



XIZMATLAR SOHASIDA CUSTOMER EXPERIENCE (MIJOZLAR
TAJRIBASI)NI SHAKLLANTIRISHDA RAQAMLI
TEXNOLOGIYALARNING STRATEGIK AHAMIYATI

Normurodova Zulfiya

Izatullayevna

ISFT institute Samarqand

filiali

Iqtisodiyot va axborot

texnologiyalari

kafedrası assistenti

Annotatsiya

Ushbu maqolada xizmatlar sohasida Customer Experience (mijozlar tajribasi) tushunchasining nazariy asoslari va uni rivojlantirishda raqamli texnologiyalarning strategik roli o'rganilgan. Tadqiqot jarayonida mijozlar tajribasini boshqarishda raqamli platformalar, CRM tizimlari, omnikanal xizmat ko'rsatish hamda ma'lumotlar tahlilining ahamiyati tahlil qilindi. Tadqiqot natijalari xizmatlar sohasida raqamli texnologiyalar asosida mijozlar qoniqishi va sadoqatini oshirish imkoniyatlarini asoslab beradi.

Kalit so'zlar: Customer Experience, xizmatlar sohasi, raqamli texnologiyalar, mijozlar qoniqishi, CRM tizimlari, omnikanal xizmat.

Аннотация

В статье рассматриваются теоретические основы понятия Customer Experience (клиентский опыт) в сфере услуг и стратегическая роль цифровых технологий в его формировании. Проанализировано влияние CRM-систем, омниканального обслуживания и цифровых платформ на удовлетворенность и лояльность клиентов.



Ключевые слова: Customer Experience , Сфера услуг ,Цифровые технологии, Удовлетворённость клиентов, Системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM), Омниканальное обслуживание

Annotation

This article examines the theoretical foundations of Customer Experience in the service sector and the strategic role of digital technologies in its development. The study analyzes the impact of CRM systems, omnichannel service, and digital platforms on customer satisfaction and loyalty.

Abstract: Customer Experience, Service sector, Digital technologies, Customer satisfaction, Customer Relationship Management (CRM) systems, Omnichannel service

Kirish

Raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmatlar sohasi iqtisodiyotning eng tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan biriga aylanmoqda. Bozor sharoitining keskin raqobatli tus olishi kompaniyalardan nafaqat sifatli xizmat ko'rsatishni, balki mijozlar bilan uzoq muddatli va barqaror munosabatlarni shakllantirishni talab etmoqda. Shu nuqtai nazardan, Customer Experience tushunchasi xizmatlar sohasida muhim strategik kategoriya sifatida namoyon bo'lmoqda.

Mijozlar tajribasining sifati ko'pincha xizmatni taqdim etish jarayonida qo'llanilayotgan raqamli texnologiyalar darajasi bilan bevosita bog'liqdir. Zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari xizmat ko'rsatish jarayonlarini tezkor, qulay va shaffof tashkil etish imkonini bermqda.

Ilmiy tadqiqotlarda Customer Experience tushunchasi mijozning kompaniya bilan o'zaro munosabatlari jarayonida hosil bo'ladigan umumiy hissiy va funksional baholar majmui sifatida talqin qilinadi. Xorijiy va



mahalliy olimlar CXni marketing strategiyasining markaziy elementi sifatida ko'rib chiqadilar.

So'nggi yillarda olib borilgan tadqiqotlar raqamli texnologiyalarning mijozlar tajribasiga ta'siri sezilarli darajada oshganini ko'rsatmoqda. Xususan, CRM tizimlari, sun'iy intellekt, katta hajmdagi ma'lumotlar (Big Data) va mobil texnologiyalar mijozlar ehtiyojlarini aniqlash va ularni qondirishda muhim vosita sifatida e'tirof etilmoqda.

Customer Experience tushunchasining xizmatlar sohasidagi ahamiyati

Xizmatlar sohasida Customer Experience (CX) – mijozning kompaniya bilan o'zaro aloqalar jarayonida olgan umumiy taassuroti hisoblanadi. Bu tushuncha so'nggi yillarda xizmat ko'rsatish sifatini oshirish va mijozlarni sodiqlikka jalb qilish strategiyalarining markaziga aylanmoqda.

