

RAQAMLI KONTENTLAR: TURLARI, MAQSADI VA MARKETINGDAGI O'RNI

Karimov A.A.

TDIU Samarqand filiali dotsenti, PhD

karimovabdubogi0@gmail.com

Shukurov V.S.

TDIU Samarqand filiali O'qituvchisi

vasliddinsobirovich@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada kontent tushunchasining mohiyati, uning turli ko'rinishlari va jamiyatdagi ahamiyati haqida qisqacha to'xtalib o'tiladi. Shuningdek zamonaviy veb sahifalar, ilovalar va onlayn do'konlar orqali kontent qanday shakllanayotgani yoritiladi.

Kalit so'zlar: kontent, raqamli texnologiyalar, veb sahifa, internet, veb ilova, onlayn savdo, format, axborot resurslari.

Аннотация. Этот термин, ранее известный под разными названиями, с развитием интернета приобрёл новое значение. В данной статье кратко рассматривается суть контента, его разнообразные формы и значимость в обществе. Также освещается, как контент формируется с помощью современных веб-страниц, приложений и онлайн-магазинов.

Ключевые слова: контент, цифровые технологии, веб-страница, интернет, веб-приложение, онлайн-торговля, формат, информационные ресурсы.

Abstract. Formerly known by different names, this term has gained new meaning with the advancement of the Internet. This article briefly explores the essence of content, its various forms, and its significance in society. It also highlights how content is being shaped through modern web pages, applications, and online stores.





Keywords: content, digital technologies, web page, internet, web application, online commerce, format, information resources.

Kontent — bu raqamli shaklda yaratiladigan va foydalanuvchilarga ma'lumot yetkazish, ularni jalb qilish yoki ular bilan muloqot qilish maqsadida tarqatiladigan axborotdir [1]. U matn, rasm, video, audio yoki grafik ko'rinishda bo'lishi mumkin va internetdagi har qanday raqamli platformaning asosiy tarkibiy qismini tashkil etadi.

Kontent yaratish va uni foydalanuvchiga yetkazish uchun esa turli yo'llar (onlayn yoki offline), usullar (an'anaviy yoki noan'anaviy) hamda metodologiyalar (nazariy yoki amaliy) mavjud. Biz aynan shu asoslarda web sahifalarni tayyorlashimiz mumkin. Ushbu sahifalar o'zaro tayyorlanish usuli va saqlanish formati bilan farqlanadi. Marketing instituti bergan ma'lumotlarga ko'ra esa, kontent — bu foydalanuvchilarga yetkaziladigan va qadriyatga ega bo'lgan material bo'lib, u onlayn maqolalar, blog yozuvlari, videolar, elektron kitoblar, infografikalar, vebinarlar kabi ko'rinishlarda bo'lishi mumkin [2].

Umumiy holda qaraydigan turdagi bo'lsak qanday turdagi kontentlar mavjud va qanday maqsadlarda qo'llaniladi. Kontent orqali kompaniya qanday maqsadlarga erishishi uning marketing strategiyasiga bog'liq. Bu yerda odatiy maqsadlarga mo'ljallangan kontentlar mavjud bo'lib, ularni quyidagi shakllarga ajratishimiz mumkin:

1. Tomoshabinlarni jalb qilish va qamrovni oshirish. Bu kontentning asosiy maqsadlaridan biridir. Kompaniyalar yangi foydalanuvchilarni jalb qilish, obunachilar va o'z platformalariga tashrif buyuruvchilar sonini ko'paytirishga intilmoqda.

2. Brend xabardorligini oshirish. Iloji boricha ko'proq odamlar kompaniya va brend haqida xabardor bo'lishlari kerak. Bu brendning xususiyatlari va qadriyatlarini ko'rsatadigan kontentdan foydalanish orqali amalga oshiriladi. Bunday tarkib esda qolarli bo'lishi kerak.



3. Tomoshabinlarni jalb qilish va ushlab turish. Mavjud auditoriyani saqlab qolish hamda kompaniya va uning mahsulotlariga qiziqishni saqlab qolish uchun kontent yaratilishi mumkin.

4. Ishonchlilikni oshirish. Mijozlar foydali va qimmatli kontentni olganlarida, ular kompaniyaga ko'proq ishonadilar. Bu brendga sodiqlikni kuchaytiradi.

5. Mahsulotlar yoki xizmatlarni ilgari surish. Bu reklama kontentiga ham tegishli. Biroq savdo mazmunidan farqli o'laroq, reklama mazmuni to'g'ridan-to'g'ri sotishga qaratilgan emas. Ushbu tarkib mahsulotning xususiyatlari, afzalliklari va foydalanish usullari haqida fikr yuritadi.

6. Trening va ma'lumot. Kontent orqali kompaniya bilim, yangiliklar yoki tadqiqot natijalarini almashishi mumkin.

SEO - qidiruv tizimini reklama qilish. Kalit so'zlarni o'z ichiga olgan optimallashtirilgan kontent qidiruv natijalarida saytingiz reytingini yaxshilashga yordam beradi. Bu yangi foydalanuvchilarni jalb qilishga yordam beradi.

