Emro Science and Education
Open-access scientific journal
Journal homepage: https://journal.emro.uz

OPEN ACCESS

CONFERENCE PAPER OPEN ACCESS

Vol. 1 No. 1 (2023) · “Axborot oqimlari va intellektual tizimlarning ijtimoiy, iqtisodiy va texnik-texnologik tarmoqlardagi o‘rni” mavzus...

materiallar to‘plami

PARRANDACHILIK MAHSULOTLARINING MARKETING TIZIMI

Suranboyeva Tursunoy Avazbek qizi, Andijon mashinasozlik instituti
“Axborot tizimlari va texnologiyalari” yo‘nalishi talabasi

Parrandachilik mahsulotlarini marketing tizimi o‘rganish uchun quyidagi asosiy qadamlarni o‘tkazishimiz kerak.

Ishni boshlash: Birinchi qadam, o‘zingizni va mahsulotlaringizni boshlash. Mahsulotlar qanday ko‘rinishda, qanday narxlarda, qaysi xizmatlar bilan etkazib beriladi? Bu loyihani boshlash uchun kreativ bo‘lishingiz va strategiyani tuzishingiz kerak.

Mahsulotni aniqlash va segmentatsiya qilish: Sizning parrandachilik mahsulotlaringizni kimlarga sotishingiz kerak? Mijozlaringizni tanlash va ularning turmush tarzini, talablari va xohishlarini o‘rganishingiz lozim. Bu, sizning mahsulotlarizga qo‘yiladigan reklama va savdo strategiyalaringizni belgilash uchun muhimdir.

Mahsulotni tanitish: Sizning mahsulotlaringizni ijtimoiy tarmoqda va internetda reklama qilishingiz zarur. Sizning kompaniyangiz uchun eng muhim platformalarni tanlash kerak (masalan, Instagram, Facebook, YouTube, Telegram va boshqalar). Qiziqarli matnlar, rasmlar, va videolarni ishlab chiqing va ularni ijtimoiy tarmoqda ulashishimiz kerak.

Mijozlarni jalb etish: Mijozlarni jalb etish uchun aktsiyalar, chegirmalar, va reklama kampaniyalari o‘rganishingiz lozim. Bularni ijtimoiy tarmoqda, e-mail marketing orqali, bloglar orqali va boshqa vositalar bilan olib borishimiz mumkin.
Mijozlarga qulayliklar: Sizning mahsulotlaringizni olish va to‘lash jarayonlarini oson va qulay qilishingiz kerak. Onlayn to‘lov tizimlarini (masalan, Payme, Click, WebMoney va boshqalar) qo‘llashingiz va mijozlar uchun qulay e-pul ko‘chirish va etkazib berish xizmatlarini taqdim etishimiz kerak.

Mijozlardan fikrlarni qabul qilish: O‘z mijozlaringizdan fikrlarni, takliflarni va shikoyatlarni qabul qilishni unutmang. Bu sizning mahsulotlaringizni yaxshi ko‘rib chiqish va ularni yaxshi yaxlitlash uchun muhimdir.

Monitoring va baholash: Mahsulotlar va marketing strategiyalaringizni qanday oson va samarali ishlayotganligini baholash uchun statistika va analizlarni o‘rganishingiz kerak. Bu, o‘z strategiyalaringizni to‘liqroq boshqarish va optimallashtirishga yordam beradi.

Ko‘zdan kechirish va yangi imkoniyatlarni qidirish: So‘nggi marketing xabarlarini va tendensiyalarini kuzatib borish, mahsulotlaringizni rivojlantirish uchun yangi imkoniyatlarni aniqlash uchun muhimdir.

Parrandachilik mahsulotlari uchun marketing tizimi ko‘plab sohalarda o‘zgaradi, shuning uchun kuzatib borish va strategiyalaringizni har kuni yangilab turishimiz kerak. Parrandachilik mahsulotlarini marketlash uchun strategik tizimni amalga oshirish uchun quyidagi asosiy qadamlarni o‘tkazishimiz mumkin:

Reklama va branding: Mijozlar qanchalikni bilishadi? Sizning kompaniyangizga nima bilib qolishi mumkin? O‘zingizni brend qiling va kompaniya hayotingizga

Published: 10.11.2023

Cite this article: Suranboyeva Tursunoy Avazbek qizi (2023). Parrandachilik mahsulotlarining marketing tizimi. Emro Science and Education, 1(1). https://journal.emro.uz/public/maqola/704

© 2023 The Author(s). Published by Emro Science and Education. This is an open access article.

qanday o‘tkazilishi kerakligini aniqlang. Reklama va brending strategiyalaringizni o‘rganamiz.

Ijtimoiy tarmoq marketingi: Parrandachilik mahsulotlaringizni ijtimoiy tarmoqlarda reklama qiling. Instagram, Facebook, TikTok, va boshqa platformalarda ijtimoiy tarmoq marketingining qo‘llanilishini o‘rganing. Hashtags, influencers, va reklama kampaniyalari qo‘llashni o‘rganamiz.

