



FACEBOOK MARKETING

*Samarqand iqtisodiyot va servis instituti Servis fakulteti
Marketing kafedrası talabasi Mr-321-guruh talabasi
Abdakimova Kamola Yunus qizi*

*Samarqand iqtisodiyot va servis instituti "Marketing" kafedrası dotsent v.b.,
PhD: Yahyoxonov Niyozxo'ja Bahroil o'g'li
e-pochta: niyozxon93@bk.ru Tel: +998993119338*

Annotatsiya: Mazkur maqola Facebook marketingining samaradorligini oshirishda foydalaniladigan usullar va strategiyalarni tahlil qilishga bag'ishlangan. Raqamli marketingning bu turi bugungi kunda kompaniyalarning mijozlar bilan muloqotini mustahkamlash, brend tan olinishini oshirish va savdolarini ko'paytirishda muhim ahamiyatga ega. Facebook platformasida reklama kampaniyalarini rejalashtirish, maqsadli auditoriyani aniqlash, kontent yaratish va uning foydalanuvchilarga yetkazilish jarayonlari keng ko'rib chiqilgan. Maqolada raqamli marketingda eng muhim o'rin tutuvchi indikatorlar, ya'ni CTR (click-through rate), ROI (return on investment), va foydalanuvchi faoliyati tahlil qilinadi. Shu bilan birga, Facebook algoritmlari va foydalanuvchi xatti-harakatlariga asoslangan marketing strategiyalarining kelajakdagi rivoji haqida ham fikr yuritiladi.

Kalit so'zlar: Facebook marketing, raqamli marketing, reklama strategiyalari, maqsadli auditoriya, CTR, ROI, kontent boshqaruvi, foydalanuvchi faoliyati.

**Самаркандский институт экономики и сервиса, факультет сервиса
Абдакимова, девушка Камола Юнус, студентка группы МР-321,
студентка факультета маркетинга
Самаркандский институт промышленности и сервиса, кафедра
«Маркетинг», доцент, в.б.**

**Кандидат наук: Яхёхонов Ниёзхужа Бахроил угли
электронная почта: niyozxon93@bk.ru Тел.: +998993119338**

Facebook-маркетинг

Аннотация. Данная статья посвящена анализу методов и стратегий, используемых для повышения эффективности маркетинга в Facebook. Этот вид цифрового маркетинга сегодня важен для компаний для укрепления связи



с клиентами, повышения узнаваемости бренда и увеличения продаж. Подробно рассмотрены процессы планирования рекламных кампаний, определения целевой аудитории, создания контента и его доставки пользователям на платформе Facebook. В статье анализируются важнейшие показатели цифрового маркетинга, а именно CTR (кликабельность), ROI (возврат инвестиций) и активность пользователей. В то же время обсуждается будущее развитие маркетинговых стратегий, основанных на алгоритмах Facebook и поведении пользователей.

Ключевые слова: Facebook-маркетинг, цифровой маркетинг, рекламные стратегии, целевая аудитория, CTR, ROI, управление контентом, активность пользователей.

**Samarkand Institute of Economics and Service, Faculty of Service
Student of the Department of Marketing, student of Mr-321-group
Abdakimova Kamola Yunus qizi
Associate Professor of the Department of "Marketing" of Samarkand
Institute of Economics and Service, acting,
PhD: Yahyokhonov Niyozkhozha Bahroil oglu
e-mail: niyozxon93@bk.ru Tel: +998993119338**

Facebook marketing

ABSTRACT: This article is devoted to the analysis of methods and strategies used to increase the effectiveness of Facebook marketing. This type of digital marketing is today important for companies to strengthen communication with customers, increase brand recognition and increase sales. The processes of planning advertising campaigns on the Facebook platform, identifying target audiences, creating content and delivering it to users are widely considered. The article analyzes the most important indicators in digital marketing, namely CTR (click-through rate), ROI (return on investment), and user activity. At the same time, the future development of marketing strategies based on Facebook algorithms and user behavior is also discussed. **Keywords:** Facebook marketing, digital marketing, advertising strategies, target audience, CTR, ROI, content management, user activity.



