

UDK:339

Xodjayev Anvar Rasulovich

Buxoro Davlat universiteti;

"Iqtisodiyot" kafedrası o'qituvchisi

E-mail: anikxodja1989@gmail.com

XALQARO FRANSHIZLARNI JALB QILISH UCHUN RAQAMLI MARKETING VOSITALARI VA USULLARIDAN FOYDALANISH ISTIQBOLLARI

Abstract: Today, digital marketing is becoming an integral part for the successful development of any business. In particular, for international franchises, it allows access to new markets, greater brand awareness and effective promotion of products or services. The topic "Prospects for the use of digital marketing tools and methods to attract international franchisees" will therefore be devoted to the study of the role of digital marketing in the modern economy and the benefits and opportunities it presents for international franchises.

Keywords: Influencer marketing; SMM (Social Media Marketing); Content Marketing; Email Marketing

Annotatsiya: Bugungi kunda raqamli marketing, har qanday biznesning muvaffaqiyatli rivojlanishi uchun ajralmas qismga aylanmoqda. Xususan, xalqaro franshizalar uchun bu, yangi bozorlarga kirish, brendni kengroq tanitish va mahsulot yoki xizmatlarni samarali targ'ib qilish imkonini beradi. "Xalqaro franshizlarni jalb qilish uchun raqamli marketing vositalari va usullaridan foydalanish istiqbollari" mavzusi, shu orqali, raqamli marketingning zamonaviy iqtisodiyotdagi roli va uning xalqaro franshizalar uchun taqdim etadigan foydalari hamda imkoniyatlarini o'rganishga bag'ishlanadi.

Kalit so'zlar: Influencer marketing; SMM (Social Media Marketing); Kontent Marketingi; E-mail Marketing

Zamonaviy iqtisodiyotda xalqaro franshizalarning O'zbekiston kabi bozorlarga kirib kelishi mahalliy iqtisodiyotni jonlantirish, yangi ish o'rinlari yaratish va iste'molchilarga ko'proq tanlov imkoniyatlari taklif etish orqali ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Biroq, bu jarayon o'zaro manfaatli va samarali bo'lishi uchun raqamli marketing vositalari va strategiyalaridan oqilona va innovatsion tarzda foydalanish talab etiladi. Ushbu maqolada biz O'zbekiston bozoridagi xalqaro franshizalarni jalb qilish va rivojlantirishda raqamli marketingning asosiy usullari va istiqbollarini ko'rib chiqamiz.

Dunyo bo'ylab internet foydalanuvchilari soni doimiy ravishda o'sib bormoqda, 2022 yilda 4,9 milliard kishi internetdan foydalandi. Maqsadli auditoriyalarda onlayn bo'lishi mumkinligini anglatadi va ularga raqamli marketing kanallari orqali murojaat qilish mumkin. Raqamli marketing strategiyasiga sarmoya kiritib, istemolchilar auditoriyasi bilan ular eng ko'p vaqt sarflaydigan joyda ijtimoiy tarmoqlarda, qidiruv tizimlarida yoki boshqa onlayn platformalarda bog'lanish mumkin.¹[1]

Xalqaro franshizalarni jalb qilishga intilgan ravishda raqamli marketing vositalari va usullaridan foydalanish korxonalarni xalqaro bozorda muvaffaqiyatli bo'lishiga yordam beradi. Bu, global miqyosda boshqa franshizalarga qaraganda, mijozlar va investitsiyalarni jalb qilish uchun eng yaxshi va samarali usullarni qo'llash imkonini beradi. Raqamli marketing xalqaro franshizalarga yanada keng tarqalgan o'rinda bo'lishi kerak, chunki bu, ularning dunyo bo'ylab ommaga o'zlarini samarali ko'rsatish va brendlarini rivojlantirish uchun ajoyib bir vosita bo'lib, ularga global ro'yhatda omma tashkil etish imkonini beradi.² [2]

¹ 10 Reasons To Invest In A Digital Marketing Strategy; Jamess Mull; 2023; <https://www.linkedin.com/pulse/10-reasons-invest-digital-marketing-strategy-james-mull/>

² Davlat boshqaruv tizimida marketing. <http://elibrary.ru/item.asp?id=27471308>

Raqamli marketing (digital marketing) bugungi kunda juda muhimdir, chunki ko'plab iste'molchilar kundalik qarorlarini internet orqali qabul qiladilar va turli xil elektron qurilmalar yordamida mahsulotlar yoki xizmatlar haqida ma'lumot izlashadi. Raqamli marketingning muhimligini quyidagi jihatlar orqali ko'rib chiqish mumkin:

Kengroq auditoriyaga erishish: Internetning global tarmog'i orqali korxonalar butun dunyoda millionlab iste'molchilarga o'z mahsulotlari va xizmatlarini taqdim eta oladilar. Bu, an'anaviy marketing usullariga qaraganda, ancha keng auditoriyaga erishish imkonini beradi.

Nishonga olingan reklama: Raqamli marketing vositalari yordamida korxonalar o'z mahsulotlari yoki xizmatlarini aniq maqsadli auditoriyaga yo'naltira oladilar. Buning uchun turli xil ma'lumotlar va tahlillardan vositalaridan foydalaniladi, bu esa reklama samaradorligini oshiradi.

