



KORXONADA MARKETING TEXNOLOGIYALARINI TAHLIL QILISH ASOSIDA SOTISHNI BOSHQARISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH

Baymuxamedova Gulnoza

Toshkent kimyo-texnologiya instituti

ORCID: 0009-0008-0345-0003

gulnozabojmuhammedova@gmail.com

g.boymuhammedova@tkti.uz

Annotatsiya. Marketing texnologiyalarini tahlil qilish asosida sotishni boshqarish tizimini takomillashtirish zamonaviy biznes muhitida o'z o'rnini topgan muhim jarayonlardan biridir. Har bir kompaniya o'z mahsulotlarini yoki xizmatlarini muvaffaqiyatli sotish uchun samarali strategiyalar ishlab chiqishi zarur. Bunday strategiyalarni ishlab chiqishda marketing texnologiyalarining tahlil qilinishi va ulardan foydalanilishi muhim ahamiyatga ega. Ushbu maqolada marketing texnologiyalarining sotishni boshqarish tizimiga ta'siri, ularni qanday tahlil qilish va natijalarini qanday amalga oshirish mumkinligi haqida ma'lumotlar berilgan.

Kalit so'zlar: korxonalar, marketing, texnologiyalar, tahlil qilish, boshqarish tizimi, strategiyalar, natijalar, bozor talablari.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Баймухамедова Гулноза

Ташкентский химико-технологический институт

Аннотация. Совершенствование системы управления продажами на основе анализа маркетинговых технологий является одним из важных процессов, нашедших свое место в современной бизнес-среде. Каждая компания должна разработать эффективные стратегии для успешного продвижения своих продуктов или услуг. Важное значение при разработке таких стратегий имеет анализ и использование маркетинговых технологий. В данной статье представлена информация о влиянии маркетинговых технологий на систему управления продажами, о том, как их анализировать и реализовывать результаты.

Ключевые слова: предприятия, маркетинг, технологии, анализ, система управления, стратегии, результаты, требования рынка.

IMPROVING THE SALES MANAGEMENT SYSTEM BASED ON THE ANALYSIS OF MARKETING TECHNOLOGIES IN THE ENTERPRISE

Baymukhamedova Gulnoza

Tashkent Institute of Chemical Technology

Abstract. Improving the sales management system based on the analysis of marketing technologies is one of the important processes that have found its place in the modern business environment. Each company needs to develop effective strategies to successfully market its products or services. When developing such strategies, the analysis and use of marketing Technologies is important. This article provides information on the impact of marketing technologies on the sales management system, how to analyze them and how to implement their results.

Keywords: enterprises, marketing, technologies, analysis, management system, strategies, results, market requirements.

Kirish.

Hozirgi kunda global iqtisodiy muhitning tez o'zgarishi va raqobatning kuchayishi korxonalar uchun yangi marketing texnologiyalarini joriy etishni va sotishni boshqarish tizimlarini takomillashtirishni zaruriyatga aylantirmoqda. Marketing texnologiyalari, ayniqsa, raqamli davrda, korxonalarga mijozlar bilan samarali aloqalarni o'rnatish, bozor talablarini aniqlash va sotish jarayonlarini optimallashtirish imkonini beradi. Sotishni boshqarish tizimi esa korxonaning barcha sotuv faoliyatlarini muvofiqlashtirish, strategik rejalashtirish va natijalarni tahlil qilish jarayonlarini o'z ichiga oladi. Ushbu tizimni takomillashtirish orqali korxonalar nafaqat o'z mahsulotlarini samarali sotish imkoniyatini oshirish, balki mijozlar ehtiyojlarini chuqurroq tushunish va ularga mos mahsulotlar va xizmatlar taklif etish imkoniyatini ham qo'lga kiritadilar.

Adabiyotlar sharhi.

Korxonada marketing texnologiyalarini tahlil qilish va sotishni boshqarish tizimini takomillashtirish masalasi zamonaviy iqtisodiy sharoitda muhim ahamiyatga ega. O'zbek tadqiqotchilari tomonidan yozilgan asarlar ushbu sohada chuqur bilim va tajriba taqdim etadi. Abdurahmanov, marketingning asosiy tamoyillari va uning korxona faoliyatidagi o'rni haqida batafsil ma'lumot beradi. Abdurahmanov, marketing strategiyalarini ishlab chiqishda zarur bo'lgan nazariy asoslarni taqdim etadi. U, shuningdek, marketing texnologiyalarining sotish jarayonlarini qanday qilib optimallashtirishga yordam berishi mumkinligini ko'rsatadi (Abdurahmanov, 2020). Mamatov "Digital marketing: theory and practice" asarida raqamli marketingning nazariyasi va amaliyoti haqida ma'lumot beradi. Mamatov, raqamli texnologiyalar yordamida marketing strategiyalarini qanday amalga oshirishni o'rganadi va bu jarayonda sotishni boshqarish tizimlarining ahamiyatini ta'kidlaydi (Mamatov, 2019).