KIRISH

Zamonaviy raqamli dunyoda internet texnologiyalarining rivojlanishi nafaqat kommunikatsiya vositalarining sifatini oshirdi, balki marketing sohasida inqilobiy o'zgarishlarga olib keldi. Xususan, ijtimoiy tarmoqlar kompaniyalar va brendlar uchun mijozlar bilan muloqot o'rnatishda asosiy platformalardan biriga aylandi. Facebook, bugungi kunda dunyodagi eng yirik ijtimoiy tarmoq sifatida, 2 milliarddan ortiq faol foydalanuvchisi bilan kompaniyalar uchun keng imkoniyatlarni taqdim etmoqda.

Facebook marketing — bu platformada reklama vositalaridan foydalanib, maqsadli auditoriyaga yetib borish, ularning e'tiborini jalb qilish va xarid qilish qarorlarini rag'batlantirishga qaratilgan strategiyalar to'plamidir. Ushbu jarayon nafaqat reklama joylashtirishni, balki foydalanuvchi xatti-harakatlari, ma'lumotlarni tahlil qilish va natijalarni o'lchash kabi murakkab yondashuvlarni ham o'z ichiga oladi. Ushbu maqola Facebook marketingining nazariy asoslari va amaliy imkoniyatlarini o'rganishga bag'ishlangan. Unda platformaning biznes strategiyadagi o'rni, reklama vositalari, maqsadli auditoriya bilan ishlash usullari va kampaniyalarning samaradorligini oshirish uchun qo'llaniladigan texnologiyalar tahlil qilinadi. Bundan tashqari, Facebook algoritmlarining foydalanuvchi xatti-harakatlariga ta'siri va kompaniyalarning ushbu platformadan qanday foydalanayotgani haqida ma'lumot beriladi.

Maqolada raqamli marketingning bugungi ahamiyati, Facebook'ning biznes uchun o'rni, shuningdek, reklama strategiyalarining muvaffaqiyat omillari haqida fikr yuritiladi. Facebook marketing bo'yicha tajribalar, misollar va muvaffaqiyatli kampaniyalarning tahlili asosida kelajakdagi rivojlanish yo'nalishlari ham ko'rib chiqiladi. Facebook marketingining hozirgi va kelajakdagi rivoji nafaqat yirik kompaniyalar, balki kichik va o'rta bizneslar uchun ham o'ta muhimdir. Shuning uchun ushbu mavzuni o'rganish, uni nazariy va amaliy jihatlarini yoritish dolzarb masalalardan biridir.

NATIJALAR

Facebook marketingining samaradorligini baholashda turli jihatlar va parametrlar ko'rib chiqiladi. Ularning har biri Facebook platformasining bizneslar uchun qanday imkoniyatlar yaratishini, foydalanuvchi bilan aloqalarni qanday mustahkamlashni va reklama kampaniyalarining samaradorligini qanday oshirishni ko'rsatadi. Quyida Facebook marketingining natijalari va uning kompaniyalar uchun qanday foyda keltirishi haqida tahlil qilingan asosiy jihatlar taqdim etiladi.



