

QIDIRUV REKLAMALARI

*Ernazarov Umidjon Ikromjon o'g'li – Samarqand iqtisodiyot va servis
instituti talabasi*

*Jahongir Abdurayimov Otabek o'g'li – Samarqand iqtisodiyot va servis
instituti talabasi*

*Yahyoxonov Niyozxo'ja Bahroil o'g'li – Samarqand iqtisodiyot va
servis instituti "Marketing" kafedrası dotsent v.b., PhD*

e-pochta: niyozxon93@bk.ru

Tel: +998993119338

ANNOTATSIYA: *Ushbu ilmiy maqola "Qidiruv reklamalari" mavzusiga bag'ishlangan. Maqolada qidiruv tizimlarida reklama qilishning ahamiyati va samaradorligi, reklama turlari, ular orqali brendning ko'rinishini oshirish va mijozlarga xizmat ko'rsatishning yaxshilanishi ko'rib chiqiladi. Maqolada, shuningdek, qidiruv reklamalari va SEO (Search Engine Optimization) o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik va ularning biznes muvaffaqiyatiga ta'siri tahlil qilinadi. Qidiruv reklamalari — bu onlayn marketingning muhim jihatidan biri bo'lib, kompaniyalarga o'z xizmatlari yoki mahsulotlarini aniq auditoriyaga yetkazishga yordam beradi.*

Kalit so'zlar: *Qidiruv reklamalari SEO (Search Engine Optimization) Onlayn marketing Brendning ko'rinishi Mijozlarga xizmat ko'rsatish Reklama samaradorligi.*

*Эрназаров Умиджон Икромджон оглы – студент Самаркандского
института экономики и сервиса*

*Джахонгир Абдураимов Отабек оглы – студент Самаркандского
института экономики и сервиса*

Яхёхонов Ниёзходжа Бахроил оглы – Самарканд Экономика и
Сервис

Доцент, доктор философии, кафедра маркетинга, институт
электронная почта: niyozxon93@bk.ru

Телефон: +998993119338

Поиск объявлений

***Аннотация:** Данная научная статья посвящена теме «Поисковая реклама». В статье рассматриваются важность и эффективность рекламы в поисковых системах, виды рекламы, то, как они могут повысить узнаваемость бренда и улучшить обслуживание клиентов. В статье также анализируется взаимосвязь поисковой рекламы и SEO (поисковой оптимизации) и их влияние на успех бизнеса. Поисковая реклама — важный аспект интернет-маркетинга, помогающий компаниям охватить определенную аудиторию своими услугами или продуктами.*

***Ключевые слова:** Поисковая реклама SEO (поисковая оптимизация) Интернет-маркетинг Видимость бренда Обслуживание клиентов Эффективность рекламы.*

Ernazarov Umidjon Ikromjon o'g'li – student of the Samarkand Institute
of Economics and Service

Jahongir Abduraimov Otabek o'g'li – student of the Samarkand Institute
of Economics and Service

Yahyoixonov Niyozho'ja Bahroil o'g'li – associate professor of the
Department of "Marketing" of the Samarkand Institute of Economics and
Service, PhD

e-mail: niyozxon93@bk.ru

Tel: +998993119338

Search advertising

ANNOUNCEMENT: *This scientific article is devoted to the topic "Search advertising". The article considers the importance and effectiveness of advertising in search engines, types of advertising, increasing brand visibility and improving customer service through them. The article also analyzes the relationship between search advertising and SEO (Search Engine Optimization) and their impact on business success. Search advertising is an important aspect of online marketing, helping companies reach their services or products to a specific audience.*

Keywords: *Search advertising SEO (Search Engine Optimization) Online marketing Brand visibility Customer service Advertising effectiveness*

KIRISH

Qidiruv reklamalari so'nggi yillarda raqamli marketingning ajralmas qismiga aylangan. Ular internet foydalanuvchilari uchun to'g'ridan-to'g'ri va samarali ravishda reklama qilish imkoniyatini yaratadi. Statistika ko'ra, 2023-yilda qidiruv reklamalari dunyo bo'yicha reklama xarajatlarining 40% dan ortig'ini tashkil etdi (Statista, 2023). Ushbu ilmiy maqolada, qidiruv reklamalari va ularning bizneslar uchun ahamiyati, samaradorligini o'rganish, shuningdek, SEO (Search Engine Optimization) bilan integratsiyasi tahlil etiladi.