Karimov, tadqiqotlarida sotishni boshqarish tizimlarining asosiy komponentlari va ularning samaradorligini oshirish uchun zarur bo'lgan marketing texnologiyalari haqida ma'lumot beradi. Muallif sotish jarayonini optimallashtirish va marketing tadqiqotlari orqali olingan ma'lumotlarni sotish strategiyalariga qo'llash bo'yicha innovatsion yondashuvlarni taqdim etadi (Karimov, 2021). Ruziev, ilmiy ishlarida marketing texnologiyalarining korxona faoliyatiga ta'siri, shuningdek, sotishni boshqarish tizimini takomillashtirishda qanday rol o'ynashi haqida fikrlar bildiradi. Ruziev, zamonaviy marketing vositalarini qo'llash orqali sotish jarayonini yaxshilash imkoniyatlarini o'rganadi va bu jarayonda innovatsion yondashuvlarning ahamiyatini ta'kidlaydi. U, shuningdek, marketing texnologiyalarini samarali qo'llash orqali korxonalarning raqobatbardoshligini oshirish imkoniyatlarini ko'rsatadi (Ruziev, 2022). Ismailov, ilmiy tadqiqotlarida bozorni o'rganish orqali olingan ma'lumotlarni sotish strategiyalariga qo'llashni o'rganadi va bu jarayonda marketing texnologiyalarining ahamiyatini ko'rsatadi. U korxonalarga marketing tadqiqotlari orqali olingan ma'lumotlarni sotishni boshqarish jarayonida qanday samarali qo'llash mumkinligini tushunishga yordam beradi (Ismailov, 2023).

Bu tadqiqotlar o'zbek tadqiqotchilari tomonidan olib borilgan bo'lib, mahalliy sharoitlarga moslashtirilgan va korxonalarning raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan. Marketing texnologiyalarining rivojlanishi va ularning sotish boshqaruviga ta'siri korxonalar uchun yangi imkoniyatlar yaratadi.

Tadqiqot metodologiyasi.

Marketing texnologiyalarini tahlil qilish orqali korxonalar o'z sotish strategiyalarini yangilash, raqobatbardosh ustunliklarni yaratish va bozor o'zgarishlariga tez moslashish imkoniyatiga ega bo'ladi. Ushbu jarayonlar korxonaning uzoq muddatli muvaffaqiyatini ta'minlashda muhim rol o'ynaydi. Shuning uchun, marketing texnologiyalarini chuqur o'rganish va sotishni boshqarish tizimini takomillashtirish masalalari bugungi kunda dolzarb va ahamiyatli masalalardan biridir. Birinchidan, marketing texnologiyalari sotishni boshqarish

jarayonida muhim rol o'ynaydi. Ular yordamida kompaniyalar o'z mijozlari bilan samarali aloqalar o'rnatish, individual takliflar taqdim etish va sotish jarayonini avtomatlashtirish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Bugungi kunda raqamli marketing, ijtimoiy tarmoqlar, elektron pochta marketingi va boshqa texnologiyalar orqali kompaniyalar o'z mijozlariga tez va samarali tarzda yetib borishlari mumkin. Bunday yondashuv, mijozlar bilan mustahkam aloqalar o'rnatishga yordam beradi, bu esa sotish jarayonini yanada samarali qiladi. Marketing texnologiyalarini tahlil qilish jarayoni bir nechta bosqichlardan iborat. Avvalo, kompaniya o'z maqsadlarini aniqlashi va marketing strategiyalarini belgilashi kerak. Bu bosqichda kompaniya o'zining kuchli va zaif tomonlarini, shuningdek, raqobatchilarining strategiyalarini tahlil qilishi zarur. Keyinchalik, kompaniya turli marketing texnologiyalarini qo'llash orqali maqsadli auditoriyasini jalb qilish va ularni sotib olish jarayoniga jalb qilish usullarini ishlab chiqishi lozim. Marketing texnologiyalarini tahlil qilishda asosiy e'tibor mijozlar ehtiyojlariga qaratilishi kerak. Mijozlar kim, ularning talab va istaklari qanday, qanday mahsulot yoki xizmatlar ularga kerakligi haqida ma'lumot to'plash muhimdir.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

