



SUN'YI INTELLEKT VA MARKETING: ENG MUHIM TENDENSIYALAR VA
O'ZGARISHLAR

Xayitova Iroda Naimovna

Buxoro muhandislik-texnologiya instituti,

"Menejment" kafedrası o'qituvchi-stajori

Jo'rayev Jonibek

"Marketing" yo'nalishi III kurs talabasi

Tez rivojlanayotgan texnologiyalar va ular tomonidan o'rnatilgan raqamli menejment va marketing tendensiyalari endi har qanday biznesning marketing strategiyasi muvaffaqiyatining asosiy omilidir. O'zgarishlar shu qadar tez sodir bo'lyaptiki, kompaniyalar uchun bozor o'zgarishlaridan xabador bo'lish, o'zgarishlarga moslashish va samarali echimlarni topish muhimdir. Ushbu maqolada hozirgi kunda marketing sohasida ustunlik qiladigan eng muhim tendensiyalarni va sun'iy intellektning marketingda istiqbollarni yoritishga harakat qilamiz.

Marketing tendensiyalarini bashorat qilish internet texnologiyalari doimo rivojlanayotgan va iste'molchilarning xatti-harakatlari tez o'zgarib borayotgan sharoitda murakkab jarayon hisoblanadi. Shunga qaramay, 2023 yilda raqamli marketing tendensiyalari 2024 yilda rivojlanib, ta'sir qiladi deb taxmin qilish imkonini beradi. Marketologlar quyidagi marketing trendlariga asosiy e'tiborni qaratishlari lozim bo'ladi:

1. Albatta, kompaniyalarda, shu jumladan marketing vazifalarida sun'iy intellektni joriy etish va ulardan foydalanish faqat ko'payadi va keng tarqaladi. Kompaniyalar ma'lumotlarni tahlil qilish, kontent yaratish, mijozlar tajribasini yaxshilash va reklama kampaniyalarini optimallashtirish uchun sun'iy intellektdan faolroq va jasorat bilan foydalanadilar.

2. Videolar, ayniqsa, yosh auditoriya orasida eng mashhur kontent turlari va samarali reklama vositalaridan biri bo'lib qolmoqda. 2024 yilda biz reklama kompaniyalarida video marketingdan, ayniqsa hikoyalar va qisqa video formatlardan faol foydalanishni kutishimiz kerak.

3. Influenserlar so'nggi 2023 yilda kuchayib, ko'plab kompaniyalarning marketing kommunikasiyalaridagi ulushini oshirmoqdalar.

4. Ovozli interfeyslar va qurilmalardan keng foydalanish tegishli qidiruvni yanada ommalashtiradi va foydalanuvchilar orasida ko'proq talabga ega. 2024 yilda biz sotuvchilardan ovozli qidiruvdan foydalanish va ushbu format uchun tarkibni optimallashtirishga ko'proq qiziqish kutishimiz kerak.

5. Bozorlardan media platforma sifatida foydalanish tendensiyasi 2023 yilda sezilarli darajada namoyon bo'ldi. U 2024 yilda rivojlanishda davom etadi va kompaniyalar, ayniqsa iste'molchilar segmentida ishlaydiganlar orasida keng tarqaladi. Ko'pincha, mahsulotlarni qidirishda foydalanuvchilar qidiruv resurslarini chetlab o'tib, to'g'ridan-to'g'ri onlayn chakana sotuvchilarga murojaat qilishadi. Bundan tashqari, bozorlar ushbu tendensiyalarga javob beradi va reklama vositalarini kengaytiradi.



6. Qidiruv tizimini optimallashtirish (SEO) sohasida qidiruv tizimi natijalari sahifalarida "nol pozitsiyaga" erishishga qaratildi. Ko'pincha qidiruv natijalarida asosiy o'rinni egallagan tanlangan parchalar raqamli marketingning ushbu sohasida 2024 yilda sotuvchilar uchun asosiy maqsad bo'ladi. Bu nafaqat sayt ko'rinishini va trafikni oshiradi, balki foydalanuvchi faolligini oshiradi. Shuning uchun tanlangan qismlarni optimallashtirish brendni ishonchli ma'lumot manbai sifatida o'rnatishga yordam beradi.

