

2. Milana, C., & Ashta, A. (2021). Artificial intelligence techniques in finance and financial markets: a survey of the literature. *Strategic Change*, 30 (3), 189.
3. Ryll, L., Barton, M.E., Zhang, B.Z., McWaters, R.J., Schizas, E., Hao, R., Bear, K., Preziuso, M., Seger, E., Wardrop, R., Rau, P.R., Debata, P., Rowan, P., Adams, N., Gray, M., Yerolemou, N., (2020). Transforming Paradigms: A Global AI in Financial Services Survey, 128 p. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3532038>.
4. Zheng, X., Zhu, M., Li, Q., Chen, C., Tan, Y., (2019). FinBrain: when finance meets AI 2.0. *Frontiers Inf Technol Electronic Eng* 20, 914– 924. <https://doi.org/10.1631/FITEE.1700822>.
5. Chatbot Rank 2023 <https://www.markswebb.ru/report/chatbot-rank-2023/>

MOLIYAVIY TEXNALOGIYA VA XIZMAT KO'RSATISH SOHASIDA RAQAMLI MARKETING TIZIMINING AHAMIYATI

Maxmudova Dilnoza Abdimannon qizi
Toshkent davlat transport universiteti doktoranti

Annotatsiya: Ushbu maqolada xizmat ko'rsatish soxasida raqamli marketingni o'rni, ahamiyati va xizmat ko'rsatish soxasining keng tarmoqlarga tarqalishida axoliga ko'rsatilayotgan xizmatlarning sifatli tashkil etilishida raqamli marketing o'rni, ahamiyatini belgilash va bu borada mamlakatimizda tashkil etilayotgan iqtisodiy islohotlarning amaliy ahamiyati o'rganilib chiqilgan.

Kalit so'zlar: moliyaviy texnologiya, xizmat ko'rsatish sohasi, raqamli marketing, raqamli texnologiya, mijoz, maqsadli reklamalar, onlayn so'rovnoma, brend, raqobatbardoshlik, ijtimoiy tarmoqlar.

Аннотация: В данной статье рассматриваются место и значение цифрового маркетинга в сфере услуг, а также его роль в качественной организации предоставляемых населению услуг в условиях широкого распространения сектора услуг. Также изучается практическое значение экономических реформ, проводимых в нашей стране, в этой области.

Ключевые слова: финансовые технологии, сфера услуг, цифровой маркетинг, цифровые технологии, клиент, таргетированная реклама, онлайн-опрос, бренд, конкурентоспособность, социальные сети.

Annotation: This article explores the role and significance of digital marketing in the service sector, as well as its importance in the effective organization of services provided to the public amidst the widespread expansion of the service industry. Additionally, it examines the practical importance of economic reforms being implemented in our country in this regard.

Keywords: financial technology, service industry, digital marketing, digital technology, customer, targeted advertising, online survey, brand, competitiveness, social media.

Mamlakatimizda “Raqamli O‘zbekiston — 2030” strategiyasiga muvofiq iqtisodiyot tarmoqlari va hududlarini raqamlashtirish, davlat axborot tizimlari va elektron xizmatlarni joriy etish, shuningdek, raqamli texnologiyalardan keng foydalanishni ta’minlash bo‘yicha xalq ta’limi, davlat xizmatlari, sud, moliya va bank tizimida kompleks chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda

Moliyaviy texnologiyalar (FinTech) moliyaviy dunyoning eng tez rivojlanayotgan sohalaridan biriga aylandi. Blokcheyn va sun’iy intellekt kabi yangi texnologiyalarning rivojlanishi bilan moliya sektori o‘z faoliyatini yaxshilash va samaradorlikni oshirish uchun yangi imkoniyatlarga ega bo‘lmoqda. Ushbu maqolada biz moliya sohasida qanday yangi texnologiyalar qo‘llanilayotgani va moliyaviy risklarni bartaraf etishga qanday ta’sir qilishini ko‘rib chiqamiz.

Xizmat ko‘rsatish sohasida raqamli marketing tizimining ahamiyati, bugungi kunda raqamli marketing xizmat ko‘rsatish sohasida muhim ahamiyatga ega. Raqamli texnologiyalar va internetning rivojlanishi bilan birga, korxonalar o‘z mijozlari bilan aloqalarini yanada samarali yo‘lga qo‘yish imkoniyatiga ega bo‘lishdi. Ushbu maqolada xizmat ko‘rsatish sohasida raqamli marketing tizimining ahamiyati haqida to‘xtalamiz. Bu sohada e’tiborni qaratish lozim bo‘lgan tomonlar mavjud.