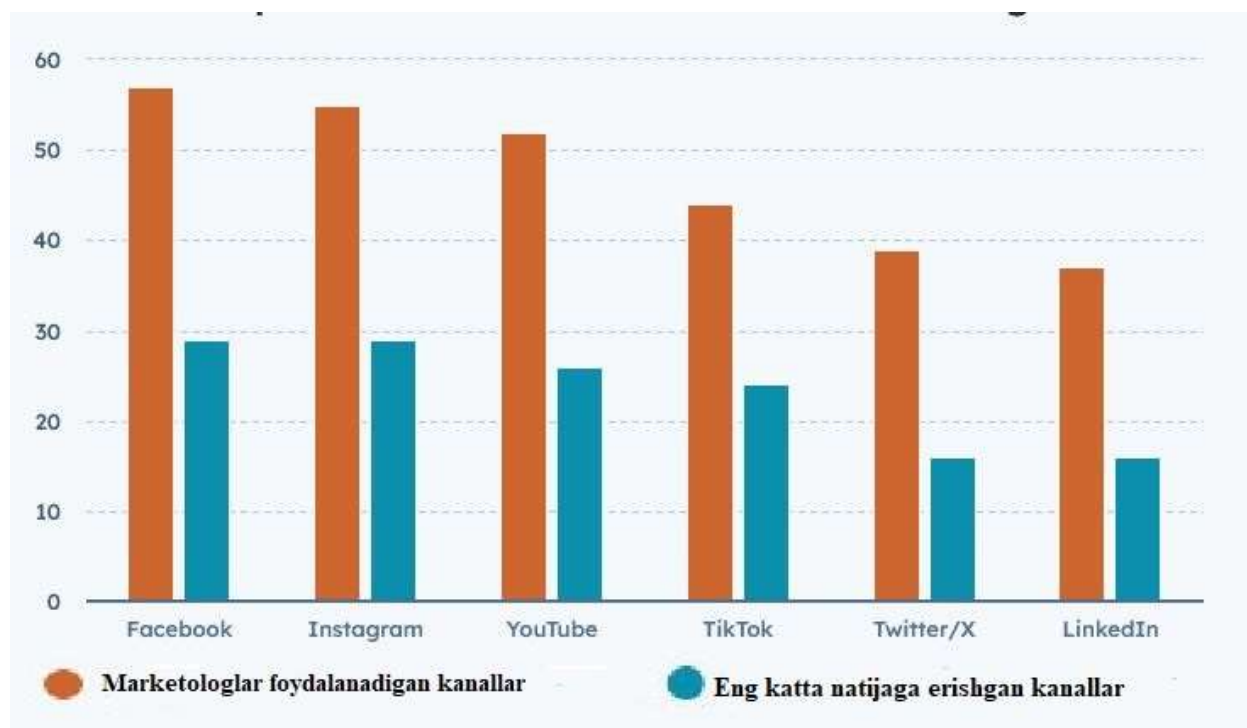
O'lchovlilik va tahlillik: Raqamli marketing tadqiqotlarning samaradorligini real vaqt rejimida kuzatib borish va tahlil qilish mumkin. Bu, marketing strategiyasini optimallashtirish va kerakli o'zgartirishlarni amalga oshirish imkonini beradi.

Xarajatlarning samaradorligi: Raqamli marketing, ayniqsa kichik va o'rta bizneslar uchun, an'anaviy marketing usullariga qaraganda ancha arzonroq bo'lishi mumkin. Internetda reklama qilish va ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish kabi usullar nisbatan kam xarajat talab etadi.

Ijtimoiy media va influencer marketing: Ijtimoiy tarmoqlar va ta'sir o'tkazuvchilar (influencers) orqali mahsulot yoki xizmatni targ'ib qilish, korxonalar uchun iste'molchilar bilan chuqurroq aloqa o'rnatish va ularning ishonchini qozonish imkonini beradi.

Mijozlar bilan o'zaro ta'sir: Raqamli marketing vositalari, jumladan elektron pochta marketingi, bloglar va ijtimoiy tarmoqlar orqali, korxonalar mijozlar bilan bevosita muloqot qilish va ularning fikrlari hamda takliflarini tez va oson qabul qilish imkoniyatiga ega.

Bularning barchasi raqamli marketingni hozirgi zamon biznesining ajralmas qismiga aylantiradi va uning muhimligi kelajakda ham oshib borishini ko'rsatmoqda. Raqamli marketing strategiyasini to'g'ri boshqarish, korxonaning bozordagi raqobatbardoshligini oshirish va uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishishning kalitidir.



1-rasm. Raqamli Marketing uchun eng yaxshi ijtimoiy media kanallar¹[3]

2024 yilda raqamli marketing harakatlarning optimallashtirish uchun to'g'ri ijtimoiy media kanallaridan foydalanish muhim ahamiyatga ega. Har bir platforma marketing maqsadlarni

¹ 2024 is here. Is your team ready?; <https://www.hubspot.com/state-of-marketing>

maqsadli auditoriyaga va ko'rishni rejalashtirgan kontent turiga qarab noyob afzalliklarni taqdim etadi. Turli manbalardan olingan ma'lumotlar asosida raqamli marketingning turli jihatlari uchun eng samarali ijtimoiy media kanallari foydalanib kelinmoqda.