7. Iste'molchilar bilan o'zaro aloqalar mobil ilovalarga faolroq kirib boradi. Kompaniyalar o'z mijozlarining foydalanuvchi tajribasini yaxshilash, shuningdek, shaxsiy tarkib, takliflar va aksiyalarni taklif qilish maqsadida o'z funksiyalarini kengaytiradi.

Sun'iy intellekt (artificial intelligence) marketingda tobora muhim rol o'ynamoqda, kompaniyalar o'z mijozlarini jalb qilish, saqlash va xizmat ko'rsatish usullarini o'zgartirmoqda. Ma'lumotlarni tahlil qilish va mashinani o'rganishga asoslangan ushbu texnologiya sotuvchilarga ko'proq ma'lumotli qarorlar qabul qilish, shaxsiylashtirishni yaxshilash va jarayonlarni avtomatlashtirish imkonini beradi. Sun'iy intellekt marketologlarga o'z auditoriyasi uchun ko'proq moslashtirilgan kontent yaratishga yordam beradi. avtomatlashtirilgan dasturlar orqali iste'molchilarning xatti-harakatlarini tahlil qiladi va har bir foydalanuvchini qiziqtirishi mumkin bo'lgan mahsulot(xizmat)ni taklif qiladi[1]. Sun'iy intellekt yordamida ma'lumotlarni tahlil qilish marketologlarga bozor tendensiyalarini aniqroq bashorat qilish imkonini beradi. Bu kompaniyalarga iste'molchilarning xulq-atvori va raqobat muhitidagi o'zgarishlarni hisobga olgan holda marketing strategiyalarini real vaqtda moslashtirishga yordam beradi[2]. Marketingni avtomatlashtirish tizimlari reklama kompaniyalarini yaratish, ishga tushirish va optimallashtirish jarayoniga asoslangan va sezilarli darajada soddalashtiradi. Ular avtomatik ravishda ma'lumotlarni tahlil qiladi, mijozlar bilan muloqot qilishning maqbul strategiyalarini aniqlaydi, bu esa marketing harakatlarining samaradorligini oshiradi[3].

Marketingda sun'iy intellektning qo'llanilishi :

- Mijozlarni segmentatsiyalash va maqsadli belgilash : Sun'iy intellekt algoritmlari auditoriyani samarali taqsimlash uchun turli manbalar, jumladan, demografik ma'lumotlar, ko'rish harakati va xaridlar tarixidan olingan ma'lumotlardan foydalanadi[4].

- Prognozli tahlillar :Sun'iy intellektga asoslangan bashoratli tahlillar marketologlarga kelajak tendensiyalarini bashorat qilish, mijozlar ehtiyojlarini oldindan bilish va qaror qabul qilishni optimallashtirish imkonini beradi[5].

- Shaxsiylashtirilgan tavsiyalar : Sun'iy intellekt asosidagi tavsiyalar tizimi moslashtirilgan mahsulot tavsiyalari va kontentini yetkazib berish uchun foydalanuvchi xatti-harakatlari va afzalliklarini tahlil qiladi[3]. E-pochta kompaniyalari, veb-sayt takliflari yoki maqsadli reklamalar orqali shaxsiylashtirilgan tavsiyalar mijozlar tajribasini yaxshilaydi, faollikni oshiradi va konvertatsiya qiladi.

- Chat-botlar va virtual yordamchilar: Sun'iy intellektga asoslangan chat-botlar va virtual yordamchilar mijozlarning o'zaro munosabatlarini soddalashtiradi, so'rovlarga zudlik bilan javob beradi va sotuvchi orqali foydalanuvchilarni yo'naltiradi[6].



-Kontent yaratish va optimallashtirish: Sun'iy intellekt texnologiyalari, masalan, Natural Language Generation (NLG), kontent yaratish va optimallashtirishni avtomatlashtiradi[7]. Blog postlari va mahsulot tavsiflarini yaratishdan tortib qidiruv tizimlari uchun veb-sayt nusxasini optimallashtirishgacha, sun'iy intellektga asoslangan kontent vositalari sotuvchilarga vaqt va resurslarni tejab, miqyosda yuqori sifatli kontent ishlab chiqarishga yordam beradi.

-Reklamani maqsadli belgilash va optimallashtirish: Sun'iy intellekt algoritmlari foydalanuvchi xatti-harakatlarini tahlil qilish, tegishli auditoriyalarni aniqlash hamda reklama joylashtirish va taklif strategiyalarini optimallashtirish orqali reklama maqsadliliigi va optimallashtirishni yaxshilaydi[8].