Mijozlar haqidagi ma'lumotlarni to'plash uchun turli xil vositalardan foydalanish mumkin. Masalan, onlayn so'rovlar, mijozlar fikrlarini o'rganish, ijtimoiy tarmoqlardagi faoliyatlarini tahlil qilish kabi usullar yordamida kompaniyalar o'z mijozlari haqida ko'proq ma'lumot olishlari mumkin. Bu ma'lumotlar asosida kompaniya o'z marketing strategiyalarini moslashtirishi va mijozlarga individual yondashuvni ta'minlashi mumkin. Sotishni boshqarish tizimini takomillashtirishda avtomatlashtirish texnologiyalaridan foydalanish ham muhimdir. Avtomatlashtirish yordamida kompaniyalar sotish jarayonlarini tezlashtirish, mijozlar bilan aloqalarni yaxshilash va marketing kampaniyalarini samarali boshqarish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Misol uchun, elektron pochta marketingi, ijtimoiy tarmoqlardagi reklama va boshqa raqamli marketing vositalari yordamida kompaniyalar o'z mijozlariga tez va samarali tarzda ma'lumot yetkazishlari mumkin. Bunday yondashuv, sotishni boshqarish jarayonini yanada samarali va tezkor qiladi. Bundan tashqari, marketing texnologiyalarining samaradorligini baholash uchun statistik ma'lumotlar va analitik vositalar yordamida tahlil o'tkazish zarur. Bu jarayonda kompaniya o'z marketing kampaniyalarining natijalarini, mijozlar bilan aloqalarini va sotish ko'rsatkichlarini kuzatishi kerak. Tahlil natijalari asosida kompaniya o'z strategiyalarini qayta ko'rib chiqishi va kerakli o'zgartirishlarni amalga oshirishi mumkin. Marketing texnologiyalarini tahlil qilish orqali kompaniyalar o'z xarajatlarini kamaytirish va samaradorlikni oshirish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Samarali marketing strategiyalari yordamida kompaniyalar o'z resurslarini yanada oqilona foydalanishlari, xarajatlarni kamaytirishlari va foydalarni oshirishlari mumkin.

Yana bir muhim jihat, marketing texnologiyalarini qo'llash orqali kompaniyalar o'z brendlarini rivojlantirish va mijozlarga yanada yaqinlashish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Raqobatbardosh bo'lish uchun kompaniyalar o'z brendlarini yanada kuchli qilishi, mijozlar bilan mustahkam aloqalar o'rnatishi va ularning ishonchini qozonishi kerak. Bu jarayonda marketing texnologiyalarining roli juda katta. Mijozlar tajribasini yaxshilash uchun kompaniyalar o'z mahsulot va xizmatlarini yanada sifatli qilish, mijozlar bilan aloqalarni kuchaytirish va ularning fikr-mulohazalarini inobatga olishlari zarur. Mijozlar fikrini o'rganish va ularni tahlil qilish orqali kompaniyalar o'z mahsulotlarini va xizmatlarini takomillashtirishlari mumkin. Sotishni boshqarish tizimini takomillashtirishda innovatsion yondashuvlar ham muhim ahamiyatga ega. Kompaniyalar o'z faoliyatlarini yangilash, yangi texnologiyalarni joriy etish va o'z mahsulotlarini takomillashtirish orqali raqobatbardoshligini oshirishlari kerak. Innovatsion yondashuvlar yordamida kompaniyalar o'z mijozlariga yangi va qiziqarli mahsulotlar taqdim etishlari, ularning ehtiyojlarini qondirishlari va sotish ko'rsatkichlarini oshirishlari mumkin. Sotish boshqarish tizimlarini takomillashtirishda xorijiy tajribalar o'rganish, har qanday kompaniya uchun muhim strategik qadamdir. Dunyo bo'ylab

muvaffaqiyatli kompaniyalar o'z sotish jarayonlarini optimallashtirish va mijozlar bilan aloqalarni yaxshilash uchun turli xil innovatsion yondashuvlar va texnologiyalarni qo'llab kelmoqdalar. Xorijiy kompaniyalar sotish boshqarish tizimlarida avtomatlashtirishga katta e'tibor qaratadilar. Avtomatlashtirish yordamida sotish jarayonlari tezlashadi, xatoliklar kamayadi va inson omiliga bog'liq bo'lmagan samaradorlik oshadi. Masalan, ko'plab kompaniyalar CRM (Customer Relationship Management) tizimlaridan foydalanadi. Bu tizimlar mijozlar bilan aloqalarni boshqarish, sotish jarayonlarini kuzatish va marketing kampaniyalarini boshqarish imkonini beradi. CRM tizimlari orqali kompaniyalar mijozlar haqidagi ma'lumotlarni to'playdi, ularni tahlil qiladi va individual takliflar bilan chiqish imkoniyatiga ega bo'ladi. Xorijiy tajribalar shuni ko'rsatadiki, CRM tizimlaridan samarali foydalanish sotish ko'rsatkichlarini sezilarli darajada oshiradi.