Veb-sayt va onlayn platformalar: O‘zingizga veb-sayt yaratish yoki onlayn savdo platformalariga qo‘shilishni o‘rganing. Bu, onlayn mijozlarni jalb etish, mahsulotlar haqida ma’lumot berish va sotish uchun samarali vosita bo‘lishi mumkin.

Mahsulotlar yoki xizmatlarni taqdim etish: Mahsulotlar yoki xizmatlarni qanday etkazib berishingizni o‘rganing. Yetkazib berish xizmatlarini tashkil etish va mahsulotlarni qanday etkazib berishni optimallashtiramiz.

Mijozlar bilan aloqalar o‘rnatish: Mijozlaringiz bilan o‘zaro aloqalarni o‘rganing va rivojlantring. Sizning mahsulotlaringiz va xizmatlaringiz haqida yangiliklar, chegirmalar va yangi imkoniyatlar haqida ularni xabardor qilish kerak.

Statistika va analizlar: Marketing strategiyalaringizning samaradorligini baholash uchun statistika va analizlarni o‘rganing. Mijozlarning qanday amal qildiklarini va reklama kampaniyalaringizning natijalarini kuzatib borish.

Yangilanish va optimallashtirish: Marketing strategiyalaringizni va loyihalaringizni vaqt o‘tib yangilab, samaradorlikni oshiring. Mahsulotlaringizni rivojlantirish va mijozlar bilan o‘zaro munosabatlarni mustahkamlashga intilish.

Parrandachilik mahsulotlarini marketlash kompleks jarayon bo‘lib, strategiyalarni har kuni yangilab borish va mijozlarni jalb etish uchun yangi usullar qo‘llab-quvvatlashni talab qiladi.

Mahsulotlarni marketing tarmoqlari orqali reklama qilish: Mahsulotlar va xizmatlar reklamasi yaratish va o‘z mijozlaringizga etkazib berish uchun onlayn va offline marketing tarmoqlarini qo‘llashingiz kerak. Bu, ijtimoiy tarmoqda reklamalarni yaratish, veb-saytlarni yaratish, bloglar yozish, elektron pochta marketingi qilish, xaridorga chegirmalar berish va boshqa vositalardan foydalanishni o‘z ichiga oladi.

Kompaniya brandini yaratish: O‘zingizni parti mahsulotlarining nomini va brandini yaratishni o‘rganishingiz kerak. Uning logotipi, ranglari, shanblonlari va reklama materiallari belgilangan boshqa brendlar bilan birga ishlash uchun mos bo‘lishi kerak.

Mijozlarni jalb etish va ulashish: Mahsulotlar va xizmatlarni reklama qilish va chegirmalar orqali mijozlarni jalb etishingiz, ulashishingiz va ularga to‘lov qilish uchun strategiyalarni rivojlantiramiz.

Monitoring va baholash: Marketing aktivitetingizning natijalarini va mijozlar bilan munosabatlaringizni baho bilan baholashdan chet elishingiz kerak. Bu, strategiyalaringizni yaxshi tuzatish, optimallashtirish va boshqarish uchun zarurdir.

Yangilash va rivojlantirish: Marketing tizimini doimiy ravishda yangilash, mahsulotlarni rivojlantirish va mijozlarni qo‘zg‘atish kerak. Bozor tendensiyalarini kuzatish va kompaniyangizni raqobatdan ustun qilish uchun yangi yollar va imkoniyatlarni izlash uchun monitoring qilishimiz zarur.

Parrandachiliki mahsulotlari sotishda yaxshi marketing tizimi va strategiyasi,

biznesingizni muvaffaqiyatga olib kelishi uchun kritik ahamiyatga ega. Bu tizimni o‘rganib, rivojlantirib, to‘liqroq boshqarishingiz lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1.Ergashxodjayeva Sh.J., Yusupov M.A., Abduxalilova L.T., Alimxodjayeva N.E., Ziyayeva M.M., Jumanov O.S., Sharipov L.T., Bobojonov B.R., Normurodov X., Meliqulov A.N., Valiyeva A. A., Raxmatova Sh.T., “Marketing” fani bo’yicha ishchi daftar. T: “ZARAFSHON FOTO”, 2019

2. Ergashxodjaeva Sh. J., Qosimova M. S., Yusupov M.A., “Marketing” darslik: Toshkent TDIU 2018

3. Soliyev A., Buzrukxonov B., “Marketing” darslik: Toshkent 2010

4. J.J.Jalolov, I.A.Ahmedov, I.S.Xotamov, A.O.Ergashev “MARKETING TADQIQOTLARI” Toshkent 2011

5. Yusupov M.A., Abdurahmonova M., “Marketing” darslik Toshkent 2012