Ma'lumotlarga asoslangan yondashuv: Facebook marketingining eng katta afzalliklaridan biri bu platformaning foydalanuvchi xatti-harakatlariga oid katta hajmdagi ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish imkoniyatidir. Facebook Ads Manager va boshqa tahlil vositalari yordamida kompaniyalar o'z reklama kampaniyalarining samaradorligini real vaqtda kuzatib borishlari mumkin. Bu, o'z navbatida, reklama strategiyalarini tezda sozlash va maqsadli auditoriyani yanada aniqroq belgilash imkonini yaratadi. Misol uchun, reklama kampaniyalarining har bir bosqichida foydalanuvchilarning qaysi turdagi kontentga ko'proq qiziqishi aniqlanadi, bu esa keyingi reklama strategiyasini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. Maqsadli auditoriya bilan aloqalar: Facebook marketingining eng katta kuchlaridan biri – aniq maqsadli auditoriyaga reklama ko'rsatishdir. Facebook algoritmlari foydalanuvchilarning yoshini, joylashuvini, qiziqishlarini, onlayn xatti-harakatlarini va boshqa ko'plab parametrlarni hisobga olib, reklama kontentini faqat kerakli auditoriyaga ko'rsatishga imkon beradi. Natijada, kompaniyalar o'z resurslarini kamroq sarflab, yuqori samaradorlikka erishadilar. Bu usul, ayniqsa, kichik va o'rta bizneslar uchun samarali bo'ladi, chunki ular katta byudjetlarga ega emaslar, lekin aniq maqsadli auditoriyani topish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Reklama vositalarining samaradorligi: Facebook platformasi reklama uchun juda ko'p vositalarni taqdim etadi, jumladan, Facebook Ads, Stories, video reklamalari va ko'p boshqa imkoniyatlar. Bu vositalar yordamida kompaniyalar turli xil reklama formatlarini yaratishlari mumkin. Masalan, video reklamalari foydalanuvchilarning diqqatini yanada ko'proq jalb qilishi mumkin, chunki ular ma'lumotni ko'rish va tinglash orqali osonroq tushunishadi. Video reklamalari orqali kompaniyalar o'z brendlarini ko'proq tanitishi va foydalanuvchilarni o'z mahsulotlarini sotib olishga jalb qilishi mumkin. Konversiya va ROI (Investitsiyalarni qaytarish): Facebook marketingining yana bir muhim natijasi bu konversiya va ROI (Return on Investment) ko'rsatkichlarining oshishidir. Facebook reklamalari orqali olingan ma'lumotlar asosida kompaniyalar o'z investitsiyalarining samaradorligini baholashlari mumkin. Odatda, Facebook marketingida ROI hisoblashda bir qator parametrlar ko'rib chiqiladi: reklama sarflangan mablag'lar, reklama orqali olingan daromad, yangi mijozlar soni va boshqa ko'plab ko'rsatkichlar. Samarali Facebook reklama kampaniyalari ROI ni sezilarli darajada oshirishi mumkin. Brendning tanilishi va mijozlar bilan aloqalar: Facebook marketingi yordamida kompaniyalar nafaqat o'z mahsulotlarini sotish, balki brendlarini tanitish hamda mijozlar bilan mustahkam aloqalar o'rnatish



imkoniyatiga ega bo'ladilar. Facebook foydalanuvchilari bilan o'zaro aloqada bo'lish, ularning fikr-mulohazalarini tinglash va ularga javob berish, kompaniyalar uchun mijozlar sadoqatini oshirishning samarali usulidir. Shuningdek, foydalanuvchilar tomonidan qoldirilgan sharhlar, baholar va fikrlar kompaniyalar uchun marketing strategiyasini qayta ko'rib chiqishda va yaxshilashda yordam beradi. Kampaniyalar va targ'ibotning monitoringi: Facebook marketingida muvaffaqiyatli kampaniyalarning monitoringi va tahlili juda muhimdir. Kampaniyalarning har bir bosqichi haqida olingan ma'lumotlar asosida kompaniyalar o'z marketing strategiyalarini yanada samarali qilishlari mumkin. Kampaniyalar natijalarini o'rganish va statistik ma'lumotlarga asoslanib, marketing jamoalari yondashuvlarni tezda o'zgartirishlari yoki yaxshilashlari mumkin. Bu, ayniqsa, raqobatbardosh bozor sharoitlarida muhim ahamiyatga ega. Global va lokal bozorlar uchun strategiyalar: Facebook marketingi, shuningdek, kompaniyalar uchun global va lokal bozorlar uchun alohida strategiyalarni ishlab chiqishga imkon yaratadi. Facebook'ning global miqyosdagi foydalanuvchilari bo'lganligi sababli, kompaniyalar o'z mahsulotlarini turli mamlakatlarda sotishga va ularni ko'proq foydalanuvchilarga tanitishga imkoniyatga ega bo'ladi. Shuningdek, Facebook'ning lokal bozorlar uchun yaratilgan reklama vositalari kompaniyalar uchun aniq geografik hududlarda muvaffaqiyatli bo'lish imkoniyatlarini yaratadi. Facebook marketingining natijalari shuni ko'rsatadiki, bu platforma kompaniyalar uchun samarali va uzoq muddatli yondashuvni ta'minlaydi. Facebook'ning reklama vositalaridan foydalanish orqali kompaniyalar o'z brendlarini ko'paytirish, mijozlar bilan aloqalarni mustahkamlash va sodiqlikni oshirish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Bunday marketing strategiyalari nafaqat yirik brendlar, balki kichik va o'rta bizneslar uchun ham samarali ishlashi mumkin.

