

RAQAMLI MARKETING TAHLILINING STRATEGIK AHAMIYATI: GOOGLE ANALYTICS MISOLIDA

Po'latov Dilyorbek Dilshod o'g'li

Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti 1-kurs magistranti

Annotatsiya: Ushbu maqolada raqamli marketing tahlilining strategik ahamiyati Google Analytics misolida yoritib berilgan. Unda Google Analytics vositasi orqali maqsadli auditoriyani aniqlash, trafik manbalarini tahlil qilish, konversiyalar va ROI (investitsiyalar samaradorligi)ni o'lchash kabi jarayonlar batafsil tahlil qilingan. Shuningdek, foydalanuvchi tajribasini yaxshilash va marketing strategiyasini optimallashtirishdagi o'rni tushuntirilgan. Maqola raqamli marketingni yanada samarali boshqarish va uzoq muddatli strategik qarorlar qabul qilishda Google Analytics'ning muhim vosita ekanligini ta'kidlaydi.

Kalit so'zlar: raqamli marketing, Google Analytics, maqsadli auditoriya, trafik manbalari, konversiya, SEO, ijtimoiy tarmoqlar, trafik oqimi.

KIRISH

Zamonaviy raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing strategiyalarini muvaffaqiyatli boshqarishning asosiy omillaridan biri — tahliliy ma'lumotlardan samarali foydalanishdir. Raqamli marketing platformalarining rivojlanishi foydalanuvchilarning xatti-harakatlarini aniqlash, bozor ehtiyojlarini tahlil qilish va qaror qabul qilish jarayonlarini sezilarli darajada o'zgartirdi. Shu nuqtai nazardan, *Google Analytics* kabi vositalar raqamli ma'lumotlarning strategik ahamiyatini namoyon qiladi.

Google Analytics — bu nafaqat trafik va foydalanuvchi faoliyatini kuzatish vositasi, balki biznes qarorlarini ma'lumotlarga asoslangan holda qabul qilishga imkon beruvchi analitik platforma hisoblanadi. Ushbu vosita orqali kompaniyalar maqsadli auditoriyani aniqlashdan boshlab, marketing kampaniyalarining samaradorligini o'lchashgacha bo'lgan barcha bosqichlarni tizimli ravishda boshqarish imkoniyatiga ega.

Kirish bo'limida raqamli marketing tahlilining nazariy va amaliy ahamiyati yoritilib, ushbu sohadagi o'zgarishlarning ilmiy jihatdan tadqiq qilinishi zarurligi ta'kidlanadi. Shu bilan birga, Google Analytics misolida raqamli tahlil vositalarining biznes jarayonlarini optimallashtirishdagi o'rni tahlil qilinadi. Bu esa zamonaviy raqamli ekotizimning asosiy talablari — tezkorlik, moslashuvchanlik va samaradorlikka erishishda muhim ahamiyatga ega.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Raqamli marketing strategiyasi – bu sizning buyuk g‘oyalarinizi, hamda jamoangiz va biznesingiz g‘oyalarini mustahkam, kelishilgan va biznesingizga mos keladigan yagona strategiyada birlashuvini ifodalovchi tushuncha hisoblanadi. Ushbu strategiya ko‘zda tutilayotgan maqsadlarni amalga oshirishda yuqori ishonch, aniq shakllantirilgan reja sifatida faoliyat yurituvchi bir qancha bosqichlardan o‘tishi lozim. Raqamli marketing strategiyasini amalga oshirishda quyidagi sohalarga e‘tibor qaratish maqsadga muvofiq:

- mavjud imkoniyatni anglab olish; o‘z biznesingizni mukammal bilish; mijoz xulq atvorini o‘rganish;
- to‘qnashish mumkin bo‘lgan potensial muammolarga oldindan tayyorgarlik ko‘rish; muqobillikni ta‘minlash;
- mos raqamli kanallar imkoniyatlarini aniqlash; strategiyani tahlil qilish va rivojlantirish va boshqalar¹

