

## INBAUND MARKETING STRATEGIYALARI VA UNI BIZNESDA QO'LLASH AHAMIYATI

*Akbarov Nodir G'afurovich*

*Ph.D, i.f.f.d.Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti*  
[nodir.akbarov@tsue.uz](mailto:nodir.akbarov@tsue.uz)

*Kabulova Nurguzal Umirbek qizi*

*Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti magistranti*  
[guzalumirbekovna@gmail.com](mailto:guzalumirbekovna@gmail.com)

*Qo'chqorova Gulrux Muxtarbekovna*

*Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti magistranti*  
[q.g.muxtarbekovna@gmail.com](mailto:q.g.muxtarbekovna@gmail.com)

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada potensial mijozlarni foydali kontent yaratish orqali jalb qiluvchi, raqamli marketingning bir shakli sifatida inbaund marketingning strategiyalari yoritiladi. Maqola doirasida inbaund marketing samaradorligini belgilovchi vositalar va strategiyalar, va uni biznes faoliyatida qanday yuritish ahamiyati tahlil qilinadi.

**Kalit so'zlar:** inbaund marketing, jalb qilish strategiyalar, qiziqtirish strategiyalari, mamnuniyat uyg'otish.

**Kirish.** Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2023-yil boshida butun dunyo bo'ylab jami 5.16 milliard kishi internetdan foydalanadi, bu butun dunyo aholisining 64.4 foiziga teng degani. Shuni ishontirib aytish mumkinki, bu ko'rsatkichlar o'sishi insonlarning xarid qilish usullari bilan birga o'zgaradi. Hozirgi bozorda faoliyat yuritayotgan biznes subyekting savdoni oshirish bo'yicha yo'llari faqat an'anaviy marketing staretiyalaridan foydalanish bo'lib qolmasligi kerak, ular auditoriyalar o'z vaqtini ko'p o'tkazadigan joyda bo'lishi lozim: internetda. Shuningdek, potensial mijozlarni topib ular bilan uzoq muddatli munosabatlarni o'rnatish biznes subyektlariga raqamli marketingning inbaund marketing shaklidan foydalanishga majbur bo'lmoqdalar, bu esa kam xarajat bilan katta foyda keltirishi mumkin. Inbaund marketing kompaniya va uning istiqbollari yoki kompaniya mahsulotlariga ixtiyoriy ravishda qiziqish bildirgan mijozlar bilan (axborot byulletenlariga, bloglarga obuna bo'lish asosida) yaqin munosabatlarga asoslangan organik marketing shaklini ifodalaydi.

**Mavzuning o'rganilganlik darajasi.** "Inbaund marketing" termini 2005-yilda HubSpot bosh direktori Brayan Xalligan tarafidan o'ylab topilgan [1]. Inbaund marketing- mijozni brend bilan o'zaro munosabatlarga jalb qilish va xaridorga aylantirish imkonini beruvchi foydali kontent. Inbaund marketing an'anaviy marketing strategiyasi bo'lib qolgan outbound marketing (chiquvchi marketing)dan farqi nimada? Inbaund marketingning namoyondalari B.Xalligan va D.Shah fikrlariga ko'ra bunday umumiy nuqta nazar bilan qarashning yondashuvi

paydo bo'lishiga sabab, o'tmishda samarali ishlayotgan marketing tadqiqotining endi foyda bermayotganligi. Ularning xulosasi shunday edi: "Odamlar sotuvchilar tomonidan xalal berilmasliklarini va ularni ta'qib qilmasliklarini xohlashadi. Aksincha ularga ularga yordam berilishga muhtoj"[2]

Inbaund marketingning mohiyati kompaniya to'g'risidagi reklama xabarlarini bilan ularni ta'qib qilib, ularning javob reaksiyalarini kutish emas, balki potensial xaridorlar qiziqishiga erishish va kompaniya (kompaniya veb-sayti)ga jalb qilish. Potensial mijozlar e'tiborini jalb qilish yuqori sifatli kontentni ishlab chiqish va ushbu kontentni bir nechta onlayn kanallar, jumladan, qidiruv tizimlari va ijtimoiy media ulashish orqali erishiladi. Internet-marketingda "kontent" atamasi turli formatlarni anglatadi, jumladan yangiliklar, veb-maqolalar, videolar, elektron kitoblar, infografikalar, amaliy tadqiqotlar, qanday qilish bo'yicha qo'llanmalar, fotosuratlar va boshqalar.

