

**CHINNI BUYUMLARI DO'KONINI SMMNI YARATISH****Sabirova Zebinisa Ozatovna**TATU Urganch filiali “Axborot texnologiyalari” kafedrasii  
assistent o'qituvchisi[sobirovazebiniso580@gmail.com](mailto:sobirovazebiniso580@gmail.com)**Karimov Islom Rashid o'g'li**

TATU Urganch filiali 5-kurs talabasi

[Islomkarimovrashidogli@gmail.com](mailto:Islomkarimovrashidogli@gmail.com)

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada bugungi kunda rivojlanib kelayotgan va iqtisodiyot rivoji uchun asos bo'lib xizmat qilayotgan SMM xususida so'z boradi. SMM orqali chinni buyumlar do'konini yuritishda SMM dan foydalanish, uning ravnaqi va istiqbollari borasida fikr yuritiladi.

**Kalit so'zlar:** Chinni buyumlar, do'kon, onlayn do'kon, smm, biznes.

Bugungi kunda Ijtimoiy tarmoqlarning kun sayin keskin rivojlanishi bu tarmoqlar orqali biznes qilish va biznesni rivojlantirish uchun ajoyib imkoniyat yaratib berdi. SMM biznesdagi brendni yaratish, rivojlantirish, undagi mahsulot va xizmatlarni sotish sonini ko'paytirish, mijozlarni veb-saytga o'tishini oshirish uchun odamlar foydalanadigan tarmoqlardan, Facebook, Instagram, YouTube, Telegram, unumli foydalanishdir. Mana shunday turli onlayn ilovalardan foydalanish orqali onlayn do'konlarni shakllantirish yuzaga kelmoqda. Biznes egalariga mijozlar bilan muloqot qilish va yangi mijozlarni jalb qilish usullarini taqdim etishdan tashqari, SMM ularga qilayotgan harakatlarining muvaffaqiyatini kuzatish va jalb qilishning yanada ko'proq usullarini aniqlashda yordam beradi va shunga asoslangan ma'lumotlarni tahlil qiladi. Biz bilamizki 20 yil ichida, 2004-yildan (ilk ijtimoiy tarmoqlar ayni shu yili ommalasha boshlagan) 2024-yilgacha, ijtimoiy tarmoqlardagi ma'lumotlar va biznesni rivojlantiradigan reklamalarning ko'payishi ijtimoiy tarmoqlarni hatto televideniya va radiodan ham ko'proq foydalanilishiga sabab bo'lyapti. Bu ijtimoiy tarmoqlardagi reklama e'lonlarini odatdagi televidenie va radiolardagi reklama e'lonlaridan samaradorliroq ekanini anglatadi. Umuman dunyo aholisini 62.3 foizi yoki 5.04 milliard kishining ijtimoiy tarmoq ishlatishi so'zimizga dalil bo'la oladi. Yuqoridagi raqamlardan ko'rinib turibdiki, dunyoning katta qismi ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari, bu ijtimoiy tarmoqlardagi marketingi – SMMni qanchalik muhim ekanini ko'rsatadi. Shuningdek, quyidagi tamoyillar ham nega aynan SMM degan savolga javob beradi. Faraz qiling, televizorda ma'lum bir auditoriya (erkaklar, ayollar yoki bolalar) uchun mo'ljallangan reklama e'lonini umuman boshqa auditoriya ko'ryapti. Yoki qariyalar uchun ishlab chiqariladigan dori vositalari reklamasini bolalar ko'rayapti. Albatta bu kabi reklamalarning samaradorligi past yoki umuman bo'lmaydi. SMM xizmatlari esa mahsulot yoki xizmat uchun maqsadli auditoriya yig'ishda ayni qo'l keladi. SMM turli maqsaddagi va qiziqishdagi odamlarni bir joyga yig'adi va sizning reklama e'loningizni faqat shularga – siz izlayotgan odamlarga namoyish qiladi. Natijada tarmoqli marketing sohasida SMM ajralmas bo'lakka aylanadi. Ya'niki, onlayn ochilgan savdo do'koni chinni buyumlarniki bo'lsa uni aynan chinniga qiziquvchilar uchun ko'rsatib beradi. Yaxshi ishlab chiqilgan SMM (ijtimoiy tarmoq marketingi) rejasi biznesni rivojlantirish uchun tadbirkorlarga ajoyib imkoniyatni ochib beradi, mijozlar ma'lumoti. Bu yuqoridagi auditoriya yig'ish tamoyiliga uzil-kesil bog'liq bo'lib, SMM bu qimmatli ma'lumotlarni bozor iqtisodiyoti tahliliga aylantirishlari mumkin, bu ma'lumotlarga mijozlarning yashash hududi, yoshi, jinsi kabilar kiradi. Bu ma'lumotlar mijozlarni