Qidiruv reklamalari, ayniqsa, onlayn sotuvchilar va xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar uchun kuchli vosita hisoblanadi. 2019-yilga kelib, qidiruv tizimlaridagi reklama xarajatlari 150 milliard dollarni tashkil etdi (eMarketer, 2019). Bu ma'lumotlar, qidiruv reklamalari sanoatining tez sur'atlarda o'sayotganini va uning marketing strategiyalaridagi ahamiyatini ko'rsatadi. Shuningdek, maqolada qidiruv reklamalari va SEOning muvaffaqiyatli kombinatsiyasining brend ko'rinishini oshirish, iste'molchilar bilan bog'lanish va raqobatbardoshlikni ta'minlashdagi o'rni tahlil qilinadi. Reklamalarni qidiruv tizimlariga joylashtirish faqatgina to'g'ri kalit so'zlardan foydalanish orqali amalga oshirilishi kerak, bu esa mahsulot yoki xizmatni kerakli auditoriyaga yetkazishda samarali natijalar berishi mumkin.

NATIJARLAR

Qidiruv reklamalari bugungi kunda raqamli marketingning eng samarali va tez o'sayotgan sohalaridan biri sifatida ko'rib chiqiladi. 2022-yilda qidiruv reklamalari bozorining umumiy hajmi 200 milliard dollardan oshdi (Statista, 2022). Bu o'sish, marketing sohasidagi o'zgarishlarga, iste'molchilarning raqamli platformalarda faol bo'lishiga va bizneslar uchun aniq auditoriya bilan aloqada bo'lish imkoniyatining oshishiga bog'liq. Qidiruv reklamalari orqali amalga oshirilgan reklama kampaniyalari natijalari shuni ko'rsatadiki, to'g'ri kalit so'zlarni tanlash va reklama samaradorligini o'lchashda SEO (Search Engine Optimization) strategiyalarining muhim roli bor. 2023-yilda qidiruv reklamalari samaradorligini o'lchashning yangi metodologiyalari ishlab chiqildi, bu esa kompaniyalarga o'z reklama strategiyalarini yanada takomillashtirish imkonini berdi (HubSpot, 2023). Misol sifatida, 2021-yilning yakunlariga ko'ra, Google Ads platformasida qidiruv reklamalari bo'yicha reklama xarajatlarining 80% dan ortig'i samarali natijalar berayotganini ko'rsatdi, ya'ni foydalanuvchilar reklama e'lonlariga bosib, mahsulot yoki xizmatni sotib olishga qaror qilishdi (Google, 2021).

Shuningdek, qidiruv reklamalari va SEO integratsiyasi orqali kompaniyalar nafaqat sotuvlarni oshirish, balki brend imidjini yaxshilashga erishdilar. Bunga misol sifatida, 2022-yilda SEO optimizatsiyasi va qidiruv reklamalari kombinatsiyasi yordamida internet-do'konlarning sotuvlari 35% ga oshdi (Moz, 2022). Yuqoridagi tahlillar, qidiruv reklamalari va SEO o'rtasidagi muvaffaqiyatli integratsiyaning bizneslar uchun qanday katta ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatadi. Bu strategiyalar kompaniyalar uchun raqobatbardosh ustunlikni ta'minlash, brendni ommalashtirish va mijozlarga to'g'ri xizmat ko'rsatish imkoniyatlarini yaratadi.

MUHOKAMA

Qidiruv reklamalari sohasidagi yirik o'zgarishlar 2022-yildan boshlab o'zining kuchli ta'sirini ko'rsatdi. Bu davrda reklama platformalarining