Inbaund marketingning muhim elementi bu kompaniya veb-saytiga tashrif buyuruvchilarning to'liq veb-sahifalar ochilishi, obuna bo'lish shakllarini optimallashtirish va takliflar berish orqali ular bilan bog'lanish uchun aloqalariga ega bo'lish. Va bu o'z navbatida, e-mail marketing va mijozlar bilan munosabat boshqaruvini(CRM) qo'llash orqali xaridorni uzoq muddatli mijozga aylantirishga olib keladi.[3]

**Metodologiya.** Inbaund marketingni amalga oshirish negizida 3ta asosiy ustuvor g'oya yotadi.

E'tiborni tortish: qimmatli mazmundagi kontent va suhbatlar bilan kerakli odamlarni jalb qilib, ularning ishonchli maslahatchisi sifatida gavydalanish.

Qiziqtirish: ularning muammoli nuqtalari yoki qiynayotgan savollariga yechim taqdim qilish orqali mahsulot yoki xizmatni sotib olish ehtimolini oshirish;

Mamnuniyat uyg'otish: mijozning xarididan mamnuniyat yoki qoniqish hosil qilishiga yordam berish yoki ta'minlash.

Bu bosqichlarni amalga oshirish strategiyalari yana turlarga bo'linadi va har bir bosqichda qo'llaniluvchi vositalari mavjud.

Jalb qilish strategiyalari: bunda maqsadli auditoriyangizni jalb qilish uchun ular e'tiborini tortuvchi kontent yaratish bilan bog'liq sa'y-harakatlar yotadi. Potensial auditoriyaga erishish uchun ularga ahamiyat kasb etadigan blog maqolalari, kontent yaratish juda muhim. Bular sizning mahsulotingiz yoki xizmatigingizdan foydalanish bo'yicha qo'llanmalar, undan foydalanish orqali qanday manfaatga ega bo'lishi yoki qiynayotgan muammolariga yechim topishi haqidagi ma'lumotlarni, tovarga nisbatan mijozlar sharhlari yoki vaqti-vaqti bilan o'tkaziladigan aksiyalar yoki chegirmalarni o'z ichiga olishi kerak.

Inbaund marketing metodologiyasi asosida maqsadli auditoriyaga yanada chuqurroq kirib borish uchun qidiruv mexanizmlarini optimallashtirish (SEO) strategiyasi bilan jalb qilish texnikasini yanada rivojlantirish mumkin. SEO strategiyasini qo'llashda mahsulot yoki xizmatga, mijozlarning duch kelayotgan muammolariga va ularning yechimiga aloqador kalit so'zlarni topa olish eng katta talab qilinagan narsa. Bu sizning kontentingiz va ma'lumotlaringiz ushbu

ma'lumotni qidirayotgan odamlar uchun qidiruv tizimining natijalari sahifasida (SERP) organik ravishda paydo bo'lishiga imkon beradi va bu o'z navbatida maqsadli auditoriya yoki biznes uchun potensial mijozlarni shakllantiradi.

**Qiziqtirish strategiyalari.** Mijozlarni kompaniyaga bo'lgan qiziqishini uyg'otish uchun inbaund marketing marketingdan foydalanilgan vaqtda, maqsadli auditoriya siz bilan uzoq muddatli munosabatda qolish istagini uyg'otayotganingizga ishonch hosil qiling. Ular bilan savdo qo'ng'iroqlarida kompaniyangiz mahsulotini yoki xizmatini sotish emas, balki ularning muammolariga yechim sotish eng old maqsadingiz bo'lishi kerak. Bunday munosabatga asoslangan barcha bitimlar mijozlar va sizning biznesingiz uchun o'zaro manfaatli shartnomalar bilan yakunlanishini ta'minlaydi - ya'ni siz o'zingizga to'g'ri keladigan mijozlar uchun qiymat berasiz.

**Mamnunlik uyg'otish strategiyalari.** Bunda xarid qilingandan keyingi qo'llab quvvatlovlar, xizmatdan qoniqqanlik bo'yicha fikrlar bilan mijoz bialn doimiy bo'lishni nazarda tutiladi. Ushbu strategiyalar biznes jamoan a'zolarini istalgan vaqtda mijozlarga yordam beradigan maslahatchi va mutaxassislariga aylantirishni o'z ichiga oladi. Masalan, bunday vositalarga chatbotlar. Mijozlarga taklif qilingan yangi texnikani o'rnatishda yordam berish, bundan tashqari, qanchadir muddatdan keyin sotib olingan mahsulot yoki xizmat to'g'risida ularning fikr-mulohazalarini olish va yaxshilash bo'yicha g'oyalarni ko'rib chiqish uchun qoniqish so'rovnomalari yuborish shular jumlasidan. Mamnun mijoz brend himoyachisi va targ'ibotchisiga aylanadi, shuning uchun katta va kichik barcha o'zaro munosabatlarni ehtiyotkorlik bilan bajarish lozim. Hubspotning bildirgan fikriga ko'ra inbaund marketing strategiyalarini har birini amalga oshirishda o'ziga xos vositalardan foydalaniladi va ularning tarkibini quyidagicha bo'lishgan.