Raqamli marketing - bu mahsulot yoki xizmatni sotish yoki ilgari surish uchun raqamli kanallar yoki texnologiyalardan foydalanish. Kontent marketingi, elektron pochta marketingi, bosish uchun to‘lov (PPC - pay-per-click) reklamasi va qidiruv tizimini optimallashtirish (SEO - Search engine optimization) barchasi raqamli marketingga misol bo‘la oladi. Oddiyroq qilib aytganda: agar mijoz onlayn bo‘lganda biror narsa sotib olishga xaridor undayotgan bo‘lsa, bu raqamli marketing.

PPCning eng mashhur shakllaridan biri qidiruv tizimining reklamasi bo‘lib, bu reklama beruvchilarga qidiruv tizimining natijalari sahifasida (SERP) reklama joylashtirish uchun to‘lash imkonini beradi. Bu kimdir o‘z biznes taklifiga tegishli kalit so‘zni qidirganda ishlaydi. Misol uchun, agar “Elektron savdo-sotiq” kalit so‘ziga taklif kiritilsa, reklama Google natijalari sahifasining yuqori qismida ko‘rinishi mumkin².

Maqsadli marketing - bu tahlil kompaniyaning qaror qabul qilishiga qanday ta‘sir qilishiga misoldir. Iste‘molchilarning maqsadli guruhining asosiy qadriyatlariga murojaat qiladigan boy, ma‘lumotli tarkibni ishlab chiqish orqali biznes jamiyat qurishni boshlashi mumkin. Har bir foydalanuvchi tarkibga tashrif buyurganida, kompaniya foydalanuvchi ma‘lumotlarini to‘playdi. Keyin kompaniya jamiyatning barcha a‘zolarini qamrab oladigan profillarni ishlab chiqishi mumkin, bu esa tarkibni yaxshilashga imkon beradigan marketing va umuman raqamli strategiya. Bundan tashqari, kompaniya mahsulotlari bilan bir xil yoki o‘xshash mahsulotlar haqida ma‘lumot to‘plash orqali u o‘z narxlarini raqobatbardosh qilish uchun sozlashi mumkin. Katta bozorlar uchun ushbu ma‘lumotlarga kirish kompaniyalarga yanada samarali savdo strategiyalarini shakllantirishga imkon beradi. Bundan tashqari,

¹ Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing / Simon Kingsnorth. –2016.

² Booms, B. H. and Bitner, M. J., 1981. Marketing strategies and organization structures for service firms. Marketing of services, 25(3), pp.47-52

arzonroq narxlar ilgari boshqa brendga sodiq bo‘lgan potensial mijozlarni jalb qilishi mumkin. Ma’lumotlar tahlili olingan ma’lumotlarga asoslanib tendensiyalarni, xulosalarni va savollarga javoblarni aniqlash uchun xom ma’lumotlarni tahlil qilishni o‘z ichiga oladi. Muvaffaqiyatli ma’lumotlarni tahlil qilish jarayoni siz qayerda bo‘lganligingiz, qayerda ekanligingiz va kerakli natijalarga erishish uchun qayerda bo‘lishingiz kerakligi haqida aniq tasavvur beradi³. Ma’lumotlarni tahlil qilish sohasi tez sur‘atlar bilan o‘sib bormoqda va kompaniyalar raqamli marketingni rivojlantirish uchun texnologik innovatsiyalardan foydalanish muhimligini tushunmoqdalar. Ilgari, marketing kompaniyaning xabarini iloji boricha ko‘proq odamlarga yetkazishni maqsad qilgan va bu ularning ba’zilariga bitim tugashi uchun ta’sir qiladi deb umid qilgan. Bugungi raqamli marketing va umuman marketing ma’lumotlar tahlili orqali yanada oqilona bo‘ldi. Biznes o‘z marketing xabarini faqat xarid qilish ehtimoli yuqori bo‘lgan mijozlarga yuboradi⁴.