Raqamli Marketingning Asosiy Vositalari

SEO (Search Engine Optimization) va Mahalliy SEO: SEO strategiyalari, ayniqsa mahalliy SEO, xalqaro franshizalar uchun juda muhimdir, chunki bu ularning mahalliy bozordagi ko'rinuvchanligini oshiradi. O'zbekiston kabi bozorlarda mahalliy SEO qidiruv natijalarida franshiza filiallarining geografik joylashuviga qarab ko'rinuvchanligini ta'minlaydi.

SEO va mahalliy SEOning asosiy farqlari:

Geografik Fokus: SEO umumiy qidiruv natijalarini nishonlaydi, mahalliy SEO esa aniq bir joylashuv bo'yicha qidiruv natijalarini yaxshilashga qaratilgan.

Kalit So'zlar: Mahalliy SEODA kalit so'zlar ko'pincha geografik ma'lumotlarni o'z ichiga oladi (masalan, "Toshkentdagi gullar do'koni"), SEODA esa umumiyroq kalit so'zlar ishlatiladi.

Biznes Ro'yxatlarining Ahamiyati: Mahalliy SEODA Google My Business kabi mahalliy biznes ro'yxatlari juda muhimdir, chunki bu ro'yxatlar mahalliy qidiruv natijalarida muhim rol o'ynaydi. SEODA esa, veb-saytning umumiy ko'rinishi va backlinklar kabi omillar muhimroq hisoblanadi.

Foydalanuvchi Oqimlari: Mahalliy SEODA, foydalanuvchilar ko'pincha aniq bir xizmat yoki mahsulotni mahalliy darajada qidiradilar, SEODA esa qidiruvlar ko'proq umumiy yoki global darajada amalga oshiriladi.

Sharhlar va Reytinglar: Mahalliy SEO uchun mijozlar tomonidan qoldirilgan sharhlar va reytinglar juda muhim, chunki bu omillar mahalliy qidiruv natijalarini yaxshilashga yordam beradi. SEODA esa, bu omillar bevosita ta'sir qilmaydi, lekin foydalanuvchi tajribasiga ta'sir qilishi mumkin.

SEO va Mahalliy SEOning har biri o'ziga xos strategiya va yondashuvlarni talab qiladi, lekin ikkalasi ham onlayn ko'rinishni yaxshilash va potentsial mijozlarni jalb qilishda muhim rol o'ynaydi.

SMM (Social Media Marketing): Ijtimoiy tarmoqlar marketingi, ayniqsa Facebook, Instagram, va Telegram kabi platformalarda faollik, xalqaro franshizalarning mahalliy iste'molchilar bilan muloqot qilishida asosiy rol o'ynaydi. Bu strategiyalar orqali franshizalar o'z mahsulot va xizmatlarini mahalliy madaniyat va iste'mol qilish odatlari bilan uyg'unlashtirishi mumkin.

SMM ning afzalliklari Brend xabardorligini oshirish: Ijtimoiy media - bu biznesning ko'rinishi va brend tan olinishini oshirish uchun ishlatiladigan iqtisodiy jihatdan samarali raqamli marketing usuli. Qidiruv tizimining yaxshilangan reytinglari: Ijtimoiy tarmoqlarda e'lon qilish biznesingizga sayt trafikini olib kelishi mumkin bo'lsa-da, muhim muvaffaqiyatga erishish uchun ko'proq harakat qilish kerak.

Yuqori konvertatsiya stavkalari: Ko'rinishning oshishi bilan biznesingiz konvertatsiya qilish uchun ko'proq imkoniyatlarga ega bo'ladi. Mijozlarning yaxshi qoniqishi: Ijtimoiy media - bu korxona uchun ovoz yaratadigan tarmoq va aloqa platformasi.

Qiyinchiliklar

Doimiy evolyutsiya: Ijtimoiy media platformalari va tendentsiyalari tez rivojlanadi, bu esa sotuvchilardan yangilanib turishni va strategiyalarini mos ravishda moslashtirishni talab qiladi.

Vaqt va resurslar: Samarali SMM bir nechta platformalarni boshqarish va qiziqarli kontent yaratish uchun vaqt va resurslarni talab qiladi.

Kontent Marketingi: Sifatli va tegishli kontent yaratish, xalqaro franshizalarga o'z brendlarni mahalliy bozorda tanishtirishda katta yordam beradi. Bloglar, videolar, infografikalar va boshqa turdagi kontentlar orqali ular mahalliy iste'molchilarga foydali ma'lumotlar taqdim etib, ularning ishonchini qozonishi mumkin.

Kontent Marketingining Asosiy Tushunchalari

Maqsadli Auditoriya Tahlili: Har qanday samarali kontent marketing strategiyasining asosi bu maqsadli auditoriyaning ehtiyojlarini, qiziqishlarini va muammolarini tushunishdan boshlanadi. Bu esa, o'z navbatida, yuqori sifatli va tegishli kontent yaratish imkonini beradi.