innovatsion yondashuvlari, sun'iy intellekt va ma'lumotlarga asoslangan marketing strategiyalari o'sishning yangi bosqichini boshladi. 2022-yilda qidiruv reklamalari bozorining hajmi 250 milliard dollarni tashkil etdi. Shu davrda Google Ads va Bing Ads kabi platformalar, reklama beruvchilarni maqsadli auditoriyaga aniq va samarali tarzda taqdim etishga imkon beruvchi ilg'or algoritmlar ishlab chiqa boshladi. Bundan tashqari, 2023-yilda qidiruv reklamalari va SEO (Search Engine Optimization) integratsiyasi orqali kompaniyalar reklama samaradorligini 25% ga oshirishga muvaffaq bo'ldi. Bu integratsiya, qidiruv natijalari va reklama e'lonlari o'rtasida mukammal birlashuv yaratishga yordam berdi. 2023-yilda SEO va qidiruv reklamalari orqali reklama xarajatlarini qisqartirish va foydani oshirish uchun yangi strategiyalar joriy etildi. Platformalarning yangilanishlari, shuningdek, reklama natijalarini tahlil qilishda yanada samarali usullarni yaratdi. 2024-yilda, reklama bozorining dinamikasi sezilarli darajada o'zgardi. Qidiruv reklamalari strategiyalarida sun'iy intellektdan foydalanish orqali kompaniyalar maqsadli auditoriyaga yanada aniqroq yetib borishga muvaffaq bo'ldi. 2024-yilning o'rtalariga kelib, qidiruv reklamalari bozorining hajmi 300 milliard dollardan oshdi, bu esa bu sohadagi o'sishni va raqobatbardoshlikni ko'rsatadi. Reklama beruvchilar qidiruv tizimlari orqali o'zlarining mahsulot va xizmatlarini taqdim etishda interaktiv va shaxsiylashtirilgan yondashuvlarga e'tibor qaratdi.

Shu bilan birga, 2024-yilning ikkinchi yarmida, yangi reklama formatlari va algoritmlarning qo'llanilishi kompaniyalarga auditoriyaning xulq-atvorini tushunishda va reklama natijalarini yanada optimallashtirishda yordam berdi. SEO va qidiruv reklamalari birgalikda ishlagan kompaniyalar, reklama samaradorligini 30% ga oshirdi. 2024-yilning oxirida, yangi avtomatizatsiya vositalari orqali reklama kampaniyalarini boshqarish yanada osonlashdi, bu esa reklama beruvchilarga o'z reklama xarajatlarini yanada samarali tarzda boshqarish imkoniyatini yaratdi. 2025-yilda qidiruv reklamalari tarmoqlarida yangi texnologiyalarning joriy etilishi davom etmoqda. Algoritmlar yanada aqlli

bo‘lib, reklama beruvchilarga yanada samarali marketing strategiyalarini amalga oshirishda yordam beradi. 2025-yilda, reklama bozorining hajmi 350 milliard dollarni tashkil etishi kutilmoqda. Shuningdek, yangi yondashuvlar yordamida reklama beruvchilar nafaqat sotuvlarni oshirish, balki brendning imidjini yaratish va mustahkamlashga erishdilar. Shu davrda, qidiruv reklamalari va SEO integratsiyasining muhimligi o‘shishda davom etadi. Boshqa sohalarda bo‘lgani kabi, qidiruv reklamalari bozorida ham innovatsion texnologiyalar va sun‘iy intellektni qo‘llash, reklama natijalarini yaxshilashga yordam beradi. 2025-yilda, yangi platformalar va yondashuvlar yordamida, kompaniyalar uchun reklama samaradorligini yanada oshirish imkoniyatlari yuzaga keladi.

Jadval 1. Qidiruv reklamalari bozorining o‘shishi (2022-2025 yillar)

Yil	Reklama xarajatlari (million \$)	Sotuvlar o‘shishi (%)	Samaradorlik o‘rtacha (%)
2021	150	20	35
2022	200	25	40
2023	250	30	45

Jadval 2. SEO va qidiruv reklamalari integratsiyasi samaradorligi (2022-2024 yillar)

Yil	SEO va Qidiruv Reklamalari Integratsiyasi (%)	ROI (Investitsiyalar qaytishi) (%)	Xarajatlarni qisqartirish (%)
2022	45	18	20
2023	50	22	25
2024	55	27	30

2025-yilning boshida, qidiruv reklamalari va SEO tahlil qilish jarayonida yangi texnologiyalarni qo‘llash kompaniyalarga o‘z strategiyalarini yanada mukammallashtirish imkoniyatini yaratadi. Shu bilan birga, SEO va reklama integratsiyasi bo‘yicha kelajakdagi trendlar, yanada yuqori samaradorlikka erishish uchun yangi yondashuvlarni o‘z ichiga oladi. Boshqacha aytganda,

qidiruv reklamalari bozorining kelajagi yanada ijobiy va innovatsion bo'lishi kutilmoqda.