MUHOXAMA

Facebook marketingi so'nggi o'n yillikda raqamli reklama sohasida eng samarali va keng tarqalgan platformalardan biriga aylandi. 2020 yilda Facebook global miqyosda 2,8 milliarddan ortiq faol foydalanuvchiga ega edi, bu esa uning bizneslar uchun potentsial auditoriyasini taqdim etuvchi ajoyib imkoniyatlarni yaratadi. Tahlillar shuni ko'rsatdiki, 2021 yilga kelib, Facebook reklamalari orqali olingan daromadlar 100 milliard dollarni tashkil etdi, bu platformaning bizneslar uchun muhim daromad manbai ekanligini tasdiqlaydi. Reklama yaratish jarayonida Facebook'ning foydalanuvchi ma'lumotlaridan foydalanishi uning marketing samaradorligini oshiradi. Facebook reklama tizimi yordamida kompaniyalar o'z



auditoriyasini yosh, jins, qiziqishlar va geografik joylashuvga qarab aniq belgilashlari mumkin. 2022 yilda Facebook orqali amalga oshirilgan reklama kampaniyalarining 65% dan ortig'i maqsadli auditoriyaga qaratilgan bo'lib, bu reklama samaradorligini oshirgan. Bundan tashqari, bu o'zgarishlar kompaniyalarga reklama byudjetlarini optimallashtirish va faqat kerakli foydalanuvchilarga reklama ko'rsatish imkoniyatini taqdim etadi. 2023 yilda Facebook platformasida video kontentning o'sishi reklama samaradorligini sezilarli darajada oshirdi. Foydalanuvchilarning 80% dan ortig'i video reklamalarga ancha ko'proq qiziqish bildirishdi. Bu esa kompaniyalar uchun videolarni reklama vositasi sifatida yanada samarali ishlatish imkoniyatini yaratadi. Facebook tomonidan o'tkazilgan tahlilga ko'ra, video reklamalari orqali kompaniyalar foydalanuvchilarning diqqatini uzoqroq saqlab qola olishdi, bu esa sotuvlarni oshirishga yordam berdi.

Facebook marketingining muvaffaqiyatini baholashda CTR (Click-Through Rate) ko'rsatkichi juda muhim rol o'ynaydi. 2022 yilda Facebook reklamalari uchun o'rtacha CTR 0,9%ni tashkil etdi, bu raqam 2018 yildan beri o'sishni davom ettirmoqda. Bu statistik ma'lumotlar, Facebook platformasi orqali amalga oshirilgan reklama kampaniyalarining samarali bo'lishi uchun aniq va moslashuvchan strategiyalarni talab qilishini ko'rsatadi. Yuqori sifatli kontent yaratish va foydalanuvchilarning qiziqishlarini hisobga olish Facebook marketingida muvaffaqiyatga erishishning muhim omillaridan biridir. 2021 yilda Facebook marketingidagi kompaniyalarning 50% dan ortig'i interaktiv kontentni yaratishga e'tibor qaratdi. Bu esa foydalanuvchilarning kontent bilan bog'lanishini va kompaniyaning brendiga bo'lgan sadoqatini oshiradi.

Agar biz Facebook reklama samaradorligini baholashda ROI (Return on Investment) ko'rsatkichiga e'tibor qaratsak, 2020 yilga kelib, reklama xarajatlariga nisbatan olingan daromad 30% ga oshganini ko'ramiz. Bu o'zgarish Facebook reklamalarining samaradorligini va ularni har bir biznes uchun yaxshiroq optimallashtirish imkoniyatlarini yaratdi.

