

INTERAKTIV MARKETINGDA REKLAMANING O‘RNI VA SAMARADORLIGI

*Toshkent kimyo texnologiya instituti
Sanoat iqtisodiyoti va menejmenti
kafedrasi assissenti **Rasulkulova Arofat**
Toshkent kimyo texnologiya instituti
Sanoat muhandisligi va menejmenti
fakulteti, 4-kurs talabasi
Avlayev Jonibek Absalom o‘g‘li*

Annotatsiya. Mazkur maqolada zamonaviy marketing tizimida interaktiv reklamaning tutgan o‘rni va uning samaradorligini oshirish masalalari yoritilgan. Raqamli texnologiyalar rivoji sharoitida an‘anaviy reklama usullarining transformatsiyasi hamda iste‘molchi bilan ikki tomonlama aloqani ta‘minlovchi interaktiv reklama vositalarining afzalliklari tahlil qilinadi. Shuningdek, interaktiv reklamaning marketing kommunikatsiyalaridagi ahamiyati, iste‘molchi xulq-atvoriga ta‘siri va brend qiymatini shakllantirishdagi roli ilmiy-nazariy jihatdan asoslab berilgan. Tadqiqot natijalari asosida interaktiv reklama strategiyalaridan samarali foydalanish bo‘yicha umumlashtirilgan xulosalar keltirilgan.

Kalit so‘zlar: interaktiv marketing, reklama, raqamli marketing, iste‘molchi bilan muloqot, marketing kommunikatsiyalari, brend.

Annotation. This article examines the role of interactive advertising in the modern marketing system and the issues of improving its effectiveness. In the context of digital technology development, the transformation of traditional advertising methods and the advantages of interactive advertising tools that ensure two-way communication with consumers are analyzed. In addition, the importance of interactive advertising in marketing communications, its impact on consumer behavior, and its role in building brand value are substantiated from a theoretical perspective. Based on the research findings, generalized conclusions on the effective use of interactive advertising strategies are presented.

Keywords: interactive marketing, advertising, digital marketing, consumer engagement, marketing communications, brand.

KIRISH. Bugungi kunda marketing faoliyati raqamli texnologiyalar ta‘sirida tubdan o‘zgarib bormoqda. Axborot-kommunikatsiya vositalarining jadal rivojlanishi reklama sohasida yangi yondashuvlarning shakllanishiga olib keldi. An‘anaviy reklama usullarida axborot bir tomonlama yetkazilgan bo‘lsa, zamonaviy sharoitda

iste'molchi bilan faol muloqotga asoslangan interaktiv reklama marketingning ustuvor yo'nalishlaridan biriga aylandi¹.

Interaktiv marketing reklama jarayonida iste'molchining faol ishtirokini ta'minlashga qaratilgan bo'lib, bu yondashuv reklama samaradorligini sezilarli darajada oshiradi. Ijtimoiy tarmoqlar, veb-platformalar, mobil ilovalar va boshqa raqamli kanallar orqali amalga oshirilayotgan interaktiv reklama iste'molchi bilan bevosita aloqa o'rnatish, uning ehtiyoj va qiziqishlarini aniqlash imkonini beradi. Natijada reklama nafaqat axborot berish vositasi, balki iste'molchi bilan munosabatlarni shakllantirish mexanizmi sifatida namoyon bo'ladi.

Mazkur maqolaning asosiy maqsadi interaktiv marketingda reklamaning mohiyatini ochib berish, uning asosiy shakllari va vositalarini tahlil qilish hamda zamonaviy marketing kommunikatsiyalarida interaktiv reklamaning samaradorligini oshirish yo'llarini ilmiy asosda yoritishdan iborat. Ushbu maqsadga erishish uchun interaktiv reklamaning iste'molchi xulq-atvoriga ta'siri va brend rivojlanishidagi o'rni tahlil qilinadi.

