



RAQAMLI BANKLARDA MIJOZLARNI USHLAB QOLISH UCHUN STRATEGIYALAR ISHLAB CHIQISH ANALITIKINI TAKOMILLASHTIRISH (“TENGE BANK” ATB MISOLIDA)

Axmedov Farrux Qosimovich

O‘zbekiston Respublikasi

Bank-moliya akademiyasi tinglovchisi

Hozirgi globallashuv va raqamlashtirish sharoitida bank tizimida raqobat tobora kuchayib bormoqda. An’anaviy bank xizmatlaridan tashqari, raqamli bank xizmatlarining rivojlanishi moliya bozorida yangi imkoniyatlar va bir vaqtning o‘zida yangi muammolarni yuzaga keltirmoqda. Ayniqsa, raqamli banklar faoliyatida mijozlarni jalb qilish bilan bir qatorda ularni uzoq muddat davomida ushlab qolish masalasi strategik ahamiyat kasb etmoqda. Shu sababli, mijozlarni ushlab qolishga qaratilgan strategiyalarni ishlab chiqish va ularni tahliliy jihatdan takomillashtirish dolzarb masalalardan biri hisoblanadi. Raqamli banklarda mijozlarni ushlab qolish darajasi ko‘plab omillarga bog‘liq bo‘lib, ular orasida xizmat sifati, raqamli platformaning qulayligi, xavfsizlik darajasi, individual yondashuv hamda mijozlar ehtiyojini chuqur tahlil qilish muhim o‘rin tutadi. Analitik yondashuvlar aynan shu omillarni aniqlash, baholash va ularga mos strategiyalar ishlab chiqish imkonini beradi. Mijozlar xatti-harakatlarini tahlil qilish orqali banklar mijozlarning qaysi xizmatlardan faol foydalanayotgani, qaysi bosqichlarda muammolarga duch kelayotgani va qaysi sabablar tufayli bank xizmatlaridan voz kechayotganini aniqlashlari mumkin.

“Tenge Bank” ATB misolida olib borilgan tahlillar shuni ko‘rsatadiki, raqamli bank xizmatlaridan foydalanayotgan mijozlar soni yildan-yilga oshib bormoqda. Biroq, mijozlarning ma’lum bir qismi bank ilovalaridan qisqa muddat foydalangandan so‘ng boshqa moliyaviy institutlarga o‘tib ketmoqda. Bu holat



mijozlarni ushlab qolish strategiyalarini qayta ko‘rib chiqish va ularni analitik asosda takomillashtirish zarurligini ko‘rsatadi. Mijozlarni ushlab qolish analitikasi, avvalo, ma’lumotlarni yig‘ish va qayta ishlash jarayonlariga asoslanadi. Raqamli banklarda tranzaksion ma’lumotlar, foydalanuvchi faolligi, ilova ichidagi harakatlar va mijozlar murojaatlari asosiy axborot manbalari hisoblanadi. Ushbu ma’lumotlar asosida mijozlarning segmentatsiyasi amalga oshiriladi. Segmentatsiya jarayoni bankka turli toifadagi mijozlar uchun alohida strategiyalar ishlab chiqish imkonini beradi. Masalan, faol mijozlar, passiv mijozlar va bank xizmatlarini tark etish ehtimoli yuqori bo‘lgan mijozlar alohida guruhlariga ajratiladi.

“Tenge Bank” ATBda mijozlarni ushlab qolish analitikasini takomillashtirishda zamonaviy axborot texnologiyalaridan, xususan, katta ma’lumotlar (Big Data) va sun‘iy intellekt elementlaridan foydalanish muhim ahamiyatga ega. Mashinaviy o‘rganish algoritmlari yordamida mijozlarning kelajakdagi xatti-harakatlarini prognoz qilish, ularning ehtiyojlarini oldindan aniqlash va shaxsiylashtirilgan takliflar ishlab chiqish mumkin. Bu esa mijozlarning bank xizmatlariga bo‘lgan sodiqligini oshirishga xizmat qiladi. Raqamli banklarda mijozlarni ushlab qolish strategiyalaridan biri sifatida foydalanuvchi tajribasini (User Experience) yaxshilash alohida e’tiborga loyiq. “Tenge Bank” ATB mobil ilovasi interfeysini soddalashtirish, tezkorlikni oshirish va texnik nosozliklarni minimallashtirish orqali mijozlarning qoniqish darajasini oshirish mumkin. Analitik ma’lumotlar asosida ilovaning qaysi funksiyalari kam ishlatilayotgani yoki qaysi bo‘limlarida foydalanuvchilar ko‘proq muammoga duch kelayotgani aniqlanadi va shunga mos takomillashtirish choralari ishlab chiqiladi.