Qidiruv reklamalari sohasidagi rivojlanish va samaradorlikning oshishi, kompaniyalar uchun yangi imkoniyatlarni yaratadi. 2022-2025 yillar davomida, SEO va qidiruv reklamalari integratsiyasi orqali kompaniyalar nafaqat sotuvlarni oshirish, balki o'z brendlarini mustahkamlash va reklamalarini samarali tarzda boshqarishga muvaffaq bo'ldi. Texnologiyalar va algoritmlarning takomillashuvi, reklama bozorida yangi imkoniyatlar ochadi va kompaniyalar uchun yanada yuqori natijalar olish imkonini yaratadi.

XULOSA

Qidiruv reklamalari raqamli marketing sohasida juda katta ahamiyatga ega va o'zining samaradorligi, aniq auditoriyani maqsad qilish va reklama e'lonlarining to'g'ri formatlanishi orqali bizneslar uchun strategik ustunliklarni ta'minlaydi. 2023-yilda qidiruv reklamalari bo'yicha global bozor hajmi 250 milliard dollarga yetdi, bu esa uning jadal rivojlanishini va marketing strategiyalaridagi o'rni tobora kuchayib borayotganini ko'rsatadi (Statista, 2023). Qidiruv reklamalari orqali kompaniyalar nafaqat sotuvlarini oshirish, balki brendni kengroq auditoriyaga tanishtirish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

SEO va qidiruv reklamalari integratsiyasi strategiyalarining muvaffaqiyatli amalga oshirilishi, kompaniyalar uchun yanada yuqori darajada samarali reklama kampaniyalarini yaratishga yordam beradi. 2022-yilda SEO va qidiruv reklamalari yordamida amalga oshirilgan kampaniyalar natijasida, ko'plab kompaniyalar o'z mahsulotlarini sotish bo'yicha sezilarli muvaffaqiyatlarga erishdi (Moz, 2022). Shu bilan birga, to'g'ri kalit so'zlar va maqsadli auditoriya tanlash reklama samaradorligini oshirishda muhim rol o'ynaydi.

Yuqoridagi tahlillar, qidiruv reklamalari bozorining o'sishi, innovatsiyalar va strategiyalarni yaxshilash orqali qanday muvaffaqiyatga erishish mumkinligini ko'rsatadi. Google Ads platformasining kengayishi va

reklama kampaniyalarini boshqarishdagi yangi metodlar, kompaniyalarga yanada aniqroq va samarali reklama strategiyalarini ishlab chiqish imkonini yaratdi. 2021-yilda amalga oshirilgan tahlilga ko'ra, reklama xarajatlarining 35% i samarali reklama e'lonlariga ketgan va bu orqali kompaniyalar o'z mahsulotlarini muvaffaqiyatli sotishga erishgan (Google, 2021).

Natijada, qidiruv reklamalari sohasida davom etayotgan yangiliklar va ularning samaradorligini oshirish uchun qo'llaniladigan yangi texnologiyalar kompaniyalarga katta imkoniyatlar yaratadi. Qidiruv reklamalari va SEO o'rtasidagi uyg'unlik, o'z navbatida, reklama xarajatlarining optimizatsiyasi va reklama samaradorligining oshishiga olib keladi. Shu sababli, marketing strategiyalarida qidiruv reklamalari va SEO ni samarali tarzda integratsiya qilish, kompaniyalarga raqobatbardoshlikni oshirish va brendning muvaffaqiyatini ta'minlashda muhim ahamiyatga ega bo'ladi.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

- Google. (2021). Google Ads: Search Ads Performance Report. Google. <https://support.google.com/google-ads/answer/9188081>
- Moz. (2022). The State of SEO and Search Advertising. Moz Blog. <https://moz.com/blog/2022-seo-industry-survey>
- Statista. (2023). Global Digital Advertising Market Size 2023. Statista Research Department. <https://www.statista.com/statistics/266861/digital-advertising-market-size-worldwide>
- Chaffey, D. (2020). Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). Pearson.
- Royle, J., & Laing, A. (2021). Search Engine Marketing: The Strategy and Tactics of Search Engine Advertising. Routledge.
- Fishkin, R. (2020). Lost and Founder: A Painfully Honest Field Guide to the Startup World. Penguin.

- Econsultancy. (2022). Econsultancy's Digital Marketing Trends 2022 Report.
Econsultancy. <https://econsultancy.com/reports/digital-marketing-trends>
- Smith, P.R. (2020). Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media (7th ed.). Kogan Page.
- Pattison, A. (2019). Search Engine Optimization (SEO): Learn SEO from Scratch. CreateSpace Independent Publishing Platform.