Kontentning Turli Shakllari: Kontent marketingi blog postlari, video kontent, infografikalar, elektron kitoblar, podcastlar va ijtimadiy media postlari kabi turli shakllarni qamrab oladi. Har bir shakl o'zining maqsadli auditoriyasi va maqsadiga xizmat qiladi.

SEO (Qidiruv Tizimlarini Optimallashtirish): Yaxshi SEO amaliyotlari orqali yaratilgan kontent, qidiruv tizimlarida yuqori o'rnlarni egallashi va shu orqali ko'proq trafik jalb etishi mumkin. Kalit so'zlar tadqiqoti va ularni kontentga mos ravishda qo'llash, bu jarayonning muhim qismlaridan biridir.

Kontent Tarqatish Kanallari: Kontentni yaratish, uni maqsadli auditoriyaga yetkazish ham muhimdir. Buning uchun ijtimoiy media platformalari, elektron pochta marketingi, SEO va boshqa kanallardan foydalaniladi.

O'lchov va Tahlil: Har qanday marketing strategiyasi singari, kontent marketingi ham o'z samaradorligini o'lchash va tahlil qilishni talab qiladi. Buning uchun trafik, o'zaro ta'sir, ma'lumotlar ko'rsatkichlari va ROI kabi ko'rsatkichlardan foydalaniladi.

Kontent Marketingining Afzalliklari

- **Ishonch va Sadoqatni Qo'lga Kiritish:** Foydali va tegishli kontent iste'molchilarning ishonchini qozonishga va ularning sadoqatini mustahkamlashga yordam beradi.
- **Brendning Obro'sini Oshirish:** Yuqori sifatli kontent brendning mutaxassis sifatidagi obro'sini oshiradi va uni sohasida yetakchi sifatida namoyon qiladi.
- **Trafik va ma'lumotlar:** SEO bilan uyg'unlashtirilgan kontent saytga ko'proq trafik jalb qiladi va bu trafikni sotuvlarga aylantirish imkonini beradi.
- **Mijozlar Bilan Aloqalarni Mustahkamlash:** Muntazam va tegishli kontent taqdim etish orqali mijozlar bilan aloqalarni mustahkamlash va ularni doimiy mijozlarga aylantirish mumkin.

E-mail Marketing: E-mail marketing orqali xalqaro franshizalar mahalliy iste'molchilar bilan doimiy aloqada bo'lib, ularni yangiliklar, maxsus takliflar va chegirmalar haqida xabardor qilishi mumkin.

E-mail Marketingning asosiy tamoyillari

Maqsadli Ro'yxatlar Yaratish: Samimiy va qiziqarli mazmundan foydalangan holda, obunachilarning ro'yxatini yig'ish va doimiy ravishda yangilash.

Segmentlash va Moslashtirish: Obunachilarni ularning qiziqishlari, xatti-harakatlari va demografik ma'lumotlari asosida segmentlash, shuningdek, har bir segment uchun maxsus mazmun va takliflar yaratish.

Tarkibiy Strategiya: E-mail mazmunini rejalashtirish, bu yerda ma'lumotlarni taqdim etish, foydalanuvchilarni jalb qilish va ularning ishonchini qozonish uchun qimmatli va tegishli kontent yaratish muhim ahamiyatga ega.

Dizayn va Dasturlash: E-mail xabarlarining ko'rinishi va foydalanuvchi tajribasini optimallashtirish, shu jumladan, mobil qurilmalar uchun moslashuvchan dizayn yaratish.

Testlash va Optimallashtirish: Turli xil e-mail elementlarini (masalan, sarlavhalar, chaqiruvlar, dizayn) A/B testlash orqali eng yaxshi natijalarni beradigan variantlarni aniqlash.

O'lchov va Tahlil: E-mail kampaniyalarining samaradorligini o'lchash uchun ochilish darajasi, bosish darajasi, ma'lumotlar darajasi kabi ko'rsatkichlardan foydalanish.

E-mail Marketingning Afzalliklari

Aniqlik va Nishonlash: E-mail marketing yordamida aniq nishonga yo'naltirilgan murojaatlar orqali maqsadli auditoriyani osonlik bilan topish va jalb qilish mumkin.

Yaxshi ROI (Investitsiyadan Qaytish): E-mail marketing juda samarali narx-effektivlik nisbatiga ega bo'lib, uning orqali katta daromad olish mumkin.

O'zaro Aloqalar: Mijozlar bilan muntazam va samimiy aloqalar o'rnatish, ularning sadoqatini oshirish va doimiy mijozlarga aylantirish.

Tez Natijalar: E-mail kampaniyalari tez natijalar berishi mumkin, chunki ular darhol yuboriladi va tezda ko'rib chiqiladi.

Moslashuvchanlik: Har xil tadbirlar, mahsulot yangilanishlari yoki maxsus takliflar haqida tezkor xabar berish imkoniyati.

