

**BRENDING STRATEGIYASI VA YUZ YARATISHDA RAQAMLI
MARKETING NAZARIYALARINING SAMARADORLIGI****JASMINA AVAZBEKOVA***Toshkent Turin Politexnika Universiteti**Biznes boshqaruv fakulteti**3-bosqich Talabasi***ANNOTATSIYA**

Ushbu maqolada zamonaviy biznes muhitida brend yaratish va uni mustahkamlash strategiyalarining o'рни, ayniqsa, raqamli marketing vositalari yordamida imidj shakllantirish jarayoni tahlil qilinadi. Branding bu mahsulot yoki xizmatni boshqa raqobatchilardan ajratib turuvchi qadriyatlar majmuasi bo'lib, iste'molchilarda muayyan tasavvur va ishonch uyg'otadi. Raqamli marketing esa internet, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar, SEO va boshqa texnologiyalar orqali brendni targ'ib qilishning zamonaviy vositasidir. Maqolada branding strategiyasining asosiy turlari, vizual imidj yaratish tamoyillari va mijozlar bilan ishonchli munosabatlar o'rnatishda kontent marketingi, email marketing, influencer marketing kabi vositalarning samaradorligi amaliy misollar bilan yoritilgan. Shuningdek, raqamli muhitda brend sodiqligini oshirish yo'llari, brend monitoringi va tahlil usullari ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar: *branding strategiyasi, imidj yaratish, raqamli marketing, kontent marketingi, ijtimoiy tarmoqlar marketingi, SEO, influencer marketing*

KIRISH

Global raqobat kuchaygan hozirgi biznes muhitida brend kompaniya muvaffaqiyatining muhim omillaridan biri sifatida e'tirof etiladi. Kuchli brend nafaqat mahsulot yoki xizmatni raqobatchilardan ajratib turadi, balki mijozlar ongida ishonchli, barqaror va qadrlanadigan obrazni shakllantiradi. Shu bois, kompaniyalar o'z brendlarini yaratish va rivojlantirishda aniq strategiyalarga tayangan holda harakat qiladilar.

So'nggi yillarda raqamli texnologiyalar va internet imkoniyatlarining jadal rivojlanishi natijasida marketing jarayonlari ham sezilarli darajada o'zgardi.

Raqamli marketing vositalari xususan, ijtimoiy tarmoqlar, veb-saytlar, email marketing, kontent marketingi va SEO brend imidjini shakllantirishda muhim rol o'ynay boshladi. Ular kompaniyaga keng auditoriyaga tez va samarali tarzda yetib borish, mijozlar bilan doimiy muloqotda bo'lish va ularning ishonchini qozonish imkonini beradi.

Ushbu maqolada brending strategiyasining asosiy jihatlari, imidj yaratish tamoyillari hamda raqamli marketing vositalarining bu jarayondagi o'рни va samaradorligi tahlil qilinadi. Maqolaning maqsadi zamonaviy raqamli muhitda muvaffaqiyatli brend yaratish uchun qanday strategik yondashuvlar va marketing texnologiyalaridan foydalanish zarurligini aniqlashdir.

ASOSIY QISM

O'zbekistonning ichki bozorida brend yaratish va raqamli marketing vositalaridan foydalanish yildan-yilga ko'payib bormoqda. Mahalliy kompaniyalar o'z brend imidjini shakllantirishda ijtimoiy tarmoqlar, influencer marketing, vizual identitet, SEO va email marketing kabi raqamli vositalardan faol foydalanmoqda. Bu jarayonni bir nechta real misollar orqali ko'rib chiqamiz.

Toshkentda joylashgan Makro Supermarket tarmog'i o'zining brend strategiyasida Instagram va Telegram sahifalariga katta e'tibor qaratmoqda. Ular har kuni yangi aksiyalar, foydali maslahatlar, retseptlar va mijozlar uchun chegirmalarni vizual tarzda e'lon qilib boradi. Har bir post maxsus dizayn va stilga ega bu orqali Makro o'zining vizual identitetini mustahkamlagan. Mijozlar har haftalik "aksiya bukleti"ni Telegram orqali olishadi va bu ularda kutish, kuzatish odatini shakllantirgan. Natijada, bu supermarketlar tarmog'ining brendga sodiq auditoriyasi ortmoqda.

