



## KORXONALARDA ZAMONAVIY REKLAMALARDAN FOYDALANISH YO'LLARI

**Jo'rayev Baxtiyor**

Buxoro davlat universiteti talabasi

<https://doi.org/10.5281/zenodo.11274223>

**Kalit so'zlar:** Marketing tushunchasi, maqsadli bozor, bozorni o'rganish tarmoqlari, servist xizmatlari

Zamonaviy reklamalar, avvalgi reklamalardan farq qilgan, chunki ular texnologik rivojlanish va interaktivlikka e'tibor qaratadi. Reklama tizimi, foydalanuvchilar bilan to'lovchilar orasida integratsiya olish, personalizatsiya va segmentatsiya yoki boshqa individual yo'nalishlarni o'z ichiga oladi. Bu, reklama ta'siri va mijozlarga mos xizmat ko'rsatish imkoniyatlarini oshiradi.

Maqolaning dolzarbligi: Zamonaviy reklamalar, reklama sohasida yangi ko'nikmalar va texnologiyalarni qo'llab-quvvatlaydi, shuningdek, mijozlar bilan o'zaro munosabatlarni kuchi yuqori darajada oshirishga yordam beradi. Bu esa, reklama kompaniyalarining o'zlarining mablag'larini samarali va maqsadga muvofiq ishlatish imkonini beradi. Shu sababli, reklama sohasidagi investitsiyalar zamonaviy reklamalarga yo'naltirilgan.

Bozor iqtisodiyotidagi o'рни: Zamonaviy reklamalar bozor iqtisodiyotida katta o'rin egallaydi, chunki ular reklama kompaniyalariga yangi yo'nalishlar va imkoniyatlar taqdim etadi. Reklamalar yordamida kompaniyalar o'zlarini markaziy mahsulotlar va xizmatlar bilan ajratib olishlari mumkin, shuningdek, mijozlarga shaxsiy tajribani taklif etish, shuningdek, tashqi faktorlardan samarali foydalanish imkoniyatlarini yaratadi.

Inson hayotidagi o'рни: Zamonaviy reklamalar, inson hayotida katta o'rin egallaydi, chunki ular internet, sotsial tarmoqlar va mobil qurilmalar orqali yetkaziladi. Bu reklamalar, kundalik faoliyatimizning bir qismini shakllantiradi, bizning xarajatlarimizni va xarajatlarimizni, shuningdek, bizga taklif qilingan mahsulotlar va xizmatlarni taqqoslashda muhimi hisoblanadi. Zamon talabidagi normativlar: Zamonaviy reklamalar uchun normativlar va qonunlar kompaniyalar, reklama platformalari va foydalanuvchilar o'rtasidagi munosabatlarni belgilaydi. Bu, reklama tashqi qo'llanma va shaxsiy ma'lumotlarni to'plash va ularni foydalanishning bekor qilinishi kabi muammoatlarni bajarishga yordam beradi. Bu esa reklama sohasidagi ishonch va ma'muriyatni oshiradi. Bu maqola, zamonaviy reklamalar va ularning afzalliklari, hozirgi va avvalgi reklamalar orasidagi farqlarni, ularning bozor iqtisodiyotidagi o'рни va inson hayotidagi o'рни haqida muhim ko'nikmalar bilan taqdim etadi. Shuningdek, reklamalar uchun zamon talabidagi normativlar





haqida ahamiyatli ma'lumotlar beradi. Zamonaviy reklamalar va ularning afzalliklari hozirgi va avvalgi reklamalardan farq qiladi. Hozirgi reklamalar, avvalgi reklamalarga nisbatan ko'proq texnologiya va markaziy maqsadlarni o'z ichiga olgan. Quyidagi muhim farqlar ko'rib chiqilishi mumkin: Texnologik rivojlanish: Zamonaviy reklamalarda internet, sotsial tarmoqlar, mobil qurilmalar, va boshqa yangi texnologiyalar o'qitish va muvaffaqiyat uchun ko'proq ishlatiladi. Bu, reklama platformalarining darajasi va qulayliklarini oshiradi.

Taqdim etish holati: Hozirgi reklamalar o'zaro foydalanuvchilar orasida oddiyroq, onlayn platformalarda yetkaziladi. Avvalgi reklamalar esa, ko'p qatorlarda, ko'p qisman ko'chada yoki televideniye va radio orqali taqdim etilardi.