1. Mijozlarga yetib borish: Raqamli marketing orqali xizmatlar haqida ma’lumot berish va yangi mijozlarni jalb qilish ancha osonlashadi. Internet va ijtimoiy tarmoqlar orqali keng auditoriyaga yetib borish imkoniyatlari mavjud.

2. Brendni tanitish: Raqamli marketing brendning ko‘rinishini oshirishga yordam beradi. Mijozlar brend bilan bog‘lanishda onlayn platformalardan foydalanadilar, shuning uchun brendning onlayn mavjudligi muhimdir.

3. Mijozlar bilan o‘zaro aloqalar: Raqamli marketing yordamida mijozlar bilan bevosita muloqot qilish imkoniyati yaratiladi. Ijtimoiy tarmoqlarda yoki elektron pochta orqali mijozlarning savollari va fikrlariga tezda javob berish, ularning ishonchini oshiradi.

4. Tahlil qilish va optimallashtirish: Raqamli marketing kampaniyalarini tahlil qilish mumkin, bu esa strategiyalarni takomillashtirishga yordam beradi. Mijozlarning xulq-atvori va qiziqishlarini o‘rganish orqali xizmatlarni yaxshilash mumkin.

5. Tezkor xizmat ko‘rsatish: Onlayn platformalarda mijozlarga tezkor xizmat ko‘rsatishga imkon beradigan vositalar mavjud. Masalan, jonli chat yoki avtomatlashtirilgan javob tizimlari yordamida mijozlarga tezda yordam berish mumkin.

6. Raqobatbardoshlik: Raqamli marketing yordamida raqobatchilar bilan taqqoslaganda kompaniyaning ustunliklarini ko‘rsatish mumkin. Bu sohada raqamli marketing strategiyalarini muvaffaqiyatli amalga oshirgan kompaniyalar bozorning katta qismini egallash imkoniyatiga ega.

7. Ijtimoiy dalillarni namoyon qilish: Mijozlar fikrlari, baholari va tajribalarini onlayn ravishda namoyon etilishi yangi mijozlarni jalb qilishda muhim rol o‘ynaydi.

Umuman olganda, raqamli marketing tizimi xizmat ko'rsatish sohasidagi muvaffaqiyatni ta'minlashda muhim vosita hisoblanadi va kompaniyalarni zamonaviy talablar asosida rivojlantirishga yordam beradi.

Mijozlarni jalb qilish va saqlash. Raqamli marketing orqali xizmat ko'rsatish korxonalari o'z mijozlarini yanada kengroq auditoriyaga yetkazishi mumkin. Ijtimoiy tarmoqlar, veb-saytlar va elektron pochta orqali mijozlar bilan bog'lanish, ularni yangiliklar va maxsus takliflar haqida xabardor qilish imkonini beradi. Bu esa mijozlarni jalb qilish va ularning brendga bo'lgan qiziqishini oshiradi.

Brendni rivojlantirish. Raqamli marketing yordamida brendning onlayn mavjudligini kuchaytirish mumkin. SEO (qidiruv tizimini optimallashtirish), kontent marketingi va ijtimoiy tarmoqlarda faol ishtirok etish orqali brendning tanilishi oshadi. Mijozlar o'zlariga yoqqan xizmat yoki mahsulotni izlagan paytda, ular brendni eslab qoladilar.

Xizmat ko'rsatish sohasida raqamli marketing tizimining ahamiyati juda katta. Raqamli marketing, xizmat ko'rsatish sektoridagi kompaniyalarga o'z mijozlarini jalb qilish, ularni saqlab qolish va brendni rivojlantirishda samarali vosita sifatida xizmat qiladi.

1. Auditoriya bilan bog'lanish: Raqamli marketing orqali kompaniyalar maqsadli auditoriyasini aniqlash va ularga to'g'ridan-to'g'ri murojaat qilish imkoniyatiga ega bo'ladi. Ijtimoiy tarmoqlar, elektron pochta va boshqa raqamli kanallar orqali mijozlar bilan oson aloqada bo'lish mumkin.

2. Brendni tanitish: Online platformalar orqali xizmatlar haqida ma'lumot berish va brendni keng auditoriyaga tanitish mumkin. Bu esa mijozlarning ishonchini oshirib, brendga bo'lgan qiziqishni kuchaytiradi.

3. Ma'lumotlarni tahlil qilish: Raqamli marketing yordamida kompaniyalar o'z faoliyatlari haqida aniq ma'lumotlarni yig'ib, tahlil qilib, strategiyalarini optimallashtirish imkoniyatiga ega bo'ladi.