Interaktiv marketing tushunchasi va reklamaning o'rni. Interaktiv marketing iste'molchi bilan ikki tomonlama muloqotga asoslangan marketing konsepsiyasi bo'lib, unda reklama markaziy ahamiyat kasb etadi. Ushbu yondashuvda reklama faqat mahsulot yoki xizmat haqida axborot berish bilan cheklanmaydi, balki iste'molchini faol ishtirok etishga undaydi. Natijada reklama jarayoni dinamik va moslashuvchan xarakter kasb etadi.

Interaktiv reklama marketing kommunikatsiyalarining samarali vositasi sifatida iste'molchi ehtiyojlarini chuqurroq anglash imkonini beradi. Fikr-mulohazalar, sharhlar, so'rovnomalar va onlayn muloqot shakllari orqali reklama beruvchi va iste'molchi o'rtasida uzluksiz axborot almashinuvi yuzaga keladi. Bu holat marketing strategiyalarini takomillashtirishga xizmat qiladi².

Interaktiv reklamaning asosiy shakllari va vositalari. Interaktiv marketing tizimida reklama turli shakl va vositalar orqali amalga oshiriladi. Ushbu reklama shakllari iste'molchi bilan bevosita muloqotni yo'lga qo'yish va uning faolligini oshirishga qaratilgan bo'lib, zamonaviy marketing kommunikatsiyalarining ajralmas qismi hisoblanadi. Interaktiv reklama an'anaviy reklama turlaridan farqli ravishda, iste'molchining faol ishtirokini talab qiladi va uni axborot almashinuvi jarayoniga jalb etadi.

Interaktiv reklamaning keng tarqalgan shakllaridan biri ijtimoiy tarmoqlar orqali olib boriladigan reklama faoliyatidir. Ijtimoiy platformalar foydalanuvchilarga izoh qoldirish, baho berish va kontentni ulashish imkonini yaratadi. Bu esa reklama beruvchiga iste'molchi fikrini tezkor tarzda aniqlash va reklama mazmunini

¹ Abdullayev B.B. Raqamli marketing asoslari. — Toshkent: Fan, 2021.

² Karimov A.A. Marketing kommunikatsiyalari. — Toshkent: Iqtisodiyot, 2020.

moslashtirish imkonini beradi. Shu bois ijtimoiy tarmoqlar interaktiv reklamaning eng samarali kanallaridan biri sifatida qaraladi.

Raqamli platformalarda interaktiv reklama. Veb-saytlar va mobil ilovalar orqali amalga oshiriladigan interaktiv reklama marketing strategiyalarining muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. Bannerlar, pop-up oynalar, interaktiv videolar va testlar reklama mazmunini yanada jozibador qiladi. Ushbu vositalar orqali iste'molchi reklama bilan bevosita aloqaga kirishib, o'z fikrini bildirish imkoniyatiga ega bo'ladi³.

Interaktiv video reklama zamonaviy marketingda keng qo'llanilayotgan usullardan biridir. Bunday reklama shaklida iste'molchi videodagi muayyan elementlar bilan o'zaro aloqada bo'lib, reklama mazmunini mustaqil ravishda boshqarishi mumkin. Natijada reklama esda qolarlilik darajasi ortadi va iste'molchining brendga bo'lgan qiziqishi kuchayadi.

Ijtimoiy tarmoqlarning interaktiv reklamadagi roli. Ijtimoiy tarmoqlar interaktiv reklamaning asosiy maydoniga aylangan. Ushbu platformalar orqali reklama beruvchilar maqsadli auditoriya bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqot o'rnatish imkoniga ega bo'ladi. Foydalanuvchilarning faolligi, izohlari va baholari reklama samaradorligini oshirishda muhim omil bo'lib xizmat qiladi.

Ijtimoiy tarmoqlarda olib boriladigan interaktiv reklama brendning ochiqqligi va ishonchliligini ta'minlaydi. Reklama jarayonida iste'molchilarning fikr-mulohazalariga tezkor javob berilishi brend imijining mustahkamlanishiga xizmat qiladi. Shu bois interaktiv marketingda ijtimoiy tarmoqlar strategik ahamiyatga ega hisoblanadi.