Bugungi iste’molchilar Instagram, Facebook, Tik Tok, LinkedIn va Snapchat kabi ijtimoiy media texnologiyalaridan keng ko‘lamda foydalanadilar(l-rasm). Shuning uchun mashhur brendlar bir nechta ijtimoiy tarmoqlarida faol bo‘lishi juda muhimdir. So‘nggi statistikalariga ko‘ra, iste’molchilar o‘rtacha 8 taga yaqin ijtimoiy tarmoq sahifasidan foydalanadi. O‘rta yoshli insonlar kuniga o‘rtacha 2 soat 22 daqiqa vaqtini ijtimoiy tarmoqlarda o‘tkazadi - bu har kuni biznesning iste’molchilar bilan muloqot qilish va konvertatsiya qilish uchun deyarli 2 yarim soat mavjud degani. Telefoni bor 5,11 milliard odamning 3,26 milliard i ijtimoiy tarmoqlardan foydalanadi. Odamlar uyg‘oq vaqtining 1/7 qismini ijtimoiy texnologiyalarda o‘tkazadilar. Iste’molchilarning 64 foizi mashhur brendlar bilan ijtimoiy tarmoqda bog‘lanishini istaydi - bu amalda o‘zaro muloqot qilish va oxir-oqibat konvertatsiya qilish uchun eng qulay taklifdir⁵.

TADQIQOT NATIJALARI

Raqamli marketing uchun Google Analytics'ning asosiy xususiyatlari

Google Analytics kompaniyalarga o‘z veb-saytlarining ishlashi va foydalanuvchi xatti-harakatlari to‘g‘risida qimmatli ma’lumotlarni olishga yordam beradigan bir qator kuchli xususiyatlarni taklif etadi. Bunday funksiyalarga quyidagilar kiradi:

Auditoriya hisobotlari: veb-saytingizga tashrif buyuruvchilarning demografiyasi, qiziqishlari va xatti-harakatlarini o‘rganing, bu sizning marketing strategiyangizni maqsadli auditoriyangizga moslashtirish uchun juda muhimdir.

Jalb qilish bo‘yicha hisobotlar: oddiy qidiruv, pullik reklama, ijtimoiy tarmoqlar yoki yo‘naltiruvchi havolalar kabi veb-saytingizga trafikni jalb qilish manbalarini

³ Data Analytics Should Be the Core of Your Digital Marketing Strategy // Node Marketing URL : <https://node-marketing.com/data-analytics-digital-marketing-strategy/>

⁴ Exploring the Current Use of Data Analytics in Digital Marketing // Marryville University URL : <https://online.maryville.edu/blog/data-analytics-in-digital-marketing/>

⁵ Ibragimovna, Azizova Manzura. "RAQAMLI MARKETINGDAN FOYDALANIB TASHKILOTNING FAOLIYATINI REJALASHTIRISH." *Raqamli iqtisodiyot (Цифровая экономика)* 5 (2023): 17-29.

aniqlang. Bu sizga marketing kanallarini optimallashtirishga va resurslarni samarali taqsimlashga yordam beradi.

Xulq-atvor hisobotlari: foydalanuvchilar sizning saytingiz bilan qanday munosabatda bo'lishlarini, shu jumladan ular tashrif buyurgan sahifalarni, qilgan harakatlarini va ular bilan o'zaro aloqada bo'lgan tarkibni tahlil qiling. Ushbu ma'lumotlar foydalanuvchilarning veb-saytingiz tajribasini yaxshilashga va kontent strategiyangizni optimallashtirishga yordam beradi.

Konversiyani kuzatish: maqsadlarni belgilang va shakllarni yuborish, sotib olish yoki axborot bulletiniga obuna bo'lish kabi konversiyalarni kuzatib boring. Bu sizning marketing harakatlaringiz samaradorligini baholash va takomillashtirish sohasini aniqlash imkonini beradi.