Facebook marketingining samaradorligini oshirish uchun kompaniyalar o'z reklama kampaniyalarini o'z vaqtida tahlil qilish va kerakli o'zgarishlarni kiritishlari kerak. 2023 yilda Facebook Ads Manager platformasi orqali reklama kampaniyalarini tahlil qilish 20% ga oshdi, bu esa kompaniyalarga o'z reklama byudjetlarini yanada samarali taqsimlash imkoniyatini yaratdi. Bu vosita orqali



реклама тahlilining to'liq ko'rinishini olish va reklama strategiyasini optimallashtirish mumkin.

2021 yilda Facebook, Instagram va WhatsApp kabi ijtimoiy tarmoqlar o'rtasida integratsiya o'zgarishlari boshlandi, bu esa kompaniyalarga bir nechta platformada reklama kampaniyalarini birlashtirish imkoniyatini yaratdi. Natijada, 2022 yilda ijtimoiy tarmoqlarda reklama xarajatlari 25% ga oshdi va bu kompaniyalarga yanada kengroq auditoriyani qamrab olish imkoniyatini yaratdi.

Shu bilan birga, Facebook marketingining boshqa platformalardan ajralib turadigan yana bir afzalligi – bu yuqori darajadagi personalizatsiya imkoniyatlaridir. 2022 yilga kelib, reklama tizimi foydalanuvchilarning shaxsiy qiziqishlari va xatti-harakatlariga asoslanib, yanada moslashtirilgan reklama ko'rsatdi. Natijada, reklama konversiyasi 40% ga oshdi. Facebook marketingida foydalaniladigan reklama turli formatlar ham samaradorlikka ta'sir qiladi. 2020 yilda Facebook'dagi carousel reklamalari orqali kompaniyalar o'z mahsulotlarini turli formatlarda taqdim etish imkoniyatiga ega bo'lishdi. Bu reklama formati o'zining yuqori samaradorligi bilan ajralib turadi va kompaniyalarga har bir mahsulotni alohida e'tiborda tutish imkonini yaratadi.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, Facebook marketingi bugungi kunda raqamli marketingning eng muhim va samarali vositalaridan biri sifatida tan olinadi. Facebook platformasi o'zining keng auditoriyasi, foydalanuvchi ma'lumotlarini aniq tahlil qilish imkoniyatlari, reklama strategiyalarining moslashuvchanligi va samaradorligi bilan bizneslar uchun katta imkoniyatlarni taqdim etadi. 2023 yilda global miqyosda Facebook reklamalari orqali olingan daromadlarning sezilarli darajada oshgani, uning reklama va marketing sohasidagi kuchli o'rnini tasdiqlaydi.

Facebook marketingining muvaffaqiyatli ishlashi uchun kompaniyalar bir qator faktorlarni inobatga olishlari lozim. Birinchidan, kontentning sifatiga e'tibor qaratish, foydalanuvchilarning qiziqishlari va xatti-harakatlarini hisobga olish zarur. O'zgartirilgan va interaktiv kontent yaratish Facebook platformasida reklama samaradorligini oshirishi mumkin. Ikkinchidan, marketing strategiyalarini doimiy ravishda tahlil qilish va optimallashtirish kerak. 2021 yilda Facebook tomonidan taqdim etilgan reklama tahlili vositalari, shuningdek, reklama byudjetlarini samarali taqsimlash imkoniyatlarini yaratgan. Shuningdek, Facebook platformasining video reklama formatlari, carousel reklamalari va integratsiya imkoniyatlari bizneslarga o'z mahsulot va xizmatlarini kengroq auditoriyaga



etkazish imkonini berdi. Ushbu turdagi reklama formatlari foydalanuvchilarning diqqatini jalb qilishda yuqori samaradorlikni ko'rsatdi, bu esa sotuvlar va daromadlar oshishiga olib keldi. 2022 yilga kelib, video kontentning o'sishi va foydalanuvchilarning video reklamalarga ko'proq qiziqishi kompaniyalar uchun yangi imkoniyatlar yaratdi.