Influencer Marketing: Mahalliy ta'sir o'tkazuvchilar bilan hamkorlik, xalqaro franshizalarning mahalliy bozordagi brend ongini oshirishda muhim ahamiyatga ega. Bu usul mahalliy iste'molchilarga franshizalar mahsulotlarini ularning sevimli shaxslari orqali tanishtirish imkonini beradi.

Influencer Marketingning Asosiy Tushunchalari

Influencerlarni Tanlash: Samarali influencer marketing tadqiqotlari uchun to'g'ri influencerlarni tanlash juda muhimdir. Bu jarayon influencerlarning obro'si, ularning auditoriyasi demografikasi va brendning mahsulot yoki xizmati bilan mos kelishini o'z ichiga oladi.

Hamkorlik Shartlari: Hamkorlikning shartlari, mukofotlash tizimi (pul to'lovlari, mahsulot yoki xizmatlarni bepul taqdim etish) va kompaniya maqsadlarini aniq belgilash zarur.

Kontent Yaratish: Ko'pgina holatlarda, influencerlar o'z auditoriyalari bilan yaxshi aloqaga ega bo'lganligi sababli, ular o'z kontentlarini yaratishda erkinlikka ega bo'lishadi. Biroq, brendlar ham o'z qo'yidagilari va talablarini bayon etishlari mumkin.

Natijalarni Kuzatish va Tahlil Qilish: Kampaniyaning samaradorligini baholash uchun trafik, o'zaro ta'sir, ma'lumotlar darajalari va ROI kabi ko'rsatkichlarni kuzatish va tahlil qilish zarur.

Influencer Marketingning Afzalliklari

- **Ishonch va Sadoqat:** Ta'sirchan shaxslar o'z auditoriyalariga nisbatan yuqori darajada ishonch va sadoqatga ega bo'lishadi, bu esa ularning tavsiyalari samarali bo'lishini ta'minlaydi.
- **Nishonga Yo'naltirilgan Reklama:** Influencerlar o'z auditoriyasini yaxshi tushunadilar, shuning uchun ular orqali amalga oshiriladigan marketing harakatlari aniq maqsadli bo'ladi.
- **Yaxshi ROI:** Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, influencer marketing odatda yuqori daromad keltiruvchi investitsiyaga aylanadi.
- **Tabiiylik va Haqiqiylik:** Influencerlar mahsulot yoki xizmat haqida o'z tabiiy muhitida gapirganda, bu reklama tabiiyroq va haqiqiy tuyuladi.

Qiyinchiliklar va E'tibor Beriladigan Jihatlar

- **Influencerlarni To'g'ri Tanlash:** Notog'ri influencer bilan hamkorlik qilish kampaniyaning samarasiz bo'lishiga olib kelishi mumkin.
- **Natijalarni Aniq O'lchash:** Kampaniyaning ta'sirini aniq o'lchash ba'zan qiyin bo'lishi mumkin, ayniqsa, bevosita sotuvlar o'lchov emas, brendning tanilish darajasi kabi asosiy ko'rsatkichlar bo'lganda.
- **Etik standartlar:** Influencerlar va brendlar o'rtasidagi hamkorlikning etik jihatlarini hisobga olish muhimdir, masalan, reklama qilingan kontentni aniq belgilash.

1-jadval

2022 yildan 2027(prognoz) yilgacha bo'lgan global raqamli reklama xarajatlari¹ [4]

Yillar	Raqamli reklama xarajatlari (\$B)	Yillik o'sish (%) (%)	Ommaviy axborot vositalarida reklama xarajatlarining umumiy ulushi (%)
2022	549.5	9.71	52.1
2023	601.8	9.52	67.1
2024	667.6	10.93	68.2
2025	730.0	9.35	69.3
2026	800.0	9.59	71.2
2027	870.9	8.86	73.8

Ushbu jadvalda 2022 yildan 2027 yilgacha bo'lgan global raqamli reklama xarajatlari va o'sish ko'rsatkichlari hamda umumiy reklama xarajatlarining ulushi ko'rsatilgan. Bunday

¹ Global digital advertising market to reach \$667 billion in 2024, <https://marketingreport.one/news/global-digital-advertising-market-to-reach-667-billion-in-2024-report.html>

ma'lumotlar, xalqaro franchayzing biznesida raqamli marketing vositalari va usullaridan foydalanish istiqbollari tahlil qilishda muhim ahamiyatga ega.

Raqamli reklama xarajatlari o'sishi: Jadvaldagi ma'lumotlarga ko'ra, raqamli reklama xarajatlari har yili o'sib bormoqda, bu raqamli marketingning muhimligi va ta'sir doirasining kengayib borayotganini ko'rsatadi. 2022 yilda 549.5 milliard dollar bo'lgan raqamli reklama xarajatlari, 2027 yilga kelib 870.9 milliard dollargacha oshadi deb prognoz qilingan.

Yillik o'sish foizi (%): Yillik o'sish sur'ati o'zgaruvchan bo'lib, eng yuqori o'sish 2024 yilda 10.93% ga yetishi kutilmoqda. Biroq, 2027 yilga kelib bu raqad 8.86% ga tushishi prognoz qilinmoqda, bu iqtisodiy omillar yoki raqamli marketing sohasidagi to'yinganlikka ishora qilishi mumkin.