Shuningdek, mijozlar bilan samarali kommunikatsiya ham ularni ushlab qolishning muhim omillaridan biridir. Raqamli banklarda push-bildirishnomalar, SMS-xabarlar va elektron pochta orqali yuboriladigan individual takliflar mijozlarning faolligini oshiradi. “Tenge Bank” ATBda ushbu kommunikatsiya kanallarining samaradorligini analitik usullar yordamida baholash va



optimallashtirish mumkin. Masalan, qaysi turdagi xabarlar mijozlar tomonidan ko'proq ochilayotgani va qaysi takliflar real tranzaksiyalarga olib kelayotgani aniqlanadi. Mijozlarni ushlab qolish strategiyalarini ishlab chiqishda mijozlar fikrini o'rganish ham muhim ahamiyat kasb etadi. Raqamli so'rovnomalar, ilova ichidagi baholash tizimlari va mijozlar murojaatlari tahlili orqali bank xizmatlarining kuchli va zaif tomonlari aniqlanadi. Ushbu ma'lumotlar asosida "Tenge Bank" ATB o'z xizmatlarini mijozlar talabiga mos ravishda doimiy ravishda takomillashtirib borishi mumkin.

Raqamli banklarda sodiqlik dasturlarini joriy etish ham mijozlarni ushlab qolishning samarali vositalaridan biri hisoblanadi. Analitik yondashuv asosida ishlab chiqilgan bonuslar, keshbek tizimlari va individual imtiyozlar mijozlarni bank xizmatlaridan muntazam foydalanishga undaydi. "Tenge Bank" ATB misolida sodiqlik dasturlarining iqtisodiy samaradorligini baholash va ularni optimallashtirish orqali bank daromadlarini oshirish imkoniyati mavjud. Shunday qilib, raqamli banklarda mijozlarni ushlab qolish strategiyalarini ishlab chiqish analitikasini takomillashtirish bank faoliyatining muhim yo'nalishlaridan biri bo'lib, u zamonaviy texnologiyalar, ma'lumotlar tahlili va mijozlarga yo'naltirilgan yondashuvni talab etadi. "Tenge Bank" ATB misolida olib borilgan tahlillar raqamli bank xizmatlarida analitik yondashuvlarning ahamiyatini yanada yaqqol namoyon etadi.

Raqamli banklarda mijozlarni ushlab qolish analitikasini rivojlantirishda asosiy e'tibor mijozlarning hayotiy qiymatini (Customer Lifetime Value – CLV) aniqlashga qaratiladi. Ushbu ko'rsatkich bank uchun mijoz bilan uzoq muddatli hamkorlikning iqtisodiy samaradorligini baholash imkonini beradi. "Tenge Bank" ATB misolida CLV ko'rsatkichidan foydalanish orqali qaysi mijoz segmentlari bank uchun eng yuqori daromad keltirayotganini aniqlash va aynan shu segmentlarga yo'naltirilgan strategiyalarni ishlab chiqish mumkin. Bu esa marketing xarajatlarini optimallashtirish va resurslardan samarali foydalanishga xizmat qiladi. Mijozlarni



ushlab qolish analitikasida churn rate, ya'ni mijozlarning bank xizmatlarini tark etish darajasi muhim indikator hisoblanadi. Ushbu ko'rsatkichni doimiy monitoring qilish orqali bank mijozlarning qaysi bosqichda xizmatlardan voz kechayotganini aniqlashi mumkin. "Tenge Bank" ATBda churn rate tahlili asosida mijozlarning bank bilan o'zaro aloqasi pasaygan davrlar aniqlanib, ushbu holatlarni bartaraf etish uchun tezkor choralar ishlab chiqilishi mumkin. Masalan, faoliyat darajasi pasaygan mijozlarga maxsus takliflar yoki individual moliyaviy maslahatlar taqdim etish orqali ularning faolligini tiklash imkoniyati mavjud.