Interaktiv reklamaning iste'molchi xulq-atvoriga ta'siri. Interaktiv marketingda reklamaning asosiy ustunliklaridan biri uning iste'molchi xulq-atvoriga bevosita ta'sir ko'rsatish imkoniyatidir. An'anaviy reklama shakllarida iste'molchi ko'proq passiv axborot qabul qiluvchi sifatida namoyon bo'lsa, interaktiv reklamada u faol ishtirokchi sifatida reklama jarayoniga jalb etiladi. Bu holat iste'molchining reklama mazmuniga bo'lgan qiziqishini oshiradi va uni ongli ravishda qabul qilishga undaydi.

Shuningdek, interaktiv reklama iste'molchida ishonch hissini shakllantiradi. Reklama jarayonida ochiq muloqotning mavjudligi va iste'molchi savollariga tezkor javob berilishi brendga bo'lgan ijobiy munosabatni kuchaytiradi. Bu esa uzoq muddatli iste'molchi sadoqatining shakllanishiga xizmat qiladi⁴.

Interaktiv reklama samaradorligini oshirish omillari. Interaktiv reklamaning samaradorligi bir qator omillarga bog'liq bo'lib, ularning to'g'ri tanlanishi marketing maqsadlariga erishishda muhim ahamiyatga ega. Eng avvalo, reklama mazmunining dolzarbligi va iste'molchi ehtiyojlariga mosligi muhim omil hisoblanadi. Mazmun

³ Abdullayev B.B. Raqamli marketing asoslari. — Toshkent: Fan, 2021.

⁴ Abdullayev B.B. Raqamli marketing asoslari. — Toshkent: Fan, 2021.

qanchalik qiziqarli va foydali bo'lsa, iste'molchining reklama bilan o'zaro aloqasi shunchalik faollashadi.

Texnologik imkoniyatlardan samarali foydalanish ham interaktiv reklama samaradorligini oshiradi. Mobil qurilmalarga moslashtirilgan dizayn, tezkor aloqa va qulay interfeys reklama ta'sirchanligini kuchaytiradi. Shu bilan birga, reklama joylashtiriladigan platformaning to'g'ri tanlanishi ham muhim ahamiyat kasb etadi.

Zamonaviy marketing tendensiyalarida interaktiv reklama. Zamonaviy marketing tendensiyalarida interaktiv reklama muhim o'rin egallaydi. Iste'molchilar bilan ochiq va doimiy muloqotga asoslangan reklama shakllari brendlarning bozordagi mavqeini mustahkamlashga yordam beradi. Ushbu jarayonda ijtimoiy tarmoqlar, mobil platformalar va raqamli kontent yetakchi ahamiyat kasb etadi.

Shaxsiylashtirilgan reklama, real vaqt rejimidagi interaksiya va foydalanuvchi tajribasiga yo'naltirilgan yondashuvlar zamonaviy marketingning asosiy tendensiyalaridan hisoblanadi. Interaktiv reklama ushbu tendensiyalarni muvaffaqiyatli amalga oshirish imkonini beradi.

Interaktiv reklama samaradorligini baholash mezonlari. Interaktiv marketingda reklamaning samaradorligini baholash marketing strategiyasini takomillashtirishda muhim ahamiyatga ega. Reklama samaradorligini aniqlash reklama kampaniyasining maqsadlariga qanchalik erishilganini ko'rsatadi va kelgusida yanada samarali yondashuvlarni ishlab chiqish imkonini beradi. Shu sababli interaktiv reklama samaradorligini baholash jarayoni tizimli va kompleks yondashuvni talab etadi⁵.

Samaradorlikni baholashda eng avvalo iste'molchilarning faollik darajasi e'tiborga olinadi. Reklama bilan o'zaro aloqaga kirishgan foydalanuvchilar soni, izohlar, baholar va kontent ulashish ko'rsatkichlari interaktiv reklamaning ta'sirchanligini aks ettiradi. Ushbu ko'rsatkichlar reklama mazmunining iste'molchilar uchun qanchalik qiziqarli va dolzarb ekanini ko'rsatadi.