Kontent haqida gapirganda UGC tez-tez tilga olinadi. UGC (user generated content -foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontent) - foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan kontentdir. UGC ijtimoiy tarmoqlar, forumlar, bloglar va boshqa platformalarda odamlar tomonidan joylashtirilgan fotosuratlar, videolar, sharhlar bo'lishi mumkin. UGC ga ba'zi misollar keltirishimiz mumkin, ular:

- onlayn-do'konlar yoki bozorlar veb-saytlarida tovarlar va xizmatlarni ko'rib chiqish;
- ijtimoiy tarmog'idagi voqea fotosuratlar;
- YouTubeda mahsulot sharhlari.

Biz foydalanadigan kontentlar quyidagi to'rtta nuqtada alohida etirof etiladi:

- Kontent raqamli formatda yaratilishi va tarqatilishi mumkin bo'lgan har qanday axborot materialidir. Masalan, YouTube-dagi video yoki veb-saytdagi blog maqolasi.



- Marketingda ishlatiladigan asosiy kontent formatlari matn, video, audio, interaktiv va grafikdir.
- Kontent tarqatiladigan asosiy kanallar - bu o'z veb-saytlari, ijtimoiy tarmoqlar, elektron pochta xabarnomalari, videoxosting saytlari va tezkor xabarchilar.
- Ko'pgina kompaniyalar o'z auditoriyasida ishonchni mustahkamlash uchun foydalanuvchilarni UGC yaratishga undaydi. Bunday tarkibga misollar: sharhlar, ijtimoiy tarmoqlardagi fotosuratlar, kompaniya blogidagi xabarlar. Biroq, bu turdagi kontent xavf-xatarni o'z ichiga oladi - u haqoratli bo'lishi yoki kompaniya obro'siga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Kontent - bu umumiy tushuncha bo'lib, Internet rivojlanishi bilan keng tarqalgan bo'lib, u kengroq ta'rifga ega va ko'p sohalarda qo'llanilishi mumkin. Ingliz tilidan tarjima qilingan content "mazmun" degan ma'noni anglatadi. Bu, birinchi navbatda, matnni o'z ichiga oladi. Fotosuratlar, rasmlar, video va audio fayllar media kontenti hisoblanadi. [3].

Bu atamaning o'zi bizga media-kommunikatsiya sohasining virtual maydonidan kelgan. "Kontent" tushunchasining ba'zi ta'riflari ni keltiramiz:

- biror narsaning mazmuni (to'ldirilishi) (bu matnli materiallar yoki video, audio yozuvlar yoki rasmlar bo'lishi mumkin) [4].
- axborot mahsuloti tarkibini tashkil etuvchi har qanday turdagi axborot (matn, audio, video, rasm) [5].

Xulosa qilib aytganda kontent bugungi raqamli muhitda nafaqat axborot yetkazish vositasi, balki samarali marketing vositasi sifatida ham katta ahamiyat kasb etadi. U turli formatlarda yaratiladi va onlayn platformalar orqali keng auditoriyaga tarqatiladi. Kontent kompaniyalar uchun brend xabardorligini oshirish, mijozlar bilan ishonchli munosabatlar o'rnatish, mahsulot yoki xizmatlarni ilgari surish kabi muhim vazifalarni bajaradi. Ayniqsa, foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontent (UGC) ishonchni mustahkamlashda va auditoriya bilan interaktiv aloqani kuchaytirishda alohida



o'rin tutadi. Shu sababli, zamonaviy marketing strategiyalarida kontentga yondashuv puxta rejalashtirilgan, tizimli va maqsadga yo'naltirilgan bo'lishi zarur. Kelgusi izlanishlarda milliy kontentning rivojlanishi va o'ziga xos jihatlarini chuqurroq tahlil qilish muhim ahamiyat kasb etadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. UNISENDER Словарь маркетолога -
<https://www.unisender.com/ru/glossary/что-такое-контент-как-он-привлекает-внимания-аудитории/>
2. Что понимают под контентом, какой он бывает и для чего он в маркетинге — стартовый гайд —
<https://skillbox.ru/media/marketing/что-понимают-под-контентом-какой-он-бывает-и-для-чего-он-в-маркетинге-стартовый-гайд/>
3. Лопатухина Т.А., Рынкевич А.В. Языковая коммуникация и ее контент в иноязычном образовательном пространстве высшей школы // Изв. Вол-гогр. гос. пед. ун-та. Сер.: Педагогические науки. 2016. № 3(107). С. 78-84.
4. Что такое контент [Электронный ресурс]. URL:<http://что-такое.net/что-такое-контент/>(датаобращения: 28.08.2017).
5. Что такое контент? Виды контента [Электронный ресурс]. URL: <http://www.chelpachenko.ru/sozdanie-infoprodukta/что-такое-kontent.html> (дата обращения: 26.08.2017).