qiziqishlarni kuzatishga yordam beradi. Shu sababli o'z auditoriyasiga kimlarni jalb qilish borasida qimmatli ma'lumotlarga ega bo'lishadi. Ijtimoiy tarmoq marketingi – SMMning afzalliklari: SMM xizmatini joriy etish orqali biznes egalariga ko'plab imtizoqlar taqdim etiladi. Quyida ulardan ba'zilarini sanab o'tamiz. Agar SMMdan to'g'ri foydalanilsa, u brend uchun ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Xodimlaringiz ijtimoiy tarmoqqa joylayotgan mahsulotlar va xizmatlar mijozlarda sizning brendingizga bo'lgan ishonchini ortishiga hissa qo'shishi mumkin. Shuningdek, ko'rishlar, yoqtirishlar («layk»), ulashishlar kabilar brendingizni ko'proq odamga yetib borishiga xizmat qiladi. Misol uchun chinni idishlar brendi hozircha yangi bo'lsa, sanoqli odam bilsa uni smm yordamida reklama qilib turli layklar, ulashishlar va u xususda yozilgan sharhlar natijasida u haqida ma'lumotlarni keng ommaga yetkazish mumkin. Ijtimoiy tarmoq marketingi (SMM) nafaqat brendni rivojlantirish uchun yaxshi usul, balki mijozlarni biznesga jalb qilish, ular yozayotgan izoh va so'rovlarga javob berish, mijozlarning tanqidlari va noroziliklarini qabul qilish va bu orqali biznesdagi kamchiliklarini bartaraf etish imkonini ham beradi. Radio, televidenie, gazeta va jurnallar kabi an'anaviy ommaviy axborot vositalaridan farqli o'laroq, ijtimoiy tarmoqlar mijozlar va bizneslarni o'zaro muloqot qilishlariga imkon beradi. Umuman, ijtimoiy tarmoqlar tufayli mahsulot va xizmatningiz haqida mijozlar fikrini olish har qachongidan ham osonroq bo'ladi. Bundan tezkorlik natijasida siz qisqa vaqt ichida o'z brendingizni rivojlantirib, onlayn do'koningizni istiqbolli yuritishingiz mumkin. O'z mahsulotingiz va xizmatningizni ijtimoiy tarmoqlarda sotish ancha muvaffaqiyatli kechadi, bu esa savdo soniga ijobiy ta'sir o'tkazadi. SMM xizmatining umumiy, asl vazifa va maqsadi ham shu. Tadqiqotlarga ko'ra har bir inson kuniga o'rtacha 147 daqiqa vaqtini ijtimoiy tarmoqlarga sarf qiladi. Bu mijozlaringizni sizning kontentingizni keng miqyosda ko'rishini anglatadi va agar kontent samarali bo'lsa, u shunchaki kontent tomosha qilayotganlarni sizning mijozingiz bo'lishiga majbur qilishi mumkin. Bu vaqtda siz onlayn do'koningizdagi mahsulotni reklamasiga alohida e'tibor qaratishingiz zarur. Qidiruv tizimining natijalar sahifasidagi (SERP) mavqeini yaxshilash. Google Yandex kabi qidiruv tizimlari doimiy ravishda ijtimoiy tarmoqlardan, masalan, Instagram rasmlari, Facebook sahifalari va YouTube videolari kabi ma'lumotlarni qidiruv tizimi natijalariga olib chiqadi. O'z brendingizni ijtimoiy tarmoqlarda muvaffaqiyatli sotish orqali siz SERP mavqeingizni ham oshirasiz. Ijtimoiy