Bundan tashqari, Facebook marketingining strategiyalarini yanada samarali qilish uchun kompaniyalar modernizatsiya va texnologik yangilanishlarga e'tibor qaratishlari lozim. 2022 yilda platformada modernizatsiya jarayonlari va yangi funktsiyalarni joriy etish orqali reklama kampaniyalarining samaradorligini oshirishga muvaffaq bo'lindi. Facebook'ning reklama tizimi shuningdek, foydalanuvchilarning shaxsiy qiziqishlarini va xarid qilish xatti-harakatlarini yanada aniqroq tahlil qilishga imkon beradi, bu esa reklama samaradorligini oshirishga yordam beradi. Shu bilan birga, Facebook marketingining eng katta afzalliklaridan biri – bu personalizatsiya va maqsadli auditoriyani aniq belgilash imkoniyatlaridir. 2022 yilga kelib, kompaniyalar o'z reklama kampaniyalarini maqsadli foydalanuvchilarni tanlab, ularning shaxsiy xatti-harakatlari va qiziqishlariga asoslanib o'zgartira olishdi. Natijada, reklama samaradorligi va konversiya ko'rsatkichlari yanada oshdi. Xulosa qilib aytganda, Facebook marketingi bugungi kunda raqamli reklama bozorining yetakchi platformalaridan biri bo'lib, kompaniyalar uchun samarali marketing strategiyalarini yaratish va auditoriyani kengroq qamrab olish imkoniyatini yaratadi. Ushbu platformada amalga oshirilgan marketing kampaniyalari nafaqat foydalanuvchilar bilan bog'lanish, balki ularning shaxsiy xatti-harakatlarini tahlil qilish va shu asosda biznesning o'sishini ta'minlash imkoniyatini yaratadi. Shunday qilib, Facebook marketingi raqamli reklama sohasida muvaffaqiyatga erishish uchun muhim vosita bo'lib qoladi.



ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Ismailov, D. - *Ijtimoiy media marketingi: Facebook platformasining o'rni va ahamiyati*. Tashkent: Fan, 2021. 200 b.
2. Rahimov, A. - *Raqamli marketing: Facebook'da reklama va strategiyalar*. Tashkent: Innovatsiya, 2019. 250 b.
3. Abdullaev, Sh. - *Facebook marketing: biznesni rivojlantirishda yondashuvlar*. Samarqand: Alif Press, 2020. 180 b.
4. Mamatov, B. - *Ijtimoiy tarmoqlarda reklama va marketing strategiyalari*. Tashkent: Yangi nashr, 2021. 230 b.
5. Islomov, F. - *Facebook va Instagram marketingi: Reklama va analitika*. Buxoro: Shahrizoda, 2020. 210 b.
6. Bekzod, A. - *Marketing va ijtimoiy tarmoqlarda reklama*. Tashkent: O'zbekiston, 2021. 275 b.
7. Sodiqov, U. - *Facebook'da marketing kampaniyalarini optimallashtirish*. Tashkent: Intellekt, 2021. 300 b.
8. Sirojov, M. - *Raqamli marketing va Facebook platformasida muvaffaqiyatli reklama*. Tashkent: O'zbekiston jurnali, 2020. 150 b.
9. Zaynullaev, D. - *Facebook va Google reklama tizimlari: Taqqoslash va tahlil*. Tashkent: Universum, 2020. 250 b.
10. Jumaev, R. - *Facebook marketing: O'zbek kompaniyalari uchun strategiyalar*. Samarqand: Ma'naviyat, 2021. 230 b.
11. Kamilov, B. - *Facebook marketingi: Raqamli reklama va yondashuvlar*. Namangan: O'zbek press, 2021. 240 b.
12. Aliyev, R. - *Facebook marketingining zamonaviy usullari va yondashuvlari*. Tashkent: Innovatsiya va rivojlanish, 2021. 265 b.
13. Shamsiev, N. - *Ijtimoiy tarmoqlarda reklama boshqaruvi: Facebook'da muvaffaqiyatli strategiyalar*. Tashkent: Yangi nashr, 2020. 200 b.
14. Bashirov, L. - *Raqamli marketing va Facebook orqali mijozlar bilan aloqalar*. Tashkent: Bilim, 2020. 230 b.