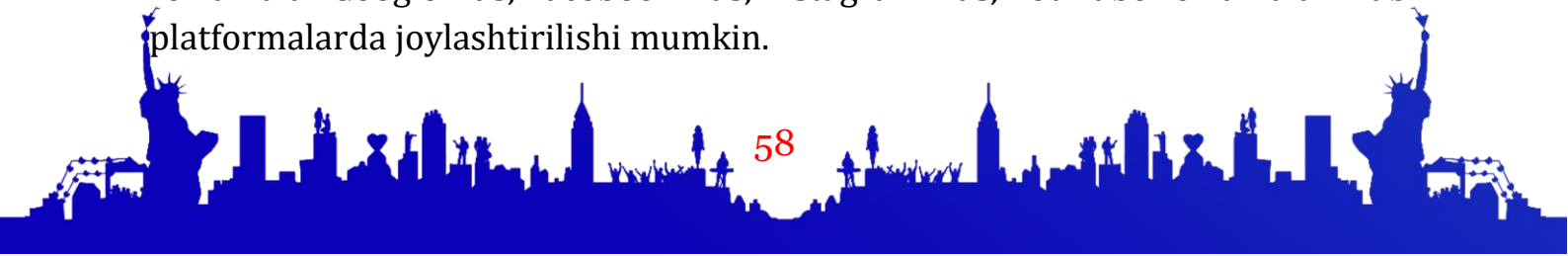
Shakllantirish: Zamonaviy reklamalar, foydalanuvchilarning ma'lumotlariga asoslangan shakl, lokalizatsiya va segmentatsiya imkoniyatlarini kengaytiradi. Bu, reklamalar mavjud mijozlarga yo'naltirilgan va ularga mos mahsulotlarni taklif qiladi.

Interaktivlik va shaxsiylik: Hozirgi reklamalar, foydalanuvchilarga o'zlarining reklama bilan ko'rishish, uni ulashish yoki uni boshqarish imkonini beradi. Bu, reklamalar bilan mijozlar orasida o'zaro munosabatlarni kuchaytiradi va mijozlarni qiziqtiradi.

Muvaffaqiyatni o'lchash: Zamonaviy reklamalar o'z ichiga integratsiyani olish, foydalanuvchilar bilan aktiv kommunikatsiyaga ruxsat beradi va reklama ta'sirini aniq o'lchash va baholash uchun ko'p qator statistik tahlil vositalaridan foydalanadi. Kirish qismi uchun, zamonaviy reklamalarning afzalliklarini ifodalab ko'rsam, ular foydalanuvchilarni shaxsiy maqsadlarga mos ravishda jalb qilish, reklamalar bilan interaktiv munosabatlarni kuchi yuqoriroq qilish va mahalliy mijozlarga yo'naltirilgan shakllantirish imkoniyatlarini olishadi. Bu, reklama kampaniyalarini o'zlashtirish va mijozlar bilan yaqinroq aloqalarni kuchi yuqori darajada oshirishga yordam beradi. Maqola dolzarbligi esa reklama sohasidagi rivojlanish va uni taqdim etishning zamonaviy talablarini o'rganishga yordam beradi.

Korxonalarda zamonaviy reklamalardan foydalanishning bir necha yo'llari mavjud. Bu yo'llar quyidagilardan iborat bo'lishi mumkin:

1. Internet reklamalari: Internet reklamlari, korxonalariga genish doimiy mijozlar tomonidan ko'rib chiqiladigan o'zaro aloqalarni yaratish imkonini beradi. Bu reklamalar Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, YouTube reklamalari kabi platformalarda joylashtirilishi mumkin.