Sun'iy intellekt marketing sohasida inqilob qilmoqda, biznesga o'sishni rag'batlantirish, mijozlar tajribasini oshirish va raqobatchilardan oldinda qolish imkonini beradi. Sun'iy intellektga asoslangan tushuncha va texnologiyalardan foydalanish orqali sotuvchilar yangi imkoniyatlarni ochib berishlari, strategiyalarni optimallashtirishlari va ma'lumotlarga asoslangan dunyoda barqaror muvaffaqiyatlarga erishishlari mumkin.

ADABIYOTLAR:

1. Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2017). "The rise of AI makes emotional intelligence more important." *Harvard Business Review*, 95(5), 62-70.
2. Socher, R. (2020). "AI-powered Marketing: Harnessing the Power of Customer Data." *Forbes*.
3. Fuster, A., & Boza, A. (2021). "Marketing Automation: The Ultimate Guide." *HubSpot*.
4. Li, X. va Karahanna, E. (2015). B2C elektron tijorat kontekstida onlayn tavsiyalar tizimlari: ko'rib chiqish va kelajakdagi yo'nalishlar. *Axborot tizimlari assotsiatsiyasi jurnali*, 16(2), 72-107.
5. Fader, PS va Hardie, BG (2018). Mijozlarni ushlab turishni qanday loyihalash kerak. *Garvard Business Review*, 96(1), 84-91.
6. Karimi, S. va Vang, V. (2021). Shaxsiylashtirilgan tavsiya tizimlari: adabiyotlarni ko'rib chiqish. *Chakana savdo jurnali*, 97(4), 509-524.
7. Guo, H. va Agarval, R. (2020). Mijozlarga xizmat ko'rsatishda AI chatbotlarining o'sishi: axborot almashinuvi nazariyasi istiqboli. *Boshqaruv axborot tizimlari jurnali*, 37(2), 537-570.
8. Gattani, A. va Felfernig, A. (2019). Marketingda tabiiy til avlodi: ko'rib chiqish va kelajak kun tartibi. *Biznes tadqiqotlari jurnali*, 104, 499-517.
9. Xayitova I. N. RAQAMLI IQTISODIYOTDA KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISH //XALQARO KONFERENSIYA VA JURNALLARNI SIFATLI INDEXLASH XIZMATI. – 2024. – T. 1. – №. 1. – C. 250-254.
10. Norova S. Y., Xayitova I. N., Madinabonu X. MINTAQALARINI STRATEGIK RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLASHTIRISHNING HUDUDLAR INVESTITSION



SALOHİYATINI OSHIRISHDAGI AHAMIYATI //XALQARO KONFERENSIYA VA JURNALLARNI SIFATLI INDEXLASH XIZMATI. – 2024. – T. 1. – №. 1. – C. 82-87.

11. Raximova D., Alimova R. BIZNESDA ESG TAMOYILLARINI QOLLASH-INNOVATSION IQTISODIYOTNING MUHIM YO'NALISHLARIDAN BIRI SIFATIDA //Приоритетные направления, современные тенденции и перспективы развития финансового рынка. – 2023. – С. 362-365.

12. Dilnoza R., Rukhsora A. INNOVATIONS IN TECHNOLOGY AND SCIENCE EDUCATION SPECIFIC CHARACTERISTICS OF THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP IN THE REGIONS //Innovations in Technology and Science Education. – 2023. – T. 2. – №. 8. – C. 226-232.

13. Kh A. R., Nasirova G. B. MODERN TENDENCIES OF INNOVATION MANAGEMENT //XALQARO KONFERENSIYA VA JURNALLARNI SIFATLI INDEXLASH XIZMATI. – 2024. – T. 1. – №. 1. – C. 313-316.

14. Amrulloev D. N. et al. KAMBAG'ALLIKNI KAMAYTIRISH ORQALI FAROVONLIKNI OSHIRISH: IQTISODIYOTDAGI INNOVATSION O'ZGARISHLAR //XALQARO KONFERENSIYA VA JURNALLARNI SIFATLI INDEXLASH XIZMATI. – 2024. – T. 1. – №. 1. – C. 417-421.