Xizmatlar sohasi – bank, turizm, ta'lim, sog'liqni saqlash kabi nomoddiy mahsulotlar ishlab chiqaradigan sektorlardir. Ushbu sohada xizmat sifati nafaqat mijozlarning qoniqish darajasini belgilaydi, balki raqobatbardoshlik va bozorda o'z o'rnini saqlashga ham bevosita ta'sir qiladi.

CX ning ahamiyati shundaki, u mijozlarning xatti-harakatlarini oldindan bashorat qilish, shikoyatlarni tezkorlik bilan hal etish va xizmatni takomillashtirish imkonini beradi. Shu sababli xizmatlar kompaniyalari uchun CX strategiyasi – raqobat ustunligini yaratishning asosiy vositasidir.

Raqamli texnologiyalarning mijozlar tajribasiga ta'siri

Customer Experience sohasidagi rivojlanishning eng muhim omili – raqamli texnologiyalardir. Mobil ilovalar, veb-platformalar, chat-botlar va sun'iy intellekt mijozlar bilan o'zaro aloqani tezlashtiradi, qulaylashtiradi va shaxsiylashtiradi.

Raqamli texnologiyalar mijozlar tajribasini quyidagi yo'llar bilan yaxshilaydi:



- Tezkorlik va qulaylik: mijozlar xizmatlarni onlayn tarzda olishlari mumkin.
- Shaxsiylashtirish: Big Data va AI yordamida mijozlarga individual takliflar beriladi.
- Jarayonlarni avtomatlashtirish: inson xatosi kamayadi va xizmat sifati barqaror bo'ladi.

Masalan, bank sohasida mobil ilovalar orqali mijozlar o'z hisoblarini boshqarishi, tranzaksiyalarni amalga oshirishi va shaxsiy moliyaviy maslahatlar olishi mumkin, bu esa mijozlar qoniqishini sezilarli darajada oshiradi.

Ma'lumotlar tahlili va shaxsiylashtirish

Raqamli texnologiyalar orqali to'plangan ma'lumotlar mijozlar xatti-harakatlarini tahlil qilish va xizmatlarni shaxsiylashtirish imkonini beradi. Bu jarayon quyidagi elementlarni o'z ichiga oladi:

1. Mijozlar profilini yaratish: demografik, xarid tarixlari va afzalliklarni o'rganish.
2. Shaxsiy takliflar va kommunikatsiya: mijozning qiziqishlariga moslashtirilgan aksiyalar va xizmatlar.
3. Xizmatni optimallashtirish: real vaqt rejimida mijoz tajribasini monitoring qilish va yaxshilash.

Ilmiy tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, shaxsiylashtirilgan xizmatlar mijozlar sodiqligini 30–40% ga oshirishi mumkin, bu esa kompaniyaning daromadiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi.

Ma'lumotlar tahlili va shaxsiylashtirishni yanada samarali qilish uchun kompaniyalar omnikanal xizmat ko'rsatish tizimini joriy qiladilar. Bu yondashuv mijozga barcha kanallar orqali – oflayn ofis, veb-sayt, mobil ilova, call-markaz va ijtimoiy tarmoqlar orqali – uzluksiz va yagona tajriba yaratadi.



Omnikanal tizimining afzalliklari:

- mijoz qaysi kanaldan foydalansa ham, uning ma'lumotlari saqlanadi;
- xizmat sifati barcha kanallarda barqaror;
- mijozlar sodiqligi va qoniqishi oshadi.

Shuningdek, omnikanal tizim raqamli CXning rivojlanishi bilan birga kompaniyalarni raqobatbardosh qiladi.

Yuqorida bayon etilgan barcha jarayonlar – CX, raqamli texnologiyalar, ma'lumotlarni tahlil qilish va shaxsiylashtirish, omnikanal tizim – birlashtirilganda raqamli Customer Experience (Digital CX) hosil bo'ladi.

Digital CX kompaniyalarga quyidagilarni ta'minlaydi:

- mijozlar ehtiyojlarini oldindan aniqlash;
- xizmatlarni tez va samarali yetkazish;
- brend sodiqligi va tavsiyalarni oshirish;
- bozorda raqobat ustunligini yaratish.