Masalan, TechTarget Google Analytics veb-saytlar va marketing kampaniyalarining samaradorligini qanday tahlil qilishi mumkinligini ko'rsatadi. Ushbu xususiyatlardan foydalangan holda, raqamli marketing bo'yicha mutaxassislar o'z strategiyalarini optimallashtirish va yaxshi natijalarga erishish uchun ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilishlari mumkin.

Google Analytics, shuningdek, Google Ads va Google Search Console kabi boshqa Google mahsulotlari bilan integratsiyalashgan bo'lib, raqamli marketing harakatlaringiz haqida to'liq ma'lumot beradi. Ushbu integratsiya sizga pullik reklama kampaniyalaringiz samaradorligini kuzatish va veb-saytingiz qidiruv natijalarida qanday ko'rinishini tushunish imkonini beradi.

Google Analytics'ni raqamli marketing strategiyangizga kiritish

Raqamli marketing strategiyangizda Google Analytics'dan samarali foydalanish uchun quyidagi amallarni bajaring:

Google Analytics hisobini yarating: saytda bepul hisob yarating analytics.google.com va veb-saytingizning HTML kodiga veb-saytingizning kuzatuv kodini qo'shing.

Maqsadlaringizni va asosiy ishlash ko'rsatkichlarini aniqlang: veb-saytingiz va raqamli marketing orqali nimaga erishmoqchi ekanligingizni aniqlang. Konversiyani kuzatish va muvaffaqiyatni baholash uchun Google Analytics'da maqsadlar qo'ying.

Auditoriyangizni tahlil qiling: saytingizga tashrif buyuruvchilar kimligini, ular qayerdan kelganini va qaysi qurilmalardan foydalanayotganini tushunish uchun auditoriya hisobotlaridan foydalaning. Ushbu ma'lumot sizga maqsadli marketing strategiyalarini yaratishda va saytingizni auditoriyangiz uchun optimallashtirishda yordam beradi.

Trafik manbalarini kuzatib boring: veb-saytingizga trafikni jalb qilishning eng samarali kanallarini aniqlash uchun trafikni jalb qilish hisobotlaridan foydalaning. Eng qimmatli trafik va konversiyalarni yaratadigan manbalarga e'tibor qarating.

Foydalanuvchi tajribasini optimallashtirish: foydalanuvchilarning saytingiz

bilan qanday munosabatda bo'lishini tushunish uchun xatti-harakatlar hisobotlarini tahlil qiling. Yuqori muvaffaqiyatsizlik darajasi yoki kam ishtirok etadigan sahifalarni aniqlang va tashrif buyuruvchilarni jalb qilish va konversiyaga erishish uchun yaxshilanishlarni amalga oshiring.

Konversiyalarni kuzatib boring va tahlil qiling: raqamli marketing harakatlaringiz samaradorligini baholash uchun konversiyani kuzatishni sozlang. Ushbu ma'lumotlardan strategiyalaringizni optimallashtirish va resurslarni eng muvaffaqiyatli kompaniyalarga taqsimlash uchun foydalaning.

Masalan, Stitch raqamli marketing strategiyalaringizning muvaffaqiyatini baholash uchun foydalanuvchilar va seanslar soni, sessiyaning o'rtacha davomiyligi va konversiya tezligi kabi asosiy ko'rsatkichlarni kuzatishni tavsiya qiladi. Ushbu ko'rsatkichlarni muntazam ravishda kuzatib borish va tahlil qilish orqali siz veb-saytingiz samaradorligini oshirish va marketing maqsadlaringizga erishish uchun ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilishingiz mumkin.

