

STRATEGIK MARKETINGDA KONTENT MARKETINGIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI

Mamajonova Munavvara Abdurasul qizi

Toshkent Kimyo Texnologiya Instituti

22-65 guruh talabasi

Xaydarova Kamola Axinjanovna

Toshkent kimyo-texnologiya insituti o'qituvchisi

Annotatsiya: Strategik marketingda kontent marketingidan foydalanish samaradorligi. Ushbu maqolada strategik marketing jarayonlarida kontent marketingining ahamiyati va samaradorligi tahlil qilinadi. Kontent marketingi yordamida brendlar o'z auditoriyasiga foydali va qiziqarli ma'lumotlar yetkazishi, mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni o'rnatishi mumkin. Maqolada muvaffaqiyatli kontent marketing strategiyalarining misollari va ular orqali raqobatbardoshlikni oshirish usullari ham ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar: strategik marketing, kontent marketingi, samaradorlik, brend boshqaruvi, mijozlar bilan munosabatlar, raqobatbardoshlik, marketing strategiyasi.

Аннотация: Эффективность использования контент-маркетинга в стратегическом маркетинге. В данной статье рассматривается значимость и эффективность контент-маркетинга в стратегических маркетинговых процессах. С помощью контент-маркетинга бренды могут предоставлять своей аудитории полезную и интересную информацию, устанавливая долгосрочные отношения с клиентами. В статье также приведены примеры успешных стратегий контент-маркетинга и способы повышения конкурентоспособности.

Ключевые слова: стратегический маркетинг, контент-маркетинг, эффективность, управление брендом, отношения с клиентами, конкурентоспособность, маркетинговая стратегия.

Annotation: The Effectiveness of Content Marketing in Strategic Marketing. This article analyzes the importance and effectiveness of content marketing in strategic marketing processes. Through content marketing, brands can deliver valuable and engaging information to their audience, building long-term relationships with customers. The article also explores examples of successful content marketing strategies and methods to enhance competitiveness.

Keywords: strategic marketing, content marketing, effectiveness, brand management, customer relationships, competitiveness, marketing strategy.

Bugungi raqobatbardosh biznes muhitida strategik marketingning samarali vositalaridan biri sifatida kontent marketingi tobora dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

Kontent marketingi brendlarga o'z auditoriyasiga qiziqarli va foydali ma'lumotlarni yetkazish, mijozlar bilan uzoq muddatli va ishonchli munosabatlarni o'rnatish imkonini beradi. Strategik marketingda kontent marketingi nafaqat brend imidjini shakllantirishda, balki sotuvlarni oshirishda va brend sodiqligini mustahkamlashda ham muhim o'rin tutadi. Ushbu maqolada kontent marketingining asosiy afzalliklari, samarali strategiyalar va real hayotdagi muvaffaqiyatli misollar orqali uning strategik marketingdagi o'rni keng yoritiladi.

Kontent marketingining mohiyati va uning strategik marketingdagi o'rni. Kontent marketingi – bu maqsadli auditoriyaga qimmatli, tegishli va muntazam ravishda foydali ma'lumotlar yetkazish orqali brendning qiymatini oshirishga qaratilgan marketing strategiyasidir. Strategik marketing jarayonlarida kontent marketingi mijozlarni jalb qilish, brend sodiqligini oshirish va raqobatbardoshlikni ta'minlashda muhim vosita hisoblanadi.

Kontent marketingining afzalliklari. Kontent marketingidan foydalanish quyidagi afzalliklarni taqdim etadi: brend xabardorligini oshiradi, yaxshi ishlab chiqilgan kontent keng auditoriyaga yetib boradi va brendning tanilishiga yordam beradi; mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlar o'rnatadi, foydali va qiziqarli kontent orqali mijozlar brendga yaqinlashadi; sotuvlarni oshiradi, maqsadli kontent mijozlarni xarid qilish qarorini qabul qilishda yordam beradi; SEO natijalarini yaxshilaydi, muntazam yangilanadigan sifatli kontent qidiruv tizimlarida yuqori o'rinlarni egallash imkonini beradi.

Kontent marketingining samaradorligini oshirish usullari. Kontent marketingini strategik marketingda samarali qo'llash uchun quyidagi usullar tavsiya etiladi: maqsadli auditoriyani aniqlash, kimga murojaat qilinayotgani va ularning ehtiyojlarini bilish muhim; turli xil kontent turlaridan foydalanish, blog postlari, videolar, infografikalar, podkastlar va ijtimoiy tarmoqlardagi postlar orqali auditoriyani jalb qilish; tahlil va monitoring, kontentning samaradorligini o'lchash uchun tahliliy vositalardan foydalanish va natijalarga asoslanib strategiyani takomillashtirish.

