

**STOMATOLOGIK XIZMAT KO'RSATISH SEKTORIGA
MIJOZLARNI JALB QILISHDA MARKETINGNING TUTGAN O'RNI**

EMU university Mutaxassislik fanlar kafedrası dotsenti, iqtisodiyot fanlari

*bo'yicha falsafa doktori **Sh.M.Abdurazzakova***

EMU University stomatologiya yo'nalishi 3-kurs talabasi

Tojixonov Saidislomxon Saidkahramonovich

EMU University stomatologiya yo'nalishi 3-kurs talabasi

Abdullayev Abdulvosit Sharifjon o'g'li

EMU University stomatologiya yo'nalishi 3-kurs talabasi

Salimova Zuhra Boymurot qizi

EMU University stomatologiya yo'nalishi 3-kurs talabasi

Rabbimqulova Dilnura Abduvait qizi

Annotatsiya: *Ushbu maqolada Stomatologik bozorlar tadqiq qilingan. Stomatologik sektorlarga mijozlarni jalb qilishdagi marketing strategiyalari tahlil qilingan. Stomatologik xizmat ko'rsatish subyektlariga internet tarmog'idan foydalanish afzalligi va sodiq mijozlarni shakllantirish tartibi ishlab chiqilgan.*

Kalit so'zlar: *stomatologiya, marketing, SMM, direct marketing, mijoz, reklama, biznes, stomatologik xizmatlar.*

Аннотация: *В данной статье рассматриваются стоматологические рынки. Проанализированы маркетинговые стратегии привлечения клиентов в стоматологические отрасли. Разработаны преимущества использования Интернета для субъектов стоматологического обслуживания и порядок формирования лояльных клиентов.*

Ключевые слова: *стоматология, маркетинг, SMM, директ-маркетинг, заказчик, реклама, бизнес, стоматологические услуги.*

Abstract: *This article examines the dental markets. Marketing strategies for attracting customers to stomatological sectors are analyzed. The procedure for the formation of loyal customers and the advantage of using the Internet for stomatological service subjects has been developed.*

Key words: stomatology, marketing, SMM, direct marketing, customer, advertising, business, stomatological services.

Kirish

Stomatologiya sohasi kundan kunga rivojlanib taraqqiy etib kelmoqda, shu bilan birgalikda bu sohaga tegishli mutaxassis stomatologlarga ham zarurat ortib bormoqda. Tajribali tish shifokorini topishda bugungi kundagi eng asosiy muammolardan biri - soxta bo'shliqlarni to'ldirishdan tortib, ular tomonidan ko'rsatilayotgan stomatologik xizmatlar uchun ortiqcha to'lovlar undirilishi, har xil salbiy oqibatlar kabi muammolar insonlarni stomatologlarga bo'lgan ishonchsizligini keltirib chiqarmoqda. Sodiq mijozlarni va ularning kata auditoriyasini jalb qilish marketing muammolaridan biri hisoblaniladi. Potensial mijozlarga stomatologlarni topishni osonlashtiradigan dunyo bo'ylab ba'zi aqlli marketing g'oyalari mavjud.

1. Mahalliy xabardorlik g'oyasi.

Korxonaning stomatologik amaliyoti haqida tadqiqotlar olib borilganda, stomatologik xizmatlarni kimga sotayotgani haqida aniq ma'lumot berish muhimdir. Katta ehtimol bilan amaliyot uchun reklamalarni 50 km radiusdan tashqarida ko'rsatish samarasiz hisoblaniladi. agar korxonaga joylashgan hududda reklama berilmasa, undan 100 km larcha uzoqlikda joylashgan auditoriya bu stomatologik xizmatlardan foydalanishi ancha qiyin, chunki ularning oldidagi birinchi muammo yo'l uzoqligi va vaqt ko'p ketishi hisoblaniladi. Mahalliy aholini xabardor qilish reklamalari mahalliy auditoriyani jalb qilishning keng tarqalgan usuli bo'lib, yangi xarita kartasidan stomatologiya biznesining manzili, biznesgacha bo'lgan masofasi, ish soatlari va "Yo'nalish olish" kabi mahalliy ma'lumotlarni almashish uchun foydalanish mumkin.

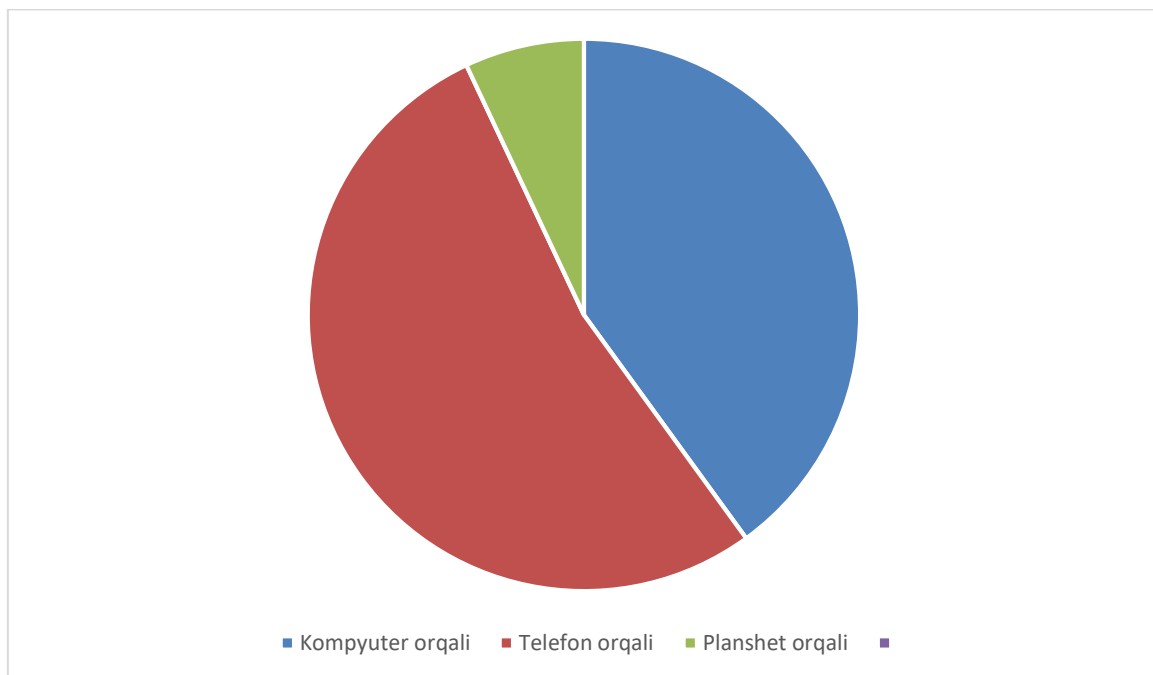
2. Direct marketing.