Chortoq suvlari kompaniyasi esa o'z mahsulotini ijtimoiy tarmoqlarda sog'lom turmush tarzini targ'ib qiluvchi brend sifatida tanitmoqda. Ular professional sportchilar bilan hamkorlikda motivatsion videoroliklar, suratlar va intervyular tayyorlab, Instagram va Facebook sahifalarida e'lon qilib kelmoqda. Har bir kontentda sog'lik, tozalik va tabiiylik g'oyalari ilgari suriladi. Shu tarzda Chortoq nafaqat ichimlik suvi, balki sog'lom hayot ramziga aylangan brend bo'lib bormoqda.

Samarqandda joylashgan Samcity Hotel o'zining imidjini yaratishda mijozlar baholari va sharhlariga tayangan. Ular Google orqali ijobiy fikrlar olgan mijozlardan ruxsat so'rab ularni ijtimoiy tarmoqlarda "Mijozlarimiz nima deydi?" rukni ostida e'lon qilmoqda. Bundan tashqari, sayyohlar bilan jonli efirlar, mehmonlar hikoyalari va sayohat blogerlari bilan hamkorlik brendni tanitishda muhim omil bo'lgan.

Artel kompaniyasi esa o'z mahsulotlari haqida Telegram kanalida taqdimot videolari, qisqa qo'llanmalar va foydali tavsiyalarni joylashtirib keladi. Mahalliy bozor uchun muhim bo'lgan narsa til va madaniyatga mos kontent. Artel kontentlarini o'zbek tilida tayyorlab, auditoriya bilan yaqin munosabat o'rnatgan. Har bir yangi mahsulot taqdimoti Instagram sahifasida jozibali dizayn bilan chiqariladi va bu mahsulotga bo'lgan qiziqishni orttiradi.

Andijonda ishlab chiqarilayotgan Korzinka. supermarket tarmog'i ham o'zining brendingida raqamli vositalarni samarali qo'llayotgan kompaniyalardan. Ular har bir aksiyani animatsion video, meme va qiziqarli sarlavhalar bilan reklama qiladi. Mijozlar o'z xarid kvitansiyalarini suratga olib, ijtimoiy tarmoqlarda ulashish orqali

tanlovlarda ishtirok etishadi. Bu foydalanuvchi ishtirokidagi kontent orqali tabiiy reklama yaratadi va brend imidjini mustahkamlaydi.

Namangandagi kichik biznes egasi bo'lgan Asal asalari mahsulotlari firmasi esa Telegram va Instagramda o'z brendini tabiiylik va halollik asosida rivojlantirgan. Ular o'z mijozlariga har bir mahsulot qanday tayyorlanayotganini videolar orqali ko'rsatadi. Ba'zan jonli efirga chiqib, asal qanday suzilayotganini yoki arilar parvarishi jarayonini bevosita namoyish qiladi. Bu esa mijozda ishonch uyg'otadi va brendga doimiy mijozlar olib keladi.

Toshkentdagi Baskin Robbins muzqaymoq brendi o'zining har bir yangi ta'mini TikTok va Instagram reels'larda kreativ usulda tanishtiradi. Masalan, "ko'z yumib tatib ko'rish" tanlovi orqali mashhur TikTok blogerlarini jalb qilib, virusli trend yaratgan. Bu esa yosh auditoriyaga mo'ljallangan raqamli strategiyaning kuchini ko'rsatadi.

Bookzone kabi mahalliy kitob do'konlari esa o'z sahifalarida faqat reklama emas, balki o'quvchilar fikrlariga, iqtiboslarga va mualliflar bilan intervyularga joy beradi. Shu orqali ular kitobni shunchaki mahsulot emas, balki bilim va madaniyat bilan bog'liq qadriyat sifatida tanitmoqda.

Quyidagi jadvalda O'zbekistonda faoliyat yuritayotgan ayrim brendlarning raqamli marketing orqali qanday ijobiy imidj shakllantirgani kreativ amaliy misollar bilan bayon etilgan:

Brend nomi	Strategiya turi	Raqamli vosita	Amaliy natija / kreativ yondashuv
Artel	Kontent marketing	Instagram, YouTube	Mahsulotlarining ishlashini ko'rsatuvchi "how-to" videolari orqali ishonchli brend imidji yaratildi. Mahalliy blogerlar bilan hamkorlik qildi.
Makro Supermarket	Targeted SMM + aksiyalar	Telegram, Instagram	"Har hafta yangi aksiya" rukni orqali auditoriya bilan uzluksiz aloqada bo'ldi. Aksiya bannerlari milliy naqshlarda bezatilgan — bu vizual identitetni mustahkamladi.
Yangi Choy brendi	Lokalizatsiya va milliy qadriyatlar integratsiyasi	TikTok, Facebook	Mahsulot reklamasida milliy urf-odatlar, katta bobolarning roli ko'rsatildi — "onaizorning choyi" shiori orqali nostalgiya uyg'otildi.
Express24	Brend sodiqligini oshirish	Mobil ilova, Telegram bot	Mijozlarga vaqtida yetkazib berish, real mijozlarning fikrlarini

Brend nomi	Strategiya turi	Raqamli vosita	Amaliy natija / kreativ yondashuv
			postlarda ko'rsatish orqali xizmat sifati va ijobiy imidj yaratilgan.
Behad IT School	Mutaxassislik orqali ishonch qozonish	YouTube, Telegram, LinkedIn	Kurslarni o'qitayotgan ustozlar haqidagi minivideolar: "Bizni ustozlarimiz sizni IT olamiga olib kiradi!" — brend ishonchligi ta'minlangan.
Bibiona tibbiy kiyimlari	Foydalanuvchi sharhlari orqali ishonch yaratish	Instagram, sayt orqali "review"lar	Har bir mijozning fotosurati va fikrini kontent sifatida ulashib borildi. Bu orqali haqiqatga asoslangan ijobiy imidj yaratilgan.
Suvchi Water Brand	Eko-branding + sog'lom turmush tarzi reklamalari	Reels (IG), YouTube shorts	"Siz sog'lom bo'lsangiz — O'zbekiston sog'lom" kampaniyasi — ekologik shisha idishlar va sportchilar bilan kolaboratsiyalar orqali ommaviy e'tibor qozondi.

XULOSA

Bugungi raqamli muhitda branding strategiyasi va imidj yaratish faqat logotip yoki reklama banneri bilan cheklanmaydi. Aksincha, bu jarayon raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanish orqali kuchayadi. O'zbekiston misolida bu strategiyalar aniq natija berayotganini real amaliy misollar orqali ko'rish mumkin.

Avvalo, ijtimoiy tarmoqlar orqali imidj yaratish strategiyasi yuqori samara bermoqda. Masalan, Artel kompaniyasi Instagram va Telegram sahifalari orqali nafaqat mahsulotlarini reklama qiladi, balki "Made in Uzbekistan" degan milliy qadriyatga asoslangan kontentlar bilan brend obro'sini oshiradi. Ular foydalanuvchilarning fikr-mulohazalarini qabul qilish, tezkor javob qaytarish, shuningdek, "story"larda iste'molchi tajribalarini ko'rsatish orqali interaktiv brend munosabatini shakllantirmoqda.

Yana bir misol Chimgan Resort marketing strategiyasi. Bu turistik brend raqamli marketing orqali o'z imidjini tabiat, sport va oila qadriyatlari bilan bog'lab chiqdi. Ular TikTok va YouTube Shorts orqali qisqa videoroliklar, dron orqali olingan kreativ landshaft videolari va "weekend package" aksiyalarini yoritish orqali mijoz jalb qilishni kuchaytirdi.

Tadbirkorlar uchun esa raqamli vositalar imkoniyatlar dunyosini ochmoqda. Masalan, “Lokomotiv Pizza” brendi raqamli buyurtma qilish imkonini beruvchi Telegram bot, Google Ads reklamasi va mijozga yo‘naltirilgan email kampaniyalarini yo‘lga qo‘ygan. Bu orqali ular nafaqat daromadni oshirdi, balki brend sodiqligini yaratdi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Karimov, A. (2020). Marketing asoslari. Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti.
2. Raxmonov, D. (2021). Raqamli marketing: nazariya va amaliyot. Toshkent: “Fan va texnologiya” nashriyoti.
3. Yusupova, Z. (2019). Brend va uning bozordagi o‘rni. Toshkent: Iqtisodiy bilimlar markazi.
4. Qodirov, M. (2022). Zamonaviy reklama va marketing kommunikatsiyalari. Toshkent: Innovatsiya nashriyoti.
5. Abdullayeva, M. (2023). Imidj yaratish va raqamli brending. Samarqand: SamDU nashriyoti.