Raqamli reklama xarajatlarining umumiy ulushi: Umumiy reklama xarajatlari orasida raqamli reklamani ulushi ham ko'tarilmoqda, 2022 yilda 52.1% dan 2027 yilda 73.8% ga oshishi kutilmoqda. Bu raqamli platformalar va ulardan foydalanishning oshib borayotganini anglatadi.

2-jadval

2024 yilda Raqamli marketing sanoati umumiy ko'rsatkichlari ¹ [5]

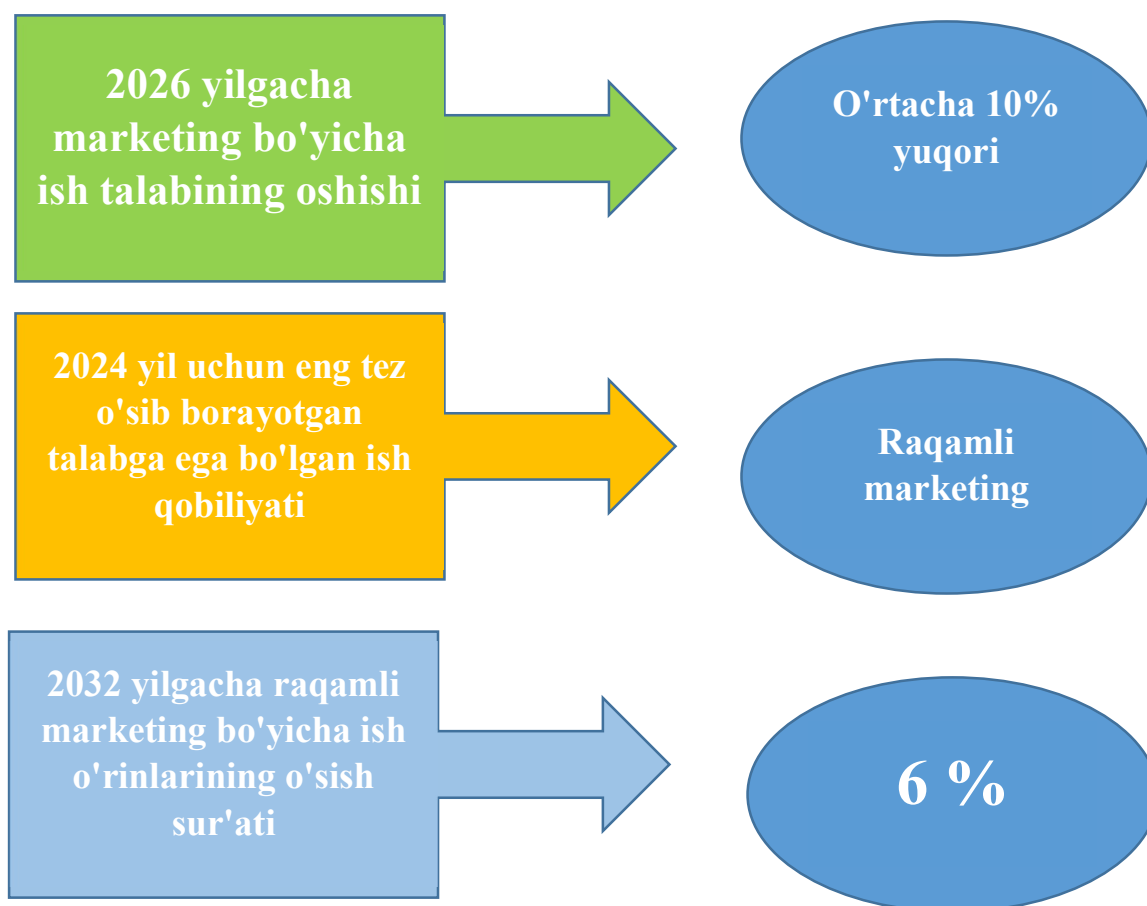
Tavsif	Qiymat
Global raqamli reklama bozori	667 milliard dollar
2026 yilgacha prognoz qilinadigan bozor hajmi	786,2 milliard dollar
AQSh raqamli reklama bozori	460 milliard dollar
Yillik umumiy o'sish sur'ati (2020-2026)	9%
Raqamli displey yillik o'sish sur'ati	15,50%
yillik o'sish sur'ati	12,20%
Raqamli marketingda qidiruv ulushi	40,90%
Raqamli marketing byudjetlarini oshiruvchi korxonalar	63%
Marketing xarajatlarini oshirishni rejalashtirayotgan kichik korxonalar	94%

Global raqamli reklama bozori: 667 milliard dollarlik ko'rsatkich global raqamli reklama bozorining hajmini anglatadi. Bu raqam sohaning hozirgi hajmini va uning iqtisodiy qudratini ko'rsatadi. Katta hajm sohaning yirikligi va muhimligini, shuningdek raqamli kanallar orqali mahsulotlar va xizmatlarni targ'ib qilishning keng qamrovini ifodalaydi.

