

IJTIMOIIY TARMOQLARDA BREND IMIDJINI SHAKLLANTIRISH STRATEGIYASI

Rustamov Lazizbek

Toshkent kimyo-texnologiya instituti

Sanoat muhandisligi va menejement

fakulteti 23-65 guruh talabasi

Annotatsiya: Ushbu tezisda ijtimoiy tarmoqlarning zamonaviy marketingdagi oʻrni va ular orqali brend imidjini shakllantirishning samarali strategiyalari oʻrganiladi. Tadqiqotda brend imidjining mazmuni, uning tarkibiy qismlari hamda raqamli platformalarda mijozlar bilan oʻzaro aloqaning ahamiyati tahlil qilinadi. Shuningdek, kontent marketing, brend ovozini yaratish, influencer marketing va foydalanuvchi yaratuvchan kontent kabi strategik yondashuvlarning brend obroʻsini oshirishdagi roli koʻrsatib beriladi. Tezis yakunida ijtimoiy tarmoqlarda brend imidjini shakllantirishda yoʻl qoʻyiladigan asosiy xatolar va ularning oldini olish usullari yuzasidan amaliy tavsiyalar beriladi.

Kalit soʻzlar: ijtimoiy tarmoqlar, brend imidji, marketing strategiyasi, kontent marketing, influencer marketing, foydalanuvchi yaratuvchan kontent, raqamli kommunikatsiya.

Bugungi raqamli transformatsiya jarayonida marketing sohasida sezilarli oʻzgarishlar yuz bermoqda. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar marketing kommunikatsiyalarining asosiy platformalaridan biriga aylandi. Brend imidjining shakllanishi va rivojlanishida ijtimoiy tarmoqlarning ahamiyati beqiyosdir. Anʼanaviy marketing vositalariga nisbatan ijtimoiy tarmoqlar tezkorlik, interaktivlik va shaxsiylashtirish imkoniyatlarini taqdim etadi. Shu bilan birga, raqamli bulut texnologiyalari va sunʼiy intellekt imkoniyatlari brend imidjini shakllantirish strategiyalarini yanada rivojlantirishda muhim rol oʻynamoqda.

Ijtimoiy tarmoqlarda brend imidjini shakllantirish jarayoni, raqamli bulut va sunʼiy intellekt texnologiyalaridan foydalanish imkoniyatlari, mavjud strategiyalar va ularning samaradorligi hamda uchraydigan muammolar va ularni bartaraf etish yoʻllari atroflicha tahlil qilinadi.

Brend imidji - bu isteʼmolchilar ongida shakllanadigan brend haqidagi tasavvur va hissiyotlar majmuasidir. Brend imidji kompaniyaning bozordagi pozitsiyasini aniqlab beradi va isteʼmolchilar qaror qabul qilishida asosiy rol oʻynaydi. Kuchli va ijobiy brend imidji kompaniyaga raqobatdosh ustunlik beradi, mijozlarning sadoqatini oshiradi va brendga nisbatan ishonchni mustahkamlaydi.

Raqamli bulut texnologiyalari kompaniyalarga ma'lumotlarni saqlash, qayta ishlash va real vaqt rejimida tahlil qilish imkonini beradi. Brend imidjini shakllantirishda bulut texnologiyalaridan foydalanish quyidagi afzalliklarni taqdim etadi:

- Kontentni yaratish va tarqatish jarayonini avtomatlashtirish;
- Mijozlar bilan aloqalarni boshqarish tizimlarini (CRM) rivojlantirish;
- Marketing kampaniyalarining samaradorligini onlayn monitoring qilish;
- Mijozlar xatti-harakatlarini tahlil qilish va shaxsiylashtirilgan takliflar yaratish.

Brend imidji quyidagi asosiy tarkibiy qismlardan iborat:

- Brend identifikatsiyasi (nom, logo, dizayn);
- Brend qadriyatlari va va'dalari;
- Brend tajribasi (mijozlar bilan o'zaro aloqa);
- Brend haqidagi umumiy taassurotlar va fikrlar.

Ijtimoiy tarmoqlar zamonaviy marketing kommunikatsiyasining asosiy kanallaridan biridir. Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, X (sobiq Twitter) kabi platformalar orqali kompaniyalar o'z brendlari keng auditoriyaga taqdim etishi, ular bilan bevosita va interaktiv aloqada bo'lishi mumkin.

Ijtimoiy tarmoqlarning brend imidjiga ta'sir etish mexanizmlari:

- Brendning ko'rinishi va xabardorligini oshirish;
- Mijozlar bilan shaxsiy va to'g'ridan-to'g'ri muloqot;
- Kontent orqali brend qadriyatlarini yetkazish;
- Mijozlar sharhlari va mulohazalari orqali ijtimoiy isbot yaratish.

Platforma	Asosiy imkoniyatlar	Auditoriya turi
Facebook	Brend sahifalari, reklama imkoniyatlari, guruhlar	Keng yoshdagi auditoriya
Instagram	Vizual kontent, stories va reels orqali marketing	Yosh va vizual materiallarga qiziqqan foydalanuvchilar
TikTok	Qisqa videolar orqali tezkor xabar tarqatish	Yosh va innovatsion auditoriya
LinkedIn	Professional tarmoq, B2B marketing	Biznes sohasi vakillari
X (Twitter)	Qisqa xabarlar, trend monitoring	Yangiliklarga sezgir auditoriya

Ijtimoiy tarmoqlarda brend imidjini shakllantirishda quyidagi asosiy strategiyalar samarali hisoblanadi:

- **Kontent marketing:** doimiy, sifatli va brend qadriyatlarini ifodalovchi postlar yaratish;

- **Brend ovozini aniqlash:** doimiy va yagona kommunikatsiya uslubini shakllantirish;
 - **Influencer marketing:** mashhur shaxslar orqali brendni targ'ib qilish;
 - **Foydalanuvchi yaratuvchan kontent (UGC):** mijozlar tomonidan yaratilgan kontentni rag'batlantirish va ulardan foydalanish;
 - **Aloqalarni boshqarish:** mijozlar savollariga tezkor va ijobiy javob berish.
- Sun'iy intellekt texnologiyalari marketing sohasiga yangi imkoniyatlar olib kirmoqda. AI asosida brendlar mijozlarning ehtiyoj va xohishlarini oldindan aniqlab, ularga mos kontent va takliflar yaratishi mumkin.
- Sun'iy intellekt yordamida amalga oshiriladigan strategiyalar:
- Foydalanuvchilarning xatti-harakatlarini prognoz qilish;
 - Shaxsiylashtirilgan reklamalar yaratish;
 - Brend imidjiga zarar yetkazadigan salbiy fikrlarni avtomatik aniqlash va bartaraf etish;
 - Mijozlarga xizmat ko'rsatish chatbotlari orqali tezkor aloqa o'rnatish.

Sun'iy intellekt qo'llanilishi - asosiy yo'nalishlar:

Yo'nalish	Foydalanish shakli	Kutilgan natija
Prognozlash	Foydalanuvchi xatti-harakatlarini oldindan aniqlash	Personalizatsiya oshadi
Reklama	Dinamik shaxsiylashtirilgan bannerlar va	Reklama samaradorligi oshadi
Chatbotlar	Mijozlarga avtomatik javob berish	Mijozlarga xizmat tezligi oshadi
Sentiment tahlil	Salbiy fikrlarni aniqlash	Brend imidji himoyasi

Brend imidjini shakllantirish jarayonida kompaniyalar quyidagi muammolarga duch kelishi mumkin:

- Salbiy sharhlar va brendga qarshi kampaniyalar;
- Notekis va mos kelmaydigan kontent siyosati;
- Sun'iy intellekt va avtomatlashtirilgan tizimlarning noto'g'ri ishlashi;
- Foydalanuvchi ma'lumotlarining maxfiyligi bilan bog'liq muammolar.

Bunday muammolarni bartaraf etish uchun kompaniyalar doimiy monitoring, shaffof kommunikatsiya va krizis boshqaruvi rejalarini ishlab chiqishi lozim.

Ijtimoiy tarmoqlar, raqamli bulut va sun'iy intellekt texnologiyalari zamonaviy brend imidjini shakllantirishda asosiy omillar sifatida namoyon bo'lmoqda. Raqamli platformalarda muvaffaqiyatli brend yaratish uchun kompaniyalar samarali kontent

strategiyasini ishlab chiqishi, interaktiv aloqalarni kuchaytirishi va yangi texnologiyalardan faol foydalanishi zarur.

Kelajakda ijtimoiy tarmoqlarda brend imidjini shakllantirish strategiyalari yanada shaxsiylashtirilgan, ma'lumotlarga asoslangan va sun'iy intellekt tomonidan boshqariladigan bo'lishi kutilmoqda. Shu bois kompaniyalar raqamli texnologiyalarni o'z strategiyalariga integratsiya qilish orqali raqobatbardoshligini oshirishlari zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yhati:

1. Kotler, P. (2016). Marketing Management (15th Edition). Pearson Education Limited.
2. Harvard Business Review. (2019). The Value of Customer Loyalty. <https://hbr.org/>
3. Хайдарова К. А. Влияние глобализации на выбор маркетинговых стратегий на предприятиях химической отрасли Узбекистана //Modern Science and Research. – 2025. – Т. 4. – №. 2. – С. 1237-1240.
4. Axinjanovna X. K. CURRENT PROBLEMS OF THE CHEMICAL INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN //JOURNAL OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT. – 2023. – Т. 6. – №. 4. – С. 53-58.
5. McKinsey & Company. (2020). Customer Experience: New Capabilities, New Audiences, New Opportunities. <https://www.mckinsey.com/>
6. Forbes. (2021). The Importance of Customer Loyalty Programs. <https://www.forbes.com/>
7. Xaydarova K. A., Bakhtiyorova M. B. DIGITAL ECONOMY IN ENTERPRISES II //Экономика и социум. – 2022. – №. 11-1 (102). – С. 348-351.
8. Accenture. (2020). Personalization Pulse Check. <https://www.accenture.com/>
9. Deloitte Insights. (2021). 2021 Global Marketing Trends. <https://www2.deloitte.com/>
10. Sprout Social. (2021). Social Media and Loyalty Trends. <https://sproutsocial.com/>