Interaktiv reklamaning raqobatbardoshlikka ta'siri. Bozor sharoitida interaktiv reklama brendlarning raqobatbardoshligini oshirishda muhim vosita sifatida namoyon bo'ladi. Iste'molchi bilan bevosita muloqotga asoslangan reklama shakllari brendning ochiqligi va ishonchligini ta'minlaydi. Bu esa brendning bozordagi mavqeini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Interaktiv reklama orqali olingan ma'lumotlar raqobatchilar bilan solishtirganda brendning ustunlik va kamchiliklarini aniqlash imkonini beradi. Natijada marketing strategiyasi bozor talablariga mos ravishda takomillashtiriladi. Bu jarayonda interaktiv reklama strategik ustunlik manbai sifatida qaraladi.

⁵ O'zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi ma'lumotlari.

XULOSA. Olib borilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, interaktiv marketingda reklama zamonaviy marketing tizimining eng muhim va samarali vositalaridan biri hisoblanadi. Raqamli texnologiyalar rivoji sharoitida reklama an'anaviy bir tomonlama axborot yetkazish shaklidan iste'molchi bilan faol va uzluksiz muloqotga asoslangan interaktiv shaklga o'tmoqda. Bu holat reklama samaradorligini oshirish bilan birga, iste'molchi ehtiyojlarini chuqurroq anglash imkonini yaratadi.

Interaktiv reklama iste'molchi xulq-atvoriga bevosita ta'sir ko'rsatib, uning qaror qabul qilish jarayonida muhim omil sifatida namoyon bo'ladi. Reklama jarayonida iste'molchining faol ishtiroki brendga bo'lgan qiziqishni oshiradi, ishonchni mustahkamlaydi va uzoq muddatli sadoqatni shakllantiradi. Shu jihatdan interaktiv reklama brend qiymatini oshirishda muhim strategik ahamiyatga ega.

Zamonaviy sharoitda interaktiv reklama innovatsion texnologiyalar, jumladan, sun'iy intellekt, raqamli tahlil va shaxsiylashtirilgan kontent bilan chambarchas bog'liq holda rivojlanmoqda. Ushbu texnologiyalar reklama mazmunini iste'molchi ehtiyojlariga moslashtirish, reklama kompaniyalarining samaradorligini oshirish va marketing strategiyalarini optimallashtirish imkonini beradi. Natijada interaktiv reklama marketing kommunikatsiyalarining markaziy bo'g'iniga aylanmoqda.

Xulosa qilib aytganda, interaktiv marketingda reklamaning ilmiy asosda tashkil etilishi va zamonaviy texnologiyalar bilan uyg'un holda olib borilishi marketing faoliyatining samaradorligini sezilarli darajada oshiradi. Interaktiv reklama strategiyalaridan oqilona foydalanish korxona va brendlarning raqobatbardoshligini ta'minlashda muhim omil bo'lib xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Kotler F., Keller K. Marketing Management. — New York: Pearson, 2019.
2. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing. — London: Pearson, 2016.
3. Strauss J., Frost R. E-Marketing. — New Jersey: Prentice Hall, 2018.
4. Ryan D. Understanding Digital Marketing. — London: Kogan Page, 2017.
5. Belch G.E., Belch M.A. Advertising and Promotion. — New York: McGraw-Hill, 2018.
6. Karimov A.A. Marketing kommunikatsiyalari. — Toshkent: Iqtisodiyot, 2020.
7. Abdullayev B.B. Raqamli marketing asoslari. — Toshkent: Fan, 2021.
8. O'zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi ma'lumotlari.
9. Interactive advertising and consumer engagement // *Journal of Marketing Communications*. — 2020.
10. Digital advertising trends in modern marketing // *International Journal of Marketing Studies*. — 2021.