

AXBAROT-MARKETINGNING POYDEVORIDIR

Yalgashev shaxobiddin Shokirovich

Umurzoqova Pokiza Ravshan qizi

Samarqand Davlat universiteti Kattaqo'rg'on filiali o'quvchilari

Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li

Samarqand Davlat universiteti Kattaqo'rg'on filiali o'qituvchisi

Annotatsiya: *Axborot marketingi, yoki boshqacha atrofda "inbound marketing" yoki "content marketing" deb ataladigan marketing strategiyasi, kompaniyalarning ma'lumotni o'zaro almashish, qo'llab-quvvatlash va mijozlarni jalb qilish uchun ma'lumotlarni olib tashlash va ulardan foydalanishni qo'llab-quvvatlashga asoslangan metodlar va taktikalardan iborat bo'ladigan bir marketing strategiyasidir. Axborot marketingi asosan veb-saytlar, bloglar, ijtimoiy media, e-mail marketing, videolar, o'qitish materiallari va boshqa ma'lumot olish va tarqatish vositalari yordamida amalga oshirishga yondoshadi.*

Kalit so'zlar; *Marketing axboroti, marketing tizimi, marketing izlanish tizimi, marketing ma'lumotlari tahlili tizimi, axborotni to'plash uslublari, imitatsiya, modellar banki.*

Axborot – marketingning poydevoridir. Axborot tizimi Bozor nima, uning turlari, bozor mexanizmi qanday amal qiladi, talab, taklif nima, bozor muvozanati qay tarzda o'rnatiladi – bu savollarga marketing nuqtayi nazaridan murojaat qilamiz. Marketing bo'yicha mutaxassislar axborot bu bozorga zarurat va talablari umumiy bo'lgan, ularni qondirish maqsadida ayirboshlashga tayyor mavjud va bo'lajak xaridorlar to'plami, deb tarif berishadi. Xaridorlarga ishlab chiqarish (tarmoq) vakillari o'z tovarlarini ko'proq foyda keltiradigan shartlarda sotishni maqsad qilib qo'ygan bir- birlari bilan raqobatlashuvchi sotuvchilar to'plami qarama-qarshi turadi. Sotuvchilar va xaridorlar o'rtasidagi munosabatlar quyidagi sxema bo'yicha amalga oshiriladi.

AXBOROT (ingl. news) — taqdim etilishi shaklidan qat'iy nazar shaxs ma'lum xos matnda aniq ma'noga ega bo'lgan voqea, hodisa, jarayonlar, dalil, bilim, tushunchalar va taqdimot kabi obyektlar haqidagi ma'lumotlardir. Shunday ekan, axborotdan foydalanish ko'lamlari jamiyat rivojlanishi darajasini belgilaydi. Marketing faoliyatiga xos bo'lgan barcha axborotlar, ma'lumotlar tadqiqotlar uchun muhim qurol sifatida shakllanadi. Ularni tashkil etish, muayyan tartibga solish va uzluksizligini ta'minlash zarur bo'ladi. Marketing axboroti yaxlit tizim sifatida namoyon bo'ladi va rivojlanib boradi.

Marketingni boshqarish bozorni barcha tashkil etuvchilarni (qismlarini) (xaridorlar, ularning talabi, tovarlar, narxlar, raqobatchilar) tahlil qilishdan va baholashdan boshlanadi. Maqsad – olingan axborot asosida firmaning bozorda o'zini qanday tutishi kerakligini ishlab chiqish. Axborotning bozordan ishlab chiqaruvchilar tomon harakatlanishi marketing tadqiqotlari jarayonining mazmunini tashkil qiladi. Keyinchalik ishlab chiqaruvchilar va

bozorlar o'rtasidagi axborot almashinuvi marketing kommunikatsiyalarining turlicha – reklama, shaxsiy sotuv, «Public Relations» kabi shakllarida davom etadi.

Axborot marketingi asosan quyidagi komponentlarni o'z ichiga oladi:

1. Ma'lumotni olib tashlash: Boshqaruvchi kompaniyalar mavjud va potentsial mijozlardan ma'lumot olish va ularning muammo va hajmlarini aniqlashga yordam beruvchi ma'lumotlarni o'lib tashlaydilar.

2. Ma'lumotni tarqatish: Kompaniya ma'lumotlarini olib tashlaganidan so'ng, ularni o'z mijozlari va boshqalariga yo'naltirish va ulardan foydalanishni tashkil etadi.

3. Ijtimoiy media va veb-saytlar: Ijtimoiy media platformalari va veb-saytlar kompaniya ma'lumotlarini, yangiliklarni, blog maqolalarni va boshqa tarkiblarni o'z saytlarida tarqatadilar.

4. SEO (Search Engine Optimization): Sayt va kontentlarini qidiruv tizimlari uchun optimallashtirish, kompaniya ma'lumotlarining internetda topilishini oshiradi.

5. Bloglash: Blog yozish, kompaniya sohasida mutaxassisligini ko'rsatish va saytga trafik jalb qilish uchun muhimdir.

6. E-mail marketing: Mijozlar bilan o'zaro aloqalarni saqlash va ularga kompaniya yangiliklarini yuborish orqali mijozlarni o'zlashtirish.

7. Sotsial tarmoq marketingi: Ijtimoiy media platformalarida kompaniya haqida reklama tuzish va ijtimoiy media strategiyasini amalga oshirish.

8. Ma'lumot analitikasi: Ma'lumotlar olingan va tarqatilganidan so'ng, ularni tahlil qilish va marketing strategiyasini takomillashtirish uchun ma'lumotlardan foydalanish.

Ilovalar:

Marketing axboroti- marketing faoliyatida qaror qabul qilish uchun asos hisoblanadi, shuningdek, qaror qabul qilgandan keyin olingan natijalarni tahlil qilish uchun ham keraqdir.

Marketing axboroti tizimi- (MAT) korxonaning marketing faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan ma'lumotlarni to'plash, jamlash va ishlov berishning usullari, uslublari, tashkiliy tadbirlari va texnik vositalarining yig'indisi, deb ta'riflanadi.

Marketing tizimi- bu qo'yilgan maqsadlarga erishish va maqsadli bozor talabini qondirish uchun marketing qismlarining aniq birikuvidir. Tarkib o'zida to'rtta asosiy qism mahsulot yoki xizmat, taqsimot (sotish, o'tkazish, narxlarni) birlashtiradi.

Axborotni to'plash uslublari- Ma'lumotlarni yig'ish odatda, o'qitilgan, o'rgatilgan dala tadqi- qotlarini o'tkazuvchi intervyuchilar tomonidan amalga oshiriladi.

Imitatsiya- (lot. imitatio — taklid) — 1) biror narsaga taqlid qilish, o'xshatma; 2) musiqada — biron ovozda sadolangan ko'p ovozli musiqqa asari kuyini boshqa (yuqori yoki past) ovozda aynan yoki o'zgacharoq qilib takrorlash.

ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Nosirov P.; Abdullayeva L.; Marketing — bozor iqtisodiyoti asosi, Toshkent, 1995-yil.
2. Jalolov J. J.; Marketing, Toshkent, 1999-yil.
3. Marketing (M.Qosimova, M.Yusupov va b.).pdf 2005
4. <https://lex.uz>
5. <https://ebook.tsue.uz>