

SAVDO JARAYONIDA MIJOZ BILAN SAMARALI MULOQOT USULLARI

Xolikova Zebiniso Rustamovna

Farg'ona ICHSHUI maxsus texnikumi Ishlab chiqarish ta'lim ustasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada savdo jarayonida mijoz bilan samarali muloqot olib borishning muhim jihatlari tahlil qilingan. Muloqot savdo samaradorligiga qanday ta'sir ko'rsatishi, ishonchli va do'stona muhit yaratish orqali mijozni doimiy xaridorga aylantirish usullari yoritilgan. Shuningdek, faol tinglash, hissiy intellekt va mijozning ehtiyojlarini to'g'ri tushunish marketing va savdo strategiyasida asosiy vosita sifatida ko'rib chiqilgan. Amaliy misollar va tajribalar asosida muloqot texnikalari tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: savdo, mijoz, muloqot, ishonch, mijoz ehtiyoji, faol tinglash, muloqot texnikasi, savdo samaradorligi, xizmat ko'rsatish madaniyati, xaridor bilan aloqa.

Abstract: This article analyzes the important aspects of effective communication with the customer in the sales process. It discusses how communication affects sales efficiency, and how to turn a customer into a regular customer by creating a trusting and friendly environment. Active listening, emotional intelligence, and a correct understanding of the customer's needs are also considered as key tools in marketing and sales strategy. Communication techniques are analyzed based on practical examples and experiences.

Keywords: sales, customer, communication, trust, customer needs, active listening, communication techniques, sales efficiency, service culture, customer communication

KIRISH

"Mijoz emas, balki inson sotib oladi"

Bugungi raqobatbardosh bozorda faqatgina sifatli mahsulot yoki xizmat bilan emas, balki mijoz bilan samarali muloqot orqali ham muvaffaqiyatga erishish mumkin. Savdo jarayonida xaridor bilan to'g'ri va professional munosabatda bo'lish kompaniya obro'sini oshiradi, mijoz sodiqligini kuchaytiradi va daromadni barqaror ushlab turadi. Muloqot bu – shunchaki so'z almashinuvi emas, balki mijozning ehtiyojini tushunish, unga e'tibor qaratish va ishonchli aloqa o'rnatish san'atidir. Shu bois, sotuvchilar va kassir-nazoratchilar uchun bu ko'nikmalarni egallash zaruriy sanaladi. Mazkur maqolada aynan shu muloqot usullari, ularning turlari va savdo samaradorligiga ta'siri yoritib beriladi.

Mijoz bilan to'g'ri muloqot qurish – sotuvlarning 70% samarasini belgilaydi. Quyida professional sotuvchilar qo'llaydigan eng samarali usullar tahlili:

1. Dastlabki aloqada (5 sekund qoidasi)

- Ism bilan murojaat: "Salom, Sherzod-aka!" (Esdalik darajasi 40% oshadi)
- Smayl va vizual kontakt: Yumshoq tabassum + 60% vaqt ko'z aloqada
- O'z-o'zini tanishtirish: "Men Samandar - bu do'konning elektronika bo'limi maslahatchisiman"

2. Faol tinglash (l.e.a.r.n modeli)

- Listen (Diqqat bilan tinglash)
- Empathize (Hamdardlik: "Tushunarman, bunday holatda...")
- Ask (To'g'ri savollar: "Qaysi funksiyalar siz uchun muhim?")

- Reflect (Aks ettirish: "Demak sizga tezkor ishlaydigan model kerak")
- Navigate (Yo'naltirish: "Shunda mana bu model aynan sizga mos")
- 3. Savol berish texnikalari (s.p.i.n)
 - Situation (Holat: "Hozir qanday printerdan foydalanyapsiz?")
 - Problem (Muammo: "U qanday kamchiliklarni beryapti?")
 - Implication (Oqibat: "Ushbu muammo qanchalik qiyinchilik tug'dirmoqda?")
 - Need-payoff (Ehtiyoj: "Agar tezroq va sadoqatli printer bo'lsa...")
- 4. Qarshiliklarga ishlov berish (3f formula)
 - Feel (His: "Bu narx biroz qimmat ekanini tushunaman")
 - Found (Topilma: "Lekin bizning 95% mijozlar...")
 - Fact (Fakt: "Statistikaga ko'ra bu model 5 yilgacha ishlaydi")
- 5. Yopish texnikalari (a.b.c.)
 - Assumptive (Faraz: "Qaysi to'lov usulini tanlaysiz?")
 - Benefit (Foyda: "Bu xaridingizdan quyidagi afzalliklar...")
 - Choice (Tanlov: "Qora yoki kumush rangdan qaysi birini afzal ko'rasiz?")
- 6. Post-savdo aloqasi (5/25 qoidasi)
 - 5 daqiqada: "Xaridingiz uchun rahmat" SMS
 - 25 soatdan keyin: "Mahsulotdan qoniqdingizmi?" qo'ng'iroq

Psixologik hiylalar

- Ayting-gapiring effekti: Mijozga mahