

## **MIJOZLAR BILAN UZOQ MUDDATLI ALOQALAR O'RNATISHDA SMM (SOCIAL MEDIA MARKETING) NING ROLI**

*Orolov Javohir Davron o'g'li*

**Annotatsiya:** Ushbu tezisda SMM (ijtimoiy tarmoqlarda marketing) strategiyasining mijozlar bilan barqaror va uzoq muddatli aloqalar o'rnatishdagi roli tahlil etilgan. Xususan, ijtimoiy tarmoqlarda faol ishtirok etish orqali brend sodiqligini oshirish, mijoz mulohazalariga tezkor javob qaytarish va mahsulotlarni samarali targ'ib qilish imkoniyatlari yoritilgan. O'zbekiston tajribasi va xalqaro amaliyotlar misolida SMM strategiyalarining dolzarbligi ko'rsatib o'tilgan.

**Kalit so'zlar:** SMM, ijtimoiy tarmoqlar, mijozlar bilan aloqa, brend sodiqligi, raqamli marketing, foydalanuvchi ishtiroki, mijozlar tajribasi.

So'nggi yillarda marketing sohasida raqamli texnologiyalar, ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar orqali marketing — SMM (Social Media Marketing) strategiyalari kuchli rivoj topmoqda. SMM — bu brend va iste'molchi o'rtasida bevosita muloqotni yo'lga qo'yadigan, emotsional aloqani mustahkamlovchi va mijoz sodiqligini oshiruvchi eng samarali vositalardan biridir<sup>1</sup>. Facebook, Instagram, Telegram, TikTok kabi platformalarda brendlar o'z auditoriyalari bilan doimiy aloqada bo'lishi, mahsulot yangiliklari, aksiyalar, foydali kontentlar va interaktiv postlar orqali mijozlar e'tiborini jalb etishi mumkin. Bu esa mijozlarda ishonch, tanishlik va ishtirok hissini uyg'otadi<sup>2</sup>.

SMM mijozlarning mulohaza, e'tiroz va fikrlarini real vaqt rejimida o'rganish imkonini beradi. Mijozlarning izohlari orqali kompaniya o'z xizmatlarini takomillashtiradi va ehtiyojlarga moslashtiradi. Bu jihat SMM'ni nafaqat reklama vositasi, balki mijozlar bilan strategik aloqani saqlab turuvchi mexanizmga aylantiradi<sup>3</sup>. Mahalliy tadqiqotlar ham shuni ko'rsatmoqdaki, O'zbekistondagi

---

<sup>1</sup> Kotler, P. & Armstrong, G. (2021). Principles of Marketing. Pearson Education.

<sup>2</sup> Normurodova, M. (2022). "SMM strategiyasining iste'molchi bilan muloqotdagi afzalliklari." Raqamli marketing tahlillari, 1(3), 28–31.

<sup>3</sup> Jumaev, O. (2023). "Mijozlar bilan o'zaro aloqada SMM vositalarining roli." Marketing va Tahliliy Yondashuvlar, 4(2), 45–47.

ko'plab kichik va o'rta bizneslar aynan SMM orqali o'z auditoriyasini topib, mahsulot savdosini barqarorlashtirgan. Masalan, kosmetika, parfyumeriya, milliy taomlar yoki xizmat ko'rsatish sohasi vakillari ijtimoiy tarmoqlarda auditoriya bilan jonli muloqot o'rnatib, doimiy mijozlar bazasini shakllantirmoqda<sup>4</sup>. Shuningdek, SMM orqali foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontent (user-generated content) — masalan, mijozlarning videolar, sharhlar, izohlar — brendga ijobiy ta'sir ko'rsatadi va boshqa potensial mijozlarga ishonch uyg'otadi<sup>5</sup>.

**Xulosa:** SMM — mijozlar bilan uzoq muddatli, barqaror va doimiy aloqani ta'minlaydigan zamonaviy vosita sifatida marketing sohasida muhim o'rinni egallaydi. Ijtimoiy tarmoqlarda to'g'ri yuritilgan SMM strategiyasi brend sodiqligini oshiribgina qolmay, iste'molchining brend bilan emotsional bog'lanishini ta'minlaydi. Bugungi raqobatbardosh bozor sharoitida kompaniyalar mijoz bilan doimiy va ochiq muloqotni saqlab turishga alohida e'tibor qaratishi zarur, bunda SMM asosiy vositalardan biri bo'lib xizmat qiladi.

### **Foydalangan adabiyotlar**

1. Kotler, P. & Armstrong, G. (2021). Principles of Marketing. Pearson Education.
2. Normurodova, M. (2022). "SMM strategiyasining iste'molchi bilan muloqotdagi afzalliklari." Raqamli marketing tahlillari, 1(3), 28–31.
3. Jumaev, O. (2023). "Mijozlar bilan o'zaro aloqada SMM vositalarining roli." Marketing va Tahliliy Yondashuvlar, 4(2), 45–47.
4. Ubaydullayeva, D. (2024). "Mahalliy biznesda ijtimoiy tarmoqlar orqali rivojlanish." Tadqiqotlar va Innovatsiyalar Jurnali, 2(1), 18–21.
5. Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media." Business Horizons, 53(1), 59–68.

---

<sup>4</sup> Ubaydullayeva, D. (2024). "Mahalliy biznesda ijtimoiy tarmoqlar orqali rivojlanish." Tadqiqotlar va Innovatsiyalar Jurnali, 2(1), 18–21.

<sup>5</sup> Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media." Business Horizons, 53(1), 59–68.

<https://scientific-jl.com/>