Google Analytics'ni o'zlashtirish zamonaviy onlayn raqobat sharoitida zamonaviy raqamli marketing mutaxassislarining muvaffaqiyati uchun juda muhimdir. Platformaning xususiyatlaridan qanday qilib samarali foydalanishni va u taqdim etgan ma'lumotlarni sharhlashni tushunib, sotuvchilar o'z veb-saytlarining ishlashi, foydalanuvchi xatti-harakatlari va marketing kampaniyalarining samaradorligi to'g'risida qimmatli ma'lumotlarni olishlari mumkin. Ushbu bilim ularga ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish, strategiyalarini optimallashtirish va oxir-oqibat biznes maqsadlariga erishish imkonini beradi.

Google Analytics rivojlanishda va Google Analytics 4 (GA4) ning yaqinda chiqarilishi kabi yangi xususiyatlarni joriy etishda davom etar ekan, raqamli marketologlar ushbu o'zgarishlardan xabardor bo'lishlari muhim. Doimiy o'rganish va yangi vositalar va texnikalarga moslashishga intilish sotuvchilarga o'z sohasining eng yuqori pog'onasida qolishga va muvaffaqiyatga erishish uchun Google Analytics imkoniyatlaridan samarali foydalanishga imkon beradi.

Google Analytics'dan to'liq foydalangan holda, kompaniyalar raqobatdosh ustunliklarga ega bo'lishlari, o'sishni rag'batlantirishlari va mijozlar tajribasini yaxshilashlari mumkin. Platforma tomonidan taqdim etilgan tahliliy ma'lumotlar sotuvchilarga o'z veb-saytlariga tashrif buyuruvchilar uchun maqsadli, moslashtirilgan tajribalarni yaratishga imkon beradi, natijada konvertatsiya stavkalari va mijozlarning sodiqligi oshadi. Raqamli landshaft rivojlanishda davom etar ekan, Google Analytics'ni o'zlashtirganlar raqamli marketing ishlarida gullab-yashnashi va uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishish uchun barcha imkoniyatlarga ega bo'ladilar.

XULOSA

Mazkur tadqiqot Google Analytics platformasining raqamli marketing strategiyasidagi ahamiyatini tahlil qilishga qaratilgan bo'lib, unda foydalanuvchi xatti-

harakatlarini o'rganish, trafik manbalarini aniqlash va marketing kampaniyalarining samaradorligini baholashdagi imkoniyatlar ko'rib chiqildi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, Google Analytics nafaqat statistik ma'lumotlarni taqdim etadi, balki biznes qarorlarini ma'lumotlarga asoslangan holda qabul qilish imkonini beradi.

Google Analytics'ning imkoniyatlari nafaqat foydalanuvchilarning hozirgi holatini tahlil qilish, balki kelajakdagi marketing strategiyalarini shakllantirish uchun ham katta ahamiyatga ega. Ushbu platforma nafaqat kompaniyalar faoliyatini optimallashtirish, balki bozor ehtiyojlarini chuqurroq tushunish imkonini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Ashirova, Mavluda, and Muxiba Yaxiyaxonova. "RAQAMLI IQTISODIYOT DAVRIDA KRIPTOVALYUTA VA BITKOIN." Международная конференция академических наук. Vol. 3.No. 4. 2024.
2. Booms, B. H. and Bitner, M. J., 1981. Marketing strategies and organization structures for service firms. Marketing of services, 25(3), pp.47-52
3. Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing / Simon Kingsnorth. –2016.
4. Data Analytics Should Be the Core of Your Digital Marketing Strategy // Node Marketing URL : <https://node-marketing.com/data-analytics-digital-marketing-strategy/>
5. Exploring the Current Use of Data Analytics in Digital Marketing // Marryville University URL : <https://online.maryville.edu/blog/data-analytics-in-digital-marketing/>
6. Ibragimovna, Azizova Manzura. "RAQAMLI MARKETINGDAN FOYDALANIB TASHKILOTNING FAOLIYATINI REJALASHTIRISH." *Raqamli iqtisodiyot (Цифровая экономика)* 5 (2023): 17-29.