilardan o‘zib ketishini taminlashi va brend mavqeini ko‘tarishi mumkin.

Hozirgi kunda internet-reklama dunyo miqyosida eng ommabob reklama hisoblanadi va kompaniyalar internet reklamasi orqali o‘z mijozlarini ega bo‘lmoqda. Bu esa barcha ishlab chiqaruvchi kompaniyalarga muhim ahamiyatga egadir.

Hozirgi kunda internet-reklamanning quydagi turlari mavjud:

1. SEO reklama (Search Engine Optimization)
2. Kontekstli reklama
3. Ijtimoiy tarmoqlardagi reklama
4. Media reklama
5. Product placement
6. Virusli reklama

SEO internet reklama

Ingliz tilida Search Engine Optimization – qidiruv algoritmini optimallashtirish.

Vazifasi saytda berilgan qidiruvlarga yuqori darajada natijalarni taqdim etish. Hozirgi kundagi eng ko‘p foydalaniladigan qidiruv saytlar Google va Yandex lardir.

Qidiruv tizimlarini amalga oshirish uchun maxsus “Yandeks metrika” va “Google analytics” statistiklardan foydalaniladi. Vazifasi qidiruv tizimiga kelib tushgan so‘rovlarni sonini xisoblaydi.

Kontekstli reklama

Kontekst reklama bu - e‘lonlar matn ko‘rinishida tegishli sahifaning o‘zida namoyish etiladi. Uning 2 ta turi mavjud:

1. Qidiruvli kontest reklama
2. Bir mavzuga oid reklama

Bu reklama turida xam maxsus metrikalar mavjud bo‘lib, ular kliklar orqali hisoblanadi.

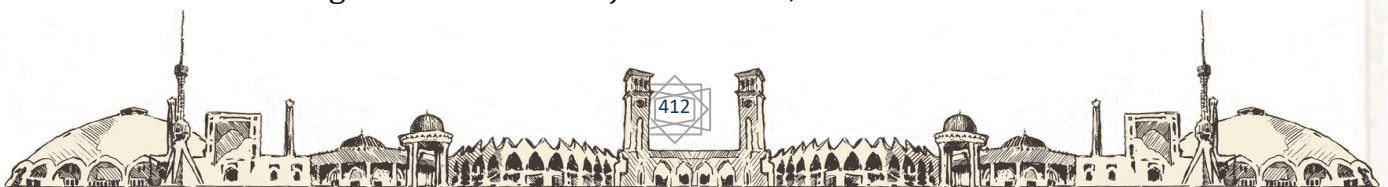
Ijtimoiy tarmoqlarda reklama

Hozirgi kunda ko‘plab ijtimoiy tarmoqlar mavjud bo‘lib, ularning imkoniyatlaridan foydalanmaslikning iloji yo‘q. SMM — Social Media Marketing «ijtimoiy tarmoqlar marketingi» Ijtimoiy tarmoqlar marketingi reklamasi - ijtimoiy tarmoqlarda turli brend yoki qandaydir mahsulotlar haqida doimiy ma‘lumot berib borilishi. Bu maqsadni amalga oshirish uchun ijtimoiy tarmoqlarda guruhlar tashkil etiladi va e‘lonlar davriy ravishda berib boriladi. Asosiy xususiyati auditoriyada brendning uzluksiz faoliyati hisoblanadi.

Bannerli reklama

Bannerli (mediali) reklamanning maqsadi turli saytlarga bannerlarni joylashtirib, yuqori ko‘rsatkichli tashrif buyuruvchilarga ega bo‘lish. Bu turdagi reklamaga maxsus grafik e‘lonlar yaratiladi. Asosiy maqsad:

- qamrab olish;
- korxonaning xabardorlik darajasi oshirish;





- ko'ngilochar e'lonlar yaratish imkoniyatini taqdim etish.

Banner so'zi inglizcha "banner" iborasidan olingan bo'lib, "bayroq, shior yozilgan lavha" kabi ma'nolarni beradi. Bu reklama turining xarakterli jihati shundaki, grafikli rasm va animatsiyalar keng tarzda qo'llaniladi. Chiroyli tarzda ishlangan bannerlar odamlarni o'ziga tez jalb qiladi va mahsulot imidjini yaratishga yordam beradi. Shuning uchun bo'lsa kerak, onlayn reklamalarning katta qismi bannerlarga joylashtiriladi. Bannerlarni nafaqat internetda, balki ko'chalarda, stadionlarda ham uchratish mumkin.

Product placement

Product placement- yashirin reklama joylashtirish usuli, bu san'at asarlarida qahramonlar tomonidan ishlatiladigan rekvizitlar haqiqiy tijorat hamkasbiga ega bo'lishidir. Qoidaga ko'ra, ish logotip yoki tovarlarning qadoqlarini ko'rsatadi. Bunday reklama uchun badiiy "platformalar" xizmat qilishi mumkin: gazetalar, filmlar, konsertlar, video o'yinlar va boshqalar.