Raqamli banklarda prediktiv analitika mijozlarni ushlab qolish strategiyalarining muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. Prediktiv modellar yordamida mijozlarning kelajakdagi ehtimoliy xatti-harakatlarini oldindan prognoz qilish mumkin. "Tenge Bank" ATBda ushbu modellarni joriy etish orqali bank xizmatlarini tark etish ehtimoli yuqori bo'lgan mijozlar aniqlanadi va ularga nisbatan individual yondashuv qo'llaniladi. Bu jarayonda statistik tahlil, regressiya modellari va mashinaviy o'rganish algoritmlaridan foydalanish samaradorlikni oshiradi. Mijozlarni ushlab qolishda omni-kanalli yondashuvning ahamiyati ham tobora ortib bormoqda. Raqamli bank xizmatlari mobil ilova, veb-platforma, call-markaz va ijtimoiy tarmoqlar orqali amalga oshiriladi. Ushbu kanallar o'rtasida uzviy bog'liqlikni ta'minlash mijozlar uchun qulaylik yaratadi.

Raqamli banklarda shaxsiylashtirilgan xizmatlar mijozlar sodiqligini oshirishda muhim omil hisoblanadi. Analitik tizimlar yordamida mijozlarning moliyaviy xulq-atvori, daromad darajasi va xarajat tuzilmasi tahlil qilinadi. Ushbu ma'lumotlar asosida individual kredit takliflari, depozit shartlari yoki investitsion mahsulotlar ishlab chiqiladi. "Tenge Bank" ATBda shaxsiylashtirilgan yondashuvni kuchaytirish orqali mijozlarning bankka bo'lgan ishonchini mustahkamlash mumkin. Shuningdek, raqamli banklarda mijozlarni ushlab qolishda risklarni boshqarish analitikasi ham muhim ahamiyatga ega. Firibgarlik holatlari, texnik nosozliklar va ma'lumotlar xavfsizligi bilan bog'liq muammolar mijozlarning bank



xizmatlariga bo‘lgan ishonchini pasaytirishi mumkin. “Tenge Bank” ATBda risklarni aniqlash va oldini olishga qaratilgan analitik mexanizmlarni joriy etish orqali mijozlarning xavfsizlikka bo‘lgan ishonchini oshirish mumkin. Bu esa mijozlarning bank xizmatlaridan uzoq muddat foydalanishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi.

Mijozlarni ushlab qolish strategiyalarini ishlab chiqishda kadrlar salohiyati ham muhim o‘rin tutadi. Analitik tizimlardan samarali foydalanish uchun bank xodimlarining raqamli savodxonligi va tahliliy ko‘nikmalarini oshirish zarur. “Tenge Bank” ATBda analitika sohasida malakali mutaxassislarni tayyorlash va ularning bilimlarini doimiy ravishda yangilab borish mijozlarni ushlab qolish strategiyalarining muvaffaqiyatli amalga oshirilishiga xizmat qiladi. Raqamli banklarda innovatsion mahsulot va xizmatlarni joriy etish ham mijozlarni ushlab qolishga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. Masalan, tezkor to‘lov tizimlari, raqamli hamyonlar va avtomatlashtirilgan moliyaviy rejalashtirish xizmatlari mijozlar uchun qo‘shimcha qulaylik yaratadi. “Tenge Bank” ATBda ushbu innovatsiyalarni joriy etishda analitik ma’lumotlardan foydalanish orqali mijozlar ehtiyojiga mos yechimlar ishlab chiqish mumkin.

Shu bilan birga, raqamli banklarda mijozlarni ushlab qolish strategiyalarini baholash va doimiy takomillashtirib borish zarur. Analitik ko‘rsatkichlar asosida strategiyalarning samaradorligi muntazam tahlil qilinadi va zarur hollarda tuzatishlar kiritiladi. “Tenge Bank” ATB misolida ushbu yondashuv bankning raqobatbardoshligini oshirish va mijozlar bazasini barqaror rivojlantirish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Abdukarimov I.T., Tojimuhamedov R.A. Bank ishi va bank tizimi. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2020. – 368 b.
2. Karimov A.K. Raqamli iqtisodiyot sharoitida bank xizmatlarini rivojlantirish. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2021. – 214 b.



3. Kotler Ph., Keller K.L. Marketing Management. – 15th edition. – Pearson Education Limited, 2016. – 834 p.
4. Lavrushin O.I. Bankovskoe delo: uchebnik. – Moskva: KNORUS, 2020. – 800 s.
5. Sinkey Dzh. Finansovyy menedzhment v kommercheskom banke. – Moskva: Alpina Pablisher, 2019. – 640 s.