tarmoq sizning biznes maqsadlaringizga mos keladigan boshqa kompaniyalar bilan bog'lanish imkonini beradi. Shuningdek, tarmoqlar sizning brendingizga ta'sir o'tkazish orqali yordam beradigan hamkorlik qilish imkoniyatini ham taqdim etadi. Statistikalarga ko'ra, har oyda 1,8 milliarddan ortiq kishi Facebook guruhlaridan foydalanadi, tanlash uchun o'n millionlab guruhlar mavjud. Bu biznes egalariga hamkorlik va raqobat haqidagi ma'lumotlarni olishida ancha foyda beradi. Shu o'rinda ta'kidlab o'tish joizki siz xalqaro darajada hamkorliklarni yo'lga qo'yganiz kabi, xalqaro darajada savdo ham olib borishingiz mumkin. Ijtimoiy tarmoqlar orqali boshqa bizneslar foydalanadigan yangiliklarni ko'rishingiz, ulardan foydalanishingiz va shu bilan o'zingizga kerakli xulosalarni chiqargan holda yangicha edialar bilan o'z beznisingizni rivojlantirishingiz mumkin. Turli xil ko'ngilochar yangiliklar, chellenj va heshteglar ijtimoiy tarmoqdagi mijozlaringizni qiziqishlarini oshirishga, kontentingizni boshqalarga ham ulashishiga yordam beradi. Shuningdek, siz chet davlatlardagi bizneslar qo'llayotgan strategiyalarni, ishlash jarayonini ko'rishingiz, shundan nima qilish va nima qilmaslik kerak ekanini aniqlashingiz mumkin. Yana, mijozlar uchun talabgir bo'layotgan mahsulot va xizmat turidan ijtimoiy tarmoqlar orqali boxabar bo'lishingiz mumkin. Albatta, ijtimoiy tarmoq marketingi – SMMni bunday foydali taraflari ko'p, ammo bunga erishish uchun yuqori malaka va tajriba hamda aniq rejalangan, sifatli kontent kerak bo'ladi. Statistikalarga qarasaq 2023-yilda 30 milliondan oshiq o'zbekistonlik foydalanuvchi Telegram tarmog'ida, 18 milliondan oshiq fuqarolar Odnoklassniki tarmog'ida, 10

milliondan ziyodi YouTube'da, 7 milliondan oshiq o'zbeklar esa Facebook va Instagram tarmog'larida o'z hisoblariga ekani oydinlashadi. Bu raqamlar kundan kunga o'sib bormoqda va SMM xizmatlaridan foydalanuvchi biznes egalari ayni muddao bo'lib kelmoqda. Biznes egalari odamlar orasidan o'zi uchun auditoriya topishda ijtimoiy tarmoqlar marketingi – SMM yordam beradi.

## **Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati.**

1. "Social Media Marketing: Strategies for Engaging in Facebook, Twitter, Instagram, and More" - Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick (2019)
2. "Influencer Marketing for Dummies" - Sara McCorquodale (2018)
3. <https://oqila.uz/smm-nima>
4. [https://www.linkedin.com/posts/smm-marketolog\\_686961230\\_smmstrategiy-smm-strategiya-tuzish-uchun-activity-6930774486673682432-ixwQ/](https://www.linkedin.com/posts/smm-marketolog_686961230_smmstrategiy-smm-strategiya-tuzish-uchun-activity-6930774486673682432-ixwQ/)