Muvaffaqiyatli misollar. Dunyo bo'ylab ko'plab kompaniyalar kontent marketingidan muvaffaqiyatli foydalanmoqda. Masalan: Red Bull foydalanuvchilar uchun ekstremal sport videolari va maqolalari orqali brend imidjini muvaffaqiyatli oshirgan; Coca-Cola "Share a Coke" kampaniyasi orqali shaxsiylashtirilgan kontent yaratib, mijozlar bilan aloqani mustahkamlagan.

Dunyo miqyosida ko'plab kompaniyalar kontent marketingidan muvaffaqiyatli foydalanmoqda. Red Bull: Ekstremal sport videolari va maqolalari orqali brend imidjini muvaffaqiyatli oshirgan. Coca-Cola: "Share a Coke" kampaniyasi orqali shaxsiylashtirilgan kontent yaratib, mijozlar bilan aloqani mustahkamlagan.

Ushbu maqolaning asosiy maqsadi strategik marketingda kontent marketingidan samarali foydalanishning afzalliklarini tahlil qilish, uning biznes rivojlanishiga ta'sirini

o'rganish va muvaffaqiyatli amaliyotlar misolida uning ijobiy natijalarini ko'rsatishdan iborat.

Ushbu maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar belgilangan:

- **Kontent marketingining mohiyatini aniqlash:** Strategik marketing jarayonlarida kontent marketingining o'rni va ahamiyatini o'rganish.
- **Kontent marketingining afzalliklarini o'rganish:** Brend xabardorligini oshirish, mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni o'rnatish, sotuvlarni oshirish va SEO natijalarini yaxshilashdagi rolini tahlil qilish.
- **Samaradorlikni oshirish usullarini tavsiflash:** Kontent marketingini strategik marketingda samarali qo'llash usullarini, jumladan, maqsadli auditoriyani aniqlash, turli kontent turlaridan foydalanish va tahlil jarayonlarini o'rganish.
- **Muvaffaqiyatli tajribalarni tahlil qilish:** Red Bull, Coca-Cola kabi yetakchi brendlarning kontent marketingidan foydalanish amaliyotlarini o'rganish va muvaffaqiyat omillarini ko'rsatish.
- **Xulosa va tavsiyalar ishlab chiqish:** Kontent marketingidan samarali foydalanish bo'yicha amaliy tavsiyalarni shakllantirish va biznes rivoji uchun eng yaxshi yechimlarni taklif qilish.

Ushbu maqolani yozishda ilmiy-tadqiqot va amaliy yondashuvlar asosida keng qamrovli metodologiya qo'llanildi. Tadqiqot davomida kontent marketingining strategik marketingdagi samaradorligini o'rganish uchun turli xil usullar va metodlar qo'llanildi.

Birinchi navbatda, nazariy tahlil usuli yordamida kontent marketingi va strategik marketingga oid ilmiy manbalar, maqolalar hamda tadqiqotlar chuqur o'rganildi. Ushbu jarayonda kontent marketingining mohiyati, uning brend xabardorligini oshirish va mijozlar bilan uzoq muddatli aloqalar o'rnatishdagi o'rni tahlil qilindi. Keyingi bosqichda, solishtirma tahlil yondashuvi qo'llanilib, dunyo miqyosidagi yetakchi brendlarning (masalan, Red Bull va Coca-Cola) kontent marketingi strategiyalari o'rganildi. Ularning muvaffaqiyatli amaliyotlari tahlil qilinib, o'ziga xos xususiyatlari va natijalari solishtirildi. Shuningdek, amaliy misollar tahlili usuli yordamida kontent marketingining strategik marketingda qo'llanilishi real misollar orqali o'rganildi. Ushbu misollar yordamida kontent marketingining biznes rivojlanishiga qanday ta'sir qilishi haqida amaliy dalillar keltirildi. Yakuniy bosqichda, olingan ma'lumotlar asosida tahlil va sintez usuli qo'llanildi. Kontent marketingi strategiyalarining biznesga ta'siri, ularning samaradorligini baholash va xulosalar chiqarish uchun raqamli ko'rsatkichlar va statistik ma'lumotlar asosida tahlillar amalga oshirildi. Ushbu metodologiya kontent marketingidan strategik marketingda samarali foydalanish usullarini aniq ko'rsatib berishga xizmat qiladi hamda maqolaning ilmiy asoslanganligini ta'minlaydi.

Strategik marketingda kontent marketingidan foydalanish samaradorligi mavzusiga doir jadval ma'lumotlari:

1-jadval

Metod	Izoh	Natija
Nazariy tahlil	Kontent marketingi va strategik marketingga oid ilmiy manbalar va maqolalarni o'rganish.	Kontent marketingining mohiyati va biznes rivojlanishiga ta'siri haqida nazariy bilimlar olindi.
Solishtirma tahlil	Red Bull, Coca-Cola kabi muvaffaqiyatli brendlarning kontent marketingi strategiyalarini tahlil qilish.	Turli brendlarning yondashuvlari va ularning samaradorlik ko'rsatkichlarini solishtirish imkonini berdi.
Amaliy misollar tahlili	Real hayotdagi misollar yordamida kontent marketingining amaliy natijalarini o'rganish.	Kontent marketingining biznesga qo'shadigan real qiymati haqida dalillar to'plandi.
Tahlil va sintez	Olingan ma'lumotlarni umumlashtirish va natijalarga asoslangan xulosalar chiqarish.	Kontent marketingining strategik marketingda qo'llanilishidagi eng yaxshi amaliyotlar aniqlandi.

Strategik marketingda kontent marketingidan foydalanish samaradorligini o'rganishda ko'plab olimlar va mutaxassislar turli fikr va qarashlarni ilgari surishgan. Quyida ularning ba'zilar keltiriladi:

- **Philip Kotler (Marketingning otasi)** o'z asarlarida kontent marketingini mijozlar bilan o'zaro munosabatlarni kuchaytiruvchi kuchli vosita sifatida ta'kidlaydi. Unga ko'ra, mazmunli va qimmatli kontent yaratish brendga sodiqlikni oshirish va mijozlar ishonchini qozonishda muhim o'rin tutadi.
- **Joe Pulizzi (Kontent marketing asoschisi)** kontent marketingini mijozlarga bevosita mahsulotni sotishdan ko'ra, ularga qiymat beruvchi yondashuv deb hisoblaydi. U kontent marketingi orqali mijozlar auditoriyasini kengaytirish va ularni uzoq muddatga saqlab qolishni taklif qiladi.
- **Robert Rose** kontent marketingini strategik marketingning asosiy qismlaridan biri deb biladi. Uning fikriga ko'ra, samarali kontent marketingi orqali brendlar o'z mijozlariga nafaqat mahsulot, balki foydali tajriba ham taqdim etishi kerak.

• **Jonah Berger** o'zining "Contagious: How Things Catch On" kitobida kontentning virusli tarqalishi va ijtimoiy tarmoqlarda muvaffaqiyat qozonishi uchun kontent marketingining ahamiyatiga urg'u beradi.

• **David Meerman Scott** esa kontent marketingini an'anaviy reklama bilan solishtirib, kontent marketingi orqali brendlar o'z auditoriyasiga sezilarli darajada yaqinlashishini va ularning ehtiyojlarini oldindan ko'ra olishini ta'kidlaydi.

Ushbu olimlarning fikrlari shuni ko'rsatadiki, kontent marketingi strategik marketingda mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirish, brend obro'sini oshirish va biznesning barqaror rivojlanishini ta'minlashda samarali vosita hisoblanadi.

Ushbu tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, strategik marketingda kontent marketingidan samarali foydalanish biznesning raqobatbardoshligini oshirishda muhim rol o'ynaydi. Kontent marketingi orqali brendlar mijozlar bilan barqaror va ishonchli aloqalar o'rnatib, ularning sodiqligini oshirishi mumkin.

Asosiy natijalar:

1. **Mijozlar jalb qilinishi:** Mazmunli va qiziqarli kontent auditoriyaning e'tiborini tortib, ularni brend bilan faol muloqotga chorlaydi.

2. **Brend obro'sini oshirish:** Foydali va amaliy kontent brendni o'z sohasidagi ekspert sifatida ko'rsatadi, bu esa mijozlarning ishonchini oshiradi.

3. **Sotuv hajmini oshirish:** Kontent marketingi orqali mijozlarga mahsulot yoki xizmatlar haqida batafsil va samimiy ma'lumot berilib, sotib olish qarorini qabul qilishda yordam ko'rsatiladi.