2026 yilgacha prognoz qilinadigan bozor hajmi: 786.2 milliard dollarga ko'tarilishi kutilmoqda, bu esa yillik o'sish trendlarini va bozor kengayishining davom etayotganini ko'rsatadi. Bu kelajakdagi sarmoyalar uchun muhimdir, chunki u investitsiya qilish istiqbollari va sohaning o'sish potentsialini belgilaydi.

Raqamli marketing vositalari va usullaridan samarali foydalanish, xalqaro franshizalarga O'zbekiston kabi yangi va o'sib borayotgan bozorlarda muvaffaqiyatli faoliyat yuritish imkonini beradi. Buning uchun franshizalar mahalliy madaniyat va iste'molchilarning xatti-harakatlarini chuqur tushunishlari, shuningdek, raqamli marketingning so'nggi tendentsiyalari va innovatsiyalaridan xabardor bo'lishlari zarur.

¹ 180+ Strategy-Changing Digital Marketing Statistics for 2024;
<https://www.wordstream.com/blog/ws/2022/04/19/digital-marketing-statistics>



2-rasm. Dunyo bo'yicha Raqamli marketingga bo'lgan talab¹ [6]

Franchayzalarni jalb qilish uchun raqamli marketingga global talabdan foydalanishga bo'lgan qiziqishingizni qondirish uchun franchayzing imkoniyatining qiymat taklifini ta'kidlaydigan keng qamrovli raqamli marketing strategiyasini yaratishga e'tibor qaratish foydali bo'ladi. Ushbu strategiya potentsial franchayzilarga erishish uchun turli xil onlayn kanallar, vositalar va texnologiyalardan foydalanishni, franchayzing muvaffaqiyatlari va raqobatbardosh afzalliklarini namoyish qilishni va franchayzing raqamli marketing tashabbuslari orqali o'z franchayzilarini qanday qo'llab-quvvatlashi haqida batafsil ma'lumotni o'z ichiga olishi mumkin.

Franchayzing uchun aniq maqsadli bozorni tushunish va ushbu bozorlardagi potentsial franchayzilarni jalb qilish uchun raqamli marketing yondashuvini sozlash ham muhimdir. Bu mahalliyashtirilgan tarkibni, ushbu mintaqalarda mashhur ijtimoiy media platformalaridan foydalanishni va aniq maqsadli imkoniyatlarni taklif qiluvchi raqamli marketing vositalaridan foydalanishni o'z ichiga olishi mumkin.

Qidiruv natijalari raqamli marketing talabi orqali franchayzalarni jalb qilish haqidagi so'rovingizga to'g'ridan-to'g'ri javob bermasa ham, maqsadli auditoriyaga erishish va jalb qilish uchun raqamli marketing strategiyalaridan foydalanishning asosiy tamoyillari amal qiladi. Ushbu strategiyalarni franchayzingni yollashga e'tibor qaratish uchun moslashtirish raqamli marketingga global talabdan samarali foydalanishga yordam beradi.

Raqamli marketing vositalari va usullaridan samarali foydalanish, xalqaro franshizalarga O'zbekiston kabi yangi va o'sib borayotgan bozorlarda muvaffaqiyatli faoliyat yuritish imkonini beradi. Buning uchun franshizalar mahalliy madaniyat va iste'molchilarning xatti-harakatlarini

¹ 180+ Strategy-Changing Digital Marketing Statistics for 2024; <https://www.wordstream.com/blog/ws/2022/04/19/digital-marketing-statistics>

chuqur tushunishlari, shuningdek, raqamli marketingning so'nggi tendentsiyalari va innovatsiyalaridan xabardor bo'lishlari zarur.

Franshizlarni jalb qilishda raqobatni tahlil qilishning asosiy bosqichlari

1. Bozor Segmentlarini Aniqlash

Xalqaro bozorda har bir korxona o'z mahsulot yoki xizmatlarini taqdim etmoqchi bo'lgan aniq segmentlarni aniqlashi kerak. Bu, geografik joylashuv, demografik, psixografik va xulq-atvor segmentlarni ham o'z ichiga oladi.

2. Asosiy raqiblarni aniqlash

O'zingizning bozor segmentingizda kimlar bilan raqobatlashayotganingizni aniqlang. Bu jarayon, global miqyosda ham, mahalliy darajada ham raqiblar haqida ma'lumot to'plashni o'z ichiga oladi.

3. Raqiblarning strategiyalarini va pozitsiyalarini tahlil qilish

Raqiblarning mahsulotlari, narxlari, tarqatish kanallari, marketing strategiyalari va mijozlar bilan aloqalari kabi asosiy jihatlarni tahlil qiling. Shuningdek, ularning bozordagi pozitsiyasi, brend kuchi va mijozlar bazasi kabi omillarni ham ko'rib chiqing.

4. Raqiblarning kuchli va zaif tomonlarini aniqlash

SWOT tahlili (kuchli tomonlar, zaif tomonlar, imkoniyatlar, tahdidlar) yordamida raqiblarning asosiy afzalliklari va kamchiliklarini aniqlang. Bu raqobatdosh afzalliklarni yaratishda yordam beradi.