E'tiborni tortish vositalari	Qiziqtirish vositalari	Mamnunlikni hosil qilish vositalari
Reklama	Lidogeneratsiya	Email marketing
Video	Email marketing	Chat botlar
SEO(Qidiruvni optimillashtirish)	Avtomatlashtirilgan marketing	Tovar nisbatan ma'lumotlar
Bloglar, kontentlar		

*1-jadval. Inbaund marketing strategiyalarini amalga oshirishda qo'llaniluvchi vositalar[4].*

### **Tahlil va natijalar**

Tahlil ma'lumotlarga ko'ra, an'anaviy marketing usullaridan foydalangan kompaniyalarga nisbatan blog yuritishni qo'llagan kompaniyalar mijozlardan 97% veb-sayt havolasini olishi aniqlandi. Inbaund marketingni faoliyatimizda qo'llash outbond marketing strategiyalarini qo'llashdan 61% arzonga tushar ekan. Biznesdan biznesga (B2B) sektordagi tashkilotlarda inbaund marketingning email

marketing vositasi ko'proq ishlashi, daromadning 59% shu usuldan foydalanish orqali kelishi ma'lum bo'lgan. Demand Gen Report tarafidan o'tkazilgan tadqiqotga ko'ra, biznesdan biznesga (B2B) iste'molchilarining 95 foizi biznes mazmunini bildiruvchi kontentlar ularda mahsulot ishlab chiqaruvchi yoki xizmat ko'rsatuvchi subyektlarga nisbatan ishonch uyg'otishiga asosiy omil deb ta'kidlashgan[5].



1-rasm. 2022-yilning top marketing kanallari. [6]

Hubspot Inbaund marketing tendensiyalari bo'yicha statistic ma'lumotlariga qaraydigan bo'lsak inbaund marketing strategiyalarini qo'llovchi kompaniya mahsulot yoki xizmatlari to'g'risidagi ma'lumotlarni joylash bo'yicha kanallardan ijtimoiy media 46%, vebsayt yoki bloglarda berib borish 36%ni tashkil qilgan.

### Xulosa

Inbaund marketing biznes uchun auditoriyani izlash, ularni manfaatini birinchi qo'ygan holda jalb qilishingiz va ular bilan doimiy aloqani o'rnatish, orqali ishonchli maslahatchi pozitsiyasida bo'lib, sodiq mijozlarga erishish. Inbaund marketing bu yaxlit bir tizim, biznesda foydalanishdan oldin shuni tushunish kerak, agar sizda bozorda kompaniya brendidan xabardorlikni oshirish, sotuv hajmini o'stirish kabi maqsad bo'lsa, boshqa marketing taktikalaridan foydalanganingiz ma'qul. Inbaund marketing bu sizga aniq mijozlar auditoriyasini jalb qilishga, va doimiy munosabatda bo'lishni ta'minlovchi aniq strategiyalar majmuini taklif qiladi.

### Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Chouaib Dakouan, M., and M. Redouane Benabdelouahed. "Digital inbound marketing: particularities of business-to-business and business-to-customer strategies." Strategic Innovative Marketing and Tourism: 7th ICSIMAT, Athenian Riviera, Greece, 2018. Springer International Publishing, 2019.

2. Halligan, B., Shah, D., (2009), Inbound Marketing: Get Found Using Google, Social Media, and Blogs. Wiley
3. E S Soegoto, T.Simolon Inbound Marketing as a Strategy in Digital Advertising IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering 407 (2018) 012183 doi:10.1088/1757-899X/407/1/012183
4. HubSpot State Inbound Strategy 2022 <https://www.hubspot.com/>
5. DemandGenReport: “2022 State Of B2B Marketing Technology”, cited February 2023. <https://www.demandgenreport.com>
6. HubSpot State Inbound Strategy 2022 <https://www.hubspot.com/>