4. Mijoz tajribasini yaxshilash: Raqamli marketing orqali xizmat ko'rsatishda mijozlar uchun qulayliklar yaratish (masalan, onlayn rezervatsiyalar yoki xizmatlarga ariza berish) mumkin.

5. Raqobatbardoshlik: Raqamli marketing strategiyalarini muvaffaqiyatli amalga oshirgan kompaniyalar raqobatda ustunlikka ega bo'lishi mumkin, chunki ular zamonaviy texnologiyalar va trendlardan foydalanib bilvosita o'z xizmatlarini taklif qilish imkoniyatiga ega.

Brendni rivojlantirish — bu kompaniya yoki mahsulotning brendini yaratish, boshqarish va yaxshilash jarayonidir. Bu jarayon brendning bozor o'rnini kuchaytirishga, mijozlar bilan mustahkam aloqalar o'rnatishga va raqobatbardosh ustunliklarni ta'minlashga qaratilgan.

Mijozlar fikrlarini yig'ish. Raqamli platformalarda mijozlardan fikr-mulohazalar olish juda oson. Onlayn so'rovnomalar, reytinglar va sharhlar orqali kompaniyalar o'z xizmatlarini yaxshilash uchun zarur bo'lgan ma'lumotlarni olishi mumkin. Bu esa xizmat sifatini oshirishda muhim rol o'ynaydi. Mijozlar

fikrlarini yig'ish biznes uchun juda muhim jarayon. Bu orqali siz mijozlarning ehtiyojlarini, istaklarini va muammolarini tushunishingiz mumkin.

Mijozlarning fikrlari va mulohazalari asosida siz o'z biznesingizni yaxshilash, yangi mahsulot yoki xizmatlarni ishlab chiqish, hamda mijozlarga ko'proq mos keladigan strategiyalarni yaratishingiz mumkin.

Maqsadli reklamalar.Raqamli marketingda maqsadli reklamalar yaratish imkoniyatlari kengdir. Demografik ma'lumotlarga asoslangan holda, kompaniyalar ehtiyojlariga mos keladigan mijozlarga murojaat qilishlari mumkin. Buning natijasida reklama xarajatlari samaradorligi oshadi va konversiya darajasi yuqori bo'ladi.

Xulosa.

Xizmat ko'rsatish sohasida raqamli marketing tizimi nafaqat korxonalarni rivojlantirishda, balki mijozlar bilan munosabatlarni yanada mustahkamlashda ham muhimdir. Raqamli texnologiyalar yordamida korxonalar o'z xizmatlarini keng auditoriyaga yetkazib berishi, brendni rivojlantirishi va mijozlarning ehtiyojlariga tezkor javob berishi mumkin. Shu sababdan, raqamli marketing strategiyasini ishlab chiqishda har bir biznes uchun bu jarayonning ahamiyatini inobatga olish zarurdir.

Xizmat ko'rsatish sohasida raqamli marketing tizimining ahamiyati juda katta. Raqamli marketing, xizmat ko'rsatish sektoridagi kompaniyalarga o'z mijozlarini jalb qilish, ularni saqlab qolish va brendni rivojlantirishda samarali vosita sifatida xizmat qiladi. Ijtimoiy tarmoqlar, elektron pochta va boshqa raqamli kanallar orqali mijozlar bilan oson aloqada bo'lish mumkin.

Foydanilgan adabiyotlar

1. Po'latov M.E., Xolmamatov D.H., Yahyoxonov N.B. Xizmatlar marketing. O'quv qo'llanma. Samarqand. Fan bulog'i nashryoti, 2021 y., - 445 bet.

2. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing asoslari. - O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi - T.: "IQTISODIYOT", 2019. - 305 bet.

3. Ergashxodjayeva Sh.J., Samadov A.N., Sharifxodjayev U.U., Ziyayeva M.M. Tarmoqlar va sohalar marketingi. Darslik. – Toshkent. Iqtisodiyot, 2019 y. 136 bet.

4. Bekmurodov A.Sh., Qosimova M.S., Safarov B.J. Xizmatlar marketingi. O'quv qo'llanma. –T.: TDIU, 2010 y. 134 bet.

5 Ergashxodjayeva Sh.J., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing. Darslik. - T.:Iqtisodiyot, 2018.-234b.

6 Ergashxojoyeva Sh.D., Yusupov M.A., Xakimov Z.A, AbduraxmonovaM.M. Tovarlar va xizmatlar marketingi.O'quv qo'llanma. – T.: TDIU, Iqtisodiyot, 2019. – 440 bet.