5. Bozor trendlarini kuzatish

Xalqaro bozorda faoliyat yuritayotgan korxonalar uchun bozor trendlarini kuzatib borish juda muhim. Bu o'zgaruvchan iste'molchi xulq-atvori, texnologik yangiliklar va iqtisodiy o'zgarishlar kabi omillarni o'z ichiga oladi.

6. Raqobat ustunliklarini ishlab chiqish

Yig'ilgan ma'lumotlardan foydalanib, o'z biznesingiz uchun noyob raqobat ustunliklarini ishlab chiqing. Bu mahsulot takomillashtirish, narx siyosati, mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini oshirish yoki yangi bozorlarga kirish strategiyalari bo'lishi mumkin.

Kelajakda, raqamli marketingning yangi texnologiyalari sun'iy intellekt va texnologiyalarni o'rganish kabi vositalar, xalqaro franshizalarning mahalliy bozorda yanada samarali faoliyat yuritishlarini ta'minlaydi. Bu texnologiyalar orqali ular iste'molchilarning xohish-istaklarini yanada aniqroq tushunib yondashuvlarni ishlab chiqishlari mumkin.

Zamonaviy iqtisodiyot sharoitida xalqaro franshizalarni jalb qilish va rivojlantirish uchun raqamli marketing vositalari va usullaridan samarali foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Raqamli marketingning turli aspektlari, jumladan SEO, SMM, kontent marketingi, e-mail marketing va influencer marketing kabi usullar xalqaro franshizalarga yangi bozorlarga kirish, brendni kengroq tanitish va mahsulot yoki xizmatlarni samarali targ'ib qilish imkonini beradi. Bu jarayon, o'z navbatida, mahalliy iqtisodiyotni jonlantirish, yangi ish o'rinlari yaratish va iste'molchilarga ko'proq tanlov imkoniyatlari taklif etish orqali ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Maqolada ta'kidlanganidek, raqamli marketing strategiyasiga sarmoya kiritish, iste'molchilar auditoriyasi bilan ular eng ko'p vaqt sarflaydigan joylarda - ijtimoiy tarmoqlarda, qidiruv tizimlarida yoki boshqa onlayn platformalarda bog'lanish imkonini beradi. Shuningdek, maqolada keltirilgan global raqamli reklama xarajatlari va raqamli marketing sanoati umumiy ko'rsatkichlari kabi ma'lumotlar, raqamli marketingning kelajakdagi o'sishi va muhimligini ko'rsatib beradi.

Xalqaro franshizalarning O'zbekiston kabi yangi va o'sib borayotgan bozorlarda muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi uchun ularning mahalliy madaniyat va iste'molchilarning xatti-harakatlarini chuqur tushunishlari, shuningdek raqamli marketingning so'nggi tendentsiyalari va innovatsiyalaridan xabardor bo'lishlari zarur. Kelajakda raqamli marketingning yangi texnologiyalari, masalan sun'iy intellekt va raqamli marketing o'rganish kabi vositalar xalqaro franshizalarning mahalliy bozorda yanada samarali faoliyat yuritishlarini ta'minlaydi. Bu texnologiyalar orqali ular iste'molchilarning xohish-istaklarini yanada aniqroq tushunib, ularning ehtiyojlarini qondirish uchun shaxsiylashtirilgan yondashuvlarni ishlab chiqishlari mumkin.

Xulosa qilib aytganda, raqamli marketingning innovatsion usullari va vositalaridan foydalanish xalqaro franshizalarning O'zbekiston bozorida muvaffaqiyatga erishishlarida hal

qiluvchi ahamiyatga ega bo'lib, ularning mahalliy iste'molchilar bilan muloqot qilish qobiliyatlari, brend jozibadorligini oshirish va mahsulot hamda xizmatlarini samarali targ'ib qilish imkoniyatlari sezilarli darajada yaxshilanadi.

References.

1. 10 Reasons To Invest In A Digital Marketing Strategy; Jamess Mull; 2023;
<https://www.linkedin.com/pulse/10-reasons-invest-digital-marketing-strategy-james-mull/>
2. Davlat boshqaruv tizimida marketing. <http://elibrary.ru/item.asp?id=27471308>
3. 2024 is here. Is your team ready?; <https://www.hubspot.com/state-of-marketing>
4. **Global digital advertising market to reach \$667 billion in 2024,**
<https://marketingreport.one/news/global-digital-advertising-market-to-reach-667-billion-in-2024-report.html>
5. 180+ Strategy-Changing Digital Marketing Statistics for 2024;
<https://www.wordstream.com/blog/ws/2022/04/19/digital-marketing-statistics>
6. Khodjayev A. R. et al. Efficiency of using modern information and communication technologies in small business //World science: problems and innovations. – 2021. – C. 130-132.
7. Rasulovich K. A., Tuymuratovich A. M. Efficiency of formation of franchise in small business development //Наука и образование сегодня. – 2021. – №. 9 (68). – C. 39-42.
8. Rasulovich K. A., Zokirovich K. M. Market Economy and its Emergence //" ONLINE-CONFERENCES" PLATFORM. – 2023. – C. 47-52.
9. Rasulovich K. A. AN ENGINE IN THE NEW AGE OF DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY //Economics. – 2022. – №. 1 (51). – C. 70-74.