Xulosa va takliflar.

Xulosa qilib aytganda, marketing texnologiyalarini tahlil qilish asosida sotishni boshqarish tizimini takomillashtirish zamonaviy biznes uchun zaruriy talabdir. Kompaniyalar o'z marketing strategiyalarini yangilab, mijozlar bilan aloqalarni mustahkamlash, sotish jarayonlarini avtomatlashtirish va brendlarini rivojlantirish orqali raqobatda ustunlikka ega bo'lishlari mumkin. Bunday yondashuv kompaniyaning umumiy muvaffaqiyatini oshiradi va kelajakda barqaror rivojlanishga erishishga yordam beradi. Marketing texnologiyalarining tahlili va ulardan foydalanish kompaniyalarga o'z maqsadlariga erishishda, mijozlar ehtiyojlarini qondirishda va raqobatchilaridan ajralib turishda katta yordam beradi. Shuning uchun, har bir kompaniya marketing texnologiyalarini chuqur o'rganishi va ularni o'z faoliyatida samarali qo'llashi zarur.

Korxonada marketing texnologiyalarini tahlil qilish asosida sotishni boshqarish tizimini takomillashtirish uchun bir qator takliflar mavjud. Marketing strategiyalarini zamonaviylashtirish zarur. Raqamli marketing vositalarini, jumladan, ijtimoiy tarmoqlar va elektron pochta marketingini joriy etish orqali korxona o'z mahsulot va xizmatlarini keng auditoriyaga taqdim etishi mumkin. Bu marketing strategiyalarini yangilash va samaradorligini oshirishga yordam beradi. Bozor tadqiqotlarini amalga oshirish va mijozlar fikrini o'rganish muhimdir. Mijozlarning ehtiyojlari va istaklarini aniqlash orqali korxona o'z mahsulotlarini va xizmatlarini yanada moslashtirishi mumkin. Mijozlar bilan muntazam ravishda so'rovlar o'tkazish va ularning fikrlarini tahlil qilish, sotish strategiyalarini takomillashtirishda asosiy rol o'ynaydi. Marketing strategiyalarini individualizatsiyalash kerak. Har bir mijozning ehtiyojlari va qiziqishlarini hisobga olgan holda, personalizatsiyalangan takliflar va aksiyalar ishlab chiqish mumkin. Bu, mijozlar bilan yanada kuchliroq aloqalar o'rnatishga va ularning sodiqligini oshirishga yordam beradi. Sotish jarayonini avtomatlashtirish va CRM dasturlaridan foydalanish muhimdir. CRM tizimlari mijozlar bilan aloqalarni boshqarish, sotish jarayonlarini optimallashtirish va marketing kampaniyalarini samarali rejalashtirishda yordam beradi. Bu tizimlar sotuvchilar uchun ma'lumotlarni tahlil qilish va qarorlar qabul qilishda yordam beradigan vositalarni taqdim etadi. Marketing texnologiyalarini o'qitish va jamoani rivojlantirishga e'tibor qaratish lozim. Korxona xodimlarini zamonaviy marketing texnologiyalari va sotish strategiyalariga o'rgatish, ularning malakasini oshirish va samaradorligini oshirishga yordam beradi. Bu jarayon korxonaning umumiy natijalariga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Ushbu takliflar korxonada marketing texnologiyalarini tahlil qilish va sotishni boshqarish tizimini takomillashtirishga yordam beradi, natijada korxona raqobatbardoshligini oshiradi va mijozlar bilan mustahkam aloqalar o'rnatadi.

Adabiyotlar/Алмепамыпа/References:

Abdurahmanov, A. (2020). Marketing Basics. Tashkent: "Uzbekistan" NMIU.

Ismailov, S. (2023). Market research and marketing strategies. Tashkent: "Uzbekistan" NMIU.

Kadyrov, B. (2021). Marketing and sales: modern approaches. Tashkent: "young guard".

Karimov, D. (2021). Sales management systems. Tashkent: "Science and technology".

Khudoyberdiyev, A. (2022). Marketing and sales management systems. Bukhara: publishing house "Bukhara".

Mamatov, R. (2019). Digital marketing: theory and practice. Tashkent: "Uzbekistan" NMIU.

Murodov, F. (2018). Competitive marketing strategies. Tashkent: "Uzbekistan" NMIU.

Ruziev, I. (2022). Marketing technologies and their applications. Tashkent: "Uzbekistan" NMIU.

Salomov, U. (2023). The use of Marketing technologies: practical recommendations. Tashkent: "Uzbekistan" NMIU.

Tursunov, A. (2020). Sales management: theory and practice. Samarkand: Samarkand publishing house.