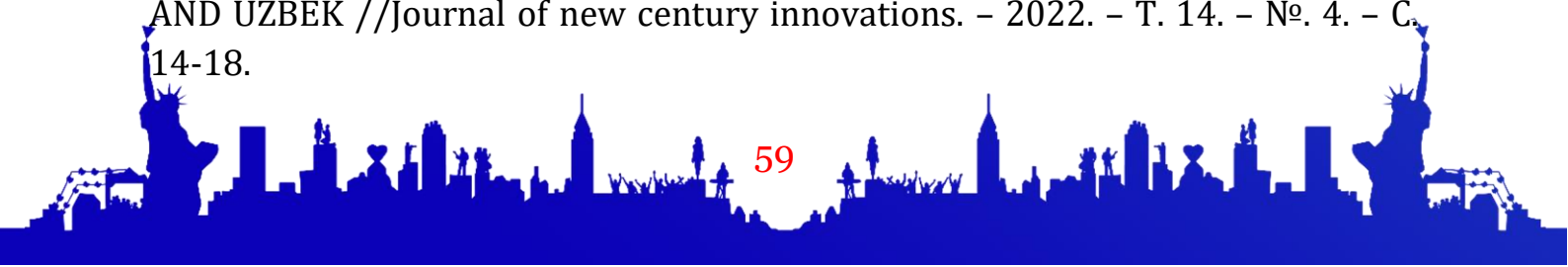




2. 2. Sotsial media marketingi: Korxonalariga sotsial media platformalarida reklama berish, mijozlarga korxonaga haqida ma'lumotlar yetkazish va ular bilan o'zaro aloqalar o'rnatish imkonini beradi. Sotsial media marketingi, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn kabi platformalarda amalga oshirilishi mumkin.
3. Video reklamalari: Video reklamalari, YouTube va boshqa video platformalarida mavjud bo'lishi mumkin. Bu turdagi reklamalar korxonaga haqida ma'lumotlar berish, yangi mahsulotlarni taqdim etish yoki brendingni rivojlantirish uchun ishlatiladi.
4. Influencer marketingi: Influencer marketingi, sotsial media influencerlari yordamida korxonalariga reklama berish imkonini beradi. Bu influencerlar, katta obro'li obro'siz mijozlar tomonidan kuzatilgan shaxslar bo'lib, ular orqali korxonalarining mahsulotlarini ko'rib chiqish va ularga reklama qilish mumkin.
5. E-mail marketingi: E-mail marketingi, korxonalariga elektron pochta orqali reklama yetkazish imkonini beradi. Bu usulda, mijozlarga yangiliklar, chegirmalar, yangi mahsulotlar haqida ma'lumotlar va boshqa reklama xabarlarini elektron pochta orqali yuborish mumkin.
6. Reklama bannerlari: Reklama bannerlari, veb-saytlarda va mobil ilovalarda korxonalarining reklamalarini namoyish etish uchun ishlatiladi. Bu bannerlar, mijozlarni korxonaga veb-sayti yoki ilovasi orqali yo'naltirish uchun ishlatiladi. Bu faqat ba'zi zamonaviy reklama yo'llaridir va har bir korxonaga qarashli bo'lgan usullar o'zaro farqlanishi mumkin. Korxonaga tomonidan tanlangan reklama yo'llari, mahsulotlarning xususiyatlari va mijozlar tomonidan qo'llaniladigan platformalar asosida belgilanishi kerak.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar:**

1. Кочкарова Д. А. Организаторская Культура В Технических Вузах Как Объект Системы Педагогического Анализа //Central Asian Journal of Social Sciences and History. – 2023. – Т. 4. – №. 8. – С. 11-18.
2. Кочкарова Д. А. КАЧЕСТВО ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В КОНТЕКСТЕ ОРГАНИЗАТОРСКОЙ КУЛЬТУРЫ //Экономика и социум. – 2022. – №. 9 (100). – С. 407-412.
3. Almatova M. IMPORTANCE OF PEDAGOGICAL TECHNOLOGY IN FOREIGN LANGUAGE LEARNING //Theoretical aspects in the formation of pedagogical sciences. – 2023. – Т. 2. – №. 8. – С. 66-69.
4. Shavkatovna A. M. LINGUISTIC FEATURES OF ADDRESSING IN ENGLISH AND UZBEK //Journal of new century innovations. – 2022. – Т. 14. – №. 4. – С. 14-18.





5. Кудбиев Д., Мамарасулов Д. ВОПРОСЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В СООТВЕТСТВИИ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ СТАНДАРТАМИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ //Nashrlar. – 2024. – С. 81-84.
6. Ugli M. D. A., Davlatbay K. EXPLORING FIXED ASSET IMPAIRMENT ACCOUNTING PRACTICES IN UZBEKISTAN //Science and innovation. – 2024. – Т. 3. – №. Special Issue 24. – С. 179-184.
7. Abdullaeva F. B., Isarov O. R. Theoretical and Practical Issues of Technical Terminology //Mental Enlightenment Scientific-Methodological Journal. – 2019. – Т. 2019. – №. 1. – С. 8.
8. Abdullaeva F. B., Rasulova Z. B., Isarov O. R. On the Definition of Technical Terms and Terminological Dictionaries //Mental Enlightenment Scientific-Methodological Journal. – 2019. – Т. 2019. – №. 1. – С. 7.
9. Исаров О. Полипропозитив таксис структуралари: модус ва диктум референцияси //вестник каракалпакского государственного университета имени бердаха. – 2012. – Т. 15. – №. 1-2. – С. 106-108.
10. Isarov O. R. Comparative study of the conceptions related to the category of taxis //Journal of Critical Reviews. ISSN-2394-5125. – 2020. – Т. 7. – №. 12.
11. Isarov O. R. Polypropositiv taxis structuralari: modus va dictum reference //Bulletin of Berdakh Karakalpak State University. – 2012. – Т. 15. – №. 1-2. – С. 106-108.
12. Isarov O. R. Taxis categorical holatlari va taxis ifodalovchi fe'l combinationalari //Natural and technical sciences.-S. – Т. 117.