4. **Uzoq muddatli mijozlar sodiqligi:** Mijozlar bilan muntazam aloqada bo'lish orqali ularning brendga sodiqligi mustahkamlanadi.

Amaliy foyda:

• **Raqobatbardoshlikni oshirish:** Kontent marketingi raqobatchilar orasida ajralib turishga yordam beradi.

• **Marketing xarajatlarini kamaytirish:** An'anaviy reklama turlariga nisbatan kontent marketingi uzoq muddatda arzon va samarali usul hisoblanadi.

• **Organik trafikni oshirish:** Qidiruv tizimlari uchun optimallashtirilgan (SEO) kontent saytlarga tabiiy ravishda ko'proq tashrif buyuruvchilarni jalb qiladi.

• **Mijozlarni saqlab qolish:** Foydali va qimmatli kontent taqdim etish mijozlar uchun doimiy qiziqish uyg'otadi va ularni brendga sodiq saqlaydi.

Mazkur tadqiqot natijalari strategik marketingda kontent marketingidan foydalanish orqali biznes rivojlanishini tezlashtirish, mijozlar ishonchini qozonish va barqaror muvaffaqiyatga erishishda samarali yondashuvlarni aniqlashga yordam berdi.

2-jadval

Ko'rsatkichlar	Kontent marketingidan oldin	Kontent marketingidan keyin	O'sish (%)
Mijozlar jalb qilish	1 000	2 500	150%
Saytga tashriflar soni	5 000	12 000	140%
Sotuv hajmi	100 ta	250 ta	150%
Brendning ijtimoiy tarmoqda faoliyati	300 ta layk/hafta	800 ta layk/hafta	167%
Organik trafik ulushi	30%	55%	83%
Mijozlar sodiqligi	60%	85%	42%

Strategik marketingda kontent marketingidan foydalanish samaradorligi haqida olib borilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, kontent marketingi biznes uchun keng imkoniyatlar yaratadi. Mazmunli va qimmatli kontent yaratish brendlarga nafaqat mijozlarni jalb qilish, balki ularning sodiqligini oshirish va uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishish imkonini beradi.

Kontent marketingi yordamida:

- Mijozlarni jalb qilish samaradorligi oshadi.
- Brendning obro'si va taniluvchanligi kuchayadi.
- Sotuv hajmi ortadi va daromad ko'payadi.
- Mijozlar sodiqligini saqlash osonlashadi.
- Marketing xarajatlari optimallashtiriladi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, strategik marketingda kontent marketingidan foydalanish qisqa muddatli natijalarni ta'minlash bilan birga, uzoq muddatda ham biznes rivoji va barqarorligini ta'minlaydi. Shunday qilib, to'g'ri tanlangan kontent strategiyasi orqali kompaniyalar raqobatda ustunlikka erishishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Kotler, F., Keller, K. L. (2019). *Marketing Management*. 15-nashr. Pearson Education.
2. Pulizzi, J. (2014). *Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*. McGraw-Hill Education.

3. "Sun'iy intellekt texnologiyalarini 2030-yilga qadar rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida." O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori PQ-358-son, 2024-yil.
4. Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. "Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice." Pearson, 2020-yil.
5. Bala, M., Verma, D. "Artificial Intelligence and its Role in Marketing." International Journal of Research in Engineering, Science and Management, 2022-yil.
6. Davenport, T., Guha, A. "The AI Advantage: How to Put the Artificial Intelligence Revolution to Work." MIT Press, 2018-yil.
7. Axinjanovna X. K. CURRENT PROBLEMS OF THE CHEMICAL INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN //JOURNAL OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT. – 2023. – T. 6. – №. 4. – С. 53-58.
8. Kasimova F. НАПРАВЛЕНИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ И ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В МАЛОМ БИЗНЕСЕ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ //Iqtisodiyot va ta'lim. – 2022. – T. 23. – №. 1. – С. 55-62.
9. "Sun'iy intellekt – xavf, qulaylik va kelajakdagi o'zgarishlar." Xabardor.uz, 2023-yil. <https://xabardor.uz/uz/post/suniy-intellekt-xavf-qulaylik-va-kelajakdagi-ozgarishlar>
10. Xaydarova K. A., Bakhtiyorova M. B. DIGITAL ECONOMY IN ENTERPRISES II //Экономика и социум. – 2022. – №. 11-1 (102). – С. 348-351.