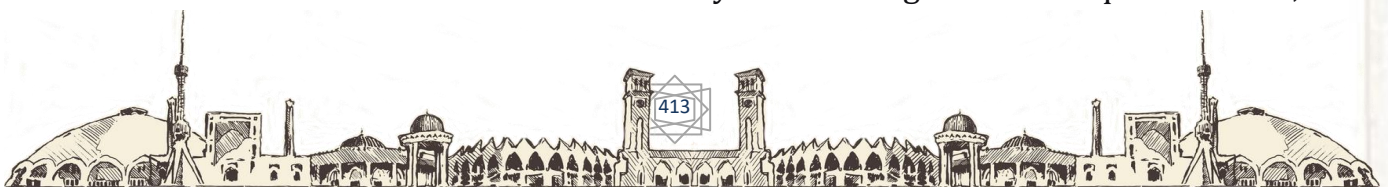
Virusli reklama

Reklamaning bunday turi minimal mablag' xisobiga hayratlanarli natijalarga olib kelishi mumkin. Uning mohiyatida qandaydir bepul, shu bilan bir vaqtda talabga ega bo'lgan axborot (tovarlar yoki xizmatlar)ni tarqatish yotadi. Misol uchun: Siz shaxsiy blogni xostingga qanday joylashtirishni o'zida aks ettiruvchi o'rgatuvchi videorolik suratga olayapsiz. Videorolik yakunida (yoki videorolik davomida) siz dizayn har qanday blogning muvaffaqiyatini ta'minlaydigan eng muxim qism ekanligini aytib o'tasiz va o'zingizning dizayn xizmatlaringizni taklif qilasiz.

Yuqoridagi internet-reklama turlarining o'ziga xos jihatlaridan kelib chiqib, boshqa turdagi reklamalardan quyidagi jihatlari bilan ajralib turadi:

- web-muhitdagi reklama manzilli bo'lib, reklamaning auditoriyasi sonini aniq bilish mumkin;
- narx jihatdan arzon;
- auditoriyaning tarkibi moddiy imkoniyatlarga ega bo'lgan aholi qatlamidan iborat;
- internetning o'zida barcha savollarga javob olib, mijozlar bilan bevosita aloqaga chiqish usullari mujassam;
- internetda TVdan farqli ravishda reklama vaqti chegaralanmagan;
- internetda reklama qilinayotgan mahsulot yoki xizmatlar haqidagi barcha ma'lumotlarni o'qish uchun qulay uslubda bera olish imkoniyati mavjud;
- matn, rasm, ovoz, video va boshqalar bir vaqtning o'zida beriladi;
- internet-reklamaning mobil xususiyatga ega ekanligi.

Xulosa qilib aytganda, bugungi kunda mamlakat iqtisodiyotini rivojlantiruvchi barcha sohalarda keng ko'lamli raqamlashtirish ishlari jadal sur'atlarda rivojlanmoqda. Qolaversa, butun dunyoda raqamli iqtisodiyot platformalarini joriy etish va takomillashtirish borasida katta loyihalar amalga oshirilmoqda. Xususan,





korxonalar mahsulot va xizmatlarini iste'molchilarni xabardor qilishda raqamli marketing texnologiyalari va raqamli reklama elementlaridan biri bo'lgan internet-reklamalar rivojlanishi hamda joriy etilishi reklama xarajatlarini tejashga, mijozlarni jalb etishga, ular sonini oshirishga, brend mashhurligini ta'minlashga va savdo hajmini oshirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. T.: "O'zbekiston". 2017
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida" gi Farmoni. 7 fevral 2017 yil.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. 2017 yil 22 dekabr.
4. Shavkat Mirziyoyev raqamli iqtisodiyot va elektron hukumat bo'yicha videoselektoridagi ma'ruzasi. (22.09.2020-yildagi)
5. Xolmogorov V. Internet – marketing. Vtoroye izdaniye kratkiy kurs – SPB : Piter, 2002.- 272 s.
6. Ergashxodjaeva Sh.J., Samadov A.N., Sharipov I.B. Marketing. Darslik. - T.: Iqtisodiyot, 2013. - 339 b.
7. "Definition of digital marketing". Financial Times. Arxivlandi asl nusxasi 2017 yil 29-noyabrda. Olingan 22 avgust 2015.
8. "The Four Faces of Digital Marketing". Amerika marketing assotsiatsiyasi. Olingan 22 avgust 2019.
9. Nielsen (10 March 2016). "Digital Advertising is Rising in Canada, Requiring More Sophisticated Measures of Success". Nielsen. Nielsen. Olingan 25 mart 2016.
10. Nielsen (20 January 2016). "Connected Commerce is Creating Buyers Without Border". Nielsen Global. Nielsen Global. Olingan 25 mart, 2016.
11. Dahlen, Micael (2010). Marketing kommunikatsiyalari: tovar haqida hikoya qilish usuli. Chichester, West Sussex UK: John Wiley & Sons Ltd. p. 36.
12. "Digital Marketing Systems and Techniques". Uorvik. Olingan 28 avgust 2019.