Bugungi kunda raqamli CX ga e'tibor bermaydigan kompaniyalar raqobatdan orqada qolishi mumkin. Shu sababli, xizmatlar sohasida strategik rejalashtirish va investitsiyalar aynan digital CX va omnikanal xizmat tizimlariga qaratilmoqda.

Xulosa

Xizmatlar sohasida Customer Experience (CX) mijozlar bilan kompaniya o'rtasidagi munosabatlarni shakllantirish va boshqarishning strategik vositasi hisoblanadi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, mijozlarning xizmatdan qoniqish darajasi nafaqat xizmatning yakuniy sifati bilan, balki xizmat jarayonining qulayligi, tezkorligi va shaxsiylashtirish darajasi bilan chambarchas bog'liqdir.



Raqamli texnologiyalar CXni rivojlantirishda markaziy o‘rin egallaydi. CRM tizimlari mijozlar haqidagi ma’lumotlarni tizimli boshqarish va ularning ehtiyojlarini oldindan prognozlash imkonini beradi. Shuningdek, sun’iy intellekt, chat-botlar va onlayn platformalar xizmatlarni avtomatlashtirish va mijoz bilan muloqotni tezkor, uzluksiz hamda qulay qilish imkoniyatini yaratadi.

Omnikanal yondashuv esa mijozlar tajribasining uzluksizligini ta’minlaydi: veb-sayt, mobil ilova, ijtimoiy tarmoqlar va call-markazlarning integratsiyasi mijozga istalgan vaqtda va istalgan platformada xizmat olish imkonini beradi. Bu kompaniya obro‘si va mijozlar sadoqatini oshirishga xizmat qiladi.

Raqamli texnologiyalar yordamida mijozlar segmentatsiyasi, shaxsiylashtirilgan xizmatlar, tezkor javoblar va analitik monitoringni amalga oshirish mumkin. Bularning barchasi CXni yaxshilash orqali kompaniyalarga bozorda raqobat ustunligini ta’minlash, mijozlar bazasini kengaytirish va sadoqatni mustahkamlash imkonini beradi.

Shuningdek, kompaniyalar raqamli texnologiyalar yordamida mijozlar fikrini doimiy yig‘ib, xizmat jarayonidagi kamchiliklarni aniqlash va tuzatish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Bu esa xizmat sifatining doimiy oshishini, mijozlar qoniqishini va kompaniyaning uzoq muddatli barqaror rivojlanishini kafolatlaydi.

Xulosa qilib aytganda, Customer Experience’ni strategik boshqarish xizmatlar sohasidagi kompaniyalar uchun raqobatbardoshlikni oshirish, mijozlar bilan uzluksiz va shaxsiylashtirilgan munosabatlarni shakllantirish hamda raqamli texnologiyalar yordamida xizmat sifatini maksimal darajada ta’minlashning eng samarali yo‘lidir. Bu yondashuv kompaniyaga nafaqat moliyaviy daromad, balki ijobiy imij va mijozlar ishonchini mustahkamlash imkonini beradi.



Foydalanilgan adabiyotlar

1. Kotler P. *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education, 2016, pp. 45–78.
2. Lemon K., Verhoef P. *Understanding Customer Experience*. Journal of Marketing, 2016, Vol. 80, No. 6, pp. 69–96.
3. Payne A., Frow P. *Customer Relationship Management: Strategic Framework*. Journal of Marketing, 2017, Vol. 81, pp. 1–23.
4. Klaus P. *Measuring Customer Experience: How to Develop and Deliver Outstanding Customer Experience*. Palgrave Macmillan, 2018, pp. 12–55.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-iyun "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida" Farmoni, <https://www.norma.uz>
6. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 12-mart "Xizmatlar sifatini oshirish va mijozlar qoniqishini ta'minlash" Qarori, <https://www.lex.uz>
7. Smith J. *Omnichannel Customer Experience in Digital Era*. International Journal of Business, 2019, Vol. 14, pp. 110–130.
8. World Economic Forum. *Digital Transformation in Services*. 2020, <https://www.weforum.org>
9. O'zbekiston Respublikasi Raqamli iqtisodiyot vazirligi sayti, <https://www.mihnat.uz>