Stomatologik marketing yoki reklamaning asosiy maqsadi bemorlar va istiqbolli odamlar uchrashuvga yozilishlaridir - bu odatda telefonni olib, ofisga qo'ng'iroq qilish orqali amalga oshiriladi. Qo'ng'iroq qilish uchun bosing

reklamalari mobil, ish stoli va planshetda Facebook va Google Ads (ilgari Google AdWords deb nomlanuvchi) orqali mavjud .

3. Faqat mobil qo'ng'iroqlar uchun e'lonlar

Google ma'lumotlariga ko'ra, sog'liqni saqlashga oid qidiruvlarning aksariyati smartfonda amalga oshiriladi. Va har yigirma Google qidiruvidan biri sog'liq bilan bog'liq ma'lumot uchun. Google Ads orqali faqat qo'ng'iroqlar uchun mo'ljallangan kompaniyalar bilan faqat mobil qurilmalar uchun reklama yaratishingiz mumkin . Bu ko'rsatkich dunyo bo'ylab statistik tahlillar amalga oshirilib, eng ko'p stomatologlarga bog'lanishda mobil qurilmalardan ekanligi aniqlangan.



1-rasm. Mijozlarning stomatologik xizmatlardan foydalanishda elektron texnikalardan foydalanish holati

4. Uchrashuv haqida eslatmalar.

Bu eslatma yoki telefon qo'ng'irog'i ko'rinishida bo'ladimi, bemorlar kelishiga ishonch hosil qilish uchun uchrashuvni eslatish muhimdir. Google taqvim ogohlantirishlaridan foydalanish va uchrashuvni tasdiqlash va eslatmani elektron pochta orqali yuborish orqali bu jarayonni soddalashtirish mumkin. Bundan tashqari, ushbu usullardan bemorlaringizga uchrashuv tayinlashni, ya'ni yillik ko'rikni eslatish uchun ham foydalanish ancha oson va qulayligi bilan ajralib turadi.

5. *Google Ads daromadlarini maqsadli belgilash*

Har bir kishi muntazam ravishda ko'rik va yillik profilaktika uchun tish shifokoriga borishi kerak. Tahlillarga qaraganda, ko'pchilik buni qilmaydi. Google Ads-da daromad darajasiga qarab turli demografiyalarni belgilash mumkin. Sozlamalar yorlig'iga o'ting va "Kengaytirilgan joylashuv" ni tanlang. Bu menyuni ochadi: AdWords-da daromadlarni maqsadli belgilash

"Joylashuv guruhlari" yorlig'ini tanlang va uchta variant ro'yxatini ko'rasiz. Bu narsa "Demografiya" deb ataladi.

6. *Yo'naltiruvchi bonuslar*

Ma'lumotlariga ko'ra, odamlarning 93 foizi do'stlarining tavsiyalariga ishonishadi. Ushbu tavsiyalarni rag'batlantirish kerak! Yo'naltiruvchi bonuslar joriy mijozlarni saqlab qolish va amaliyotni kengaytirish uchun ishlatilish mumkin. Uchrashuv tayinlagan har bir tavsiyanoma uchun tish shifokoriga 10 dollar chegirma berish kerak! Buni osonlashtirish uchun, bemorlar ro'yxatdan o'tayotganda biznes yo'llanma kartalarini taqdim qilish va ularni rag'batlantirib boorish zarur.

7. *SMM orqali amaliyotni rivojlantirish*

Ijtimoi tarmoq vositalari orqali mijozlarni jalb qilish va ularning amaliyotda davolanish xizmatlaridan olgan ijobiy taasurotlarini vidolar orqali ulashib foydalanuvchilar sonini yanada oshirish bugungi kundagi ustuvor masalalardan biridir.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Jalolov J. Marketingni boshqarish strategiyalari: O'quv qo'llanma. T.: Fan va texnologiyalar, 2012
2. Soliyev A., Buzrukxonov S. Marketing: O'quv qo'llanma. 2010
3. "Marketing Asoslari" - Philip Kotler, Gary Armstrong 2006
4. "Strategik Marketing Boshqaruv: Rivojlanish, Amalga Oshirish va Nazorat" - Alexander Chernev, 2014 yilda

5. "Marketing Metrikalari: Marketing Faoliyatini O'lchashning E'tiborli Qo'llaniladigan Rehberi" - Paul W. Farris, Neil T. Bendle, et al. (Birinchi nashri 2006 yilda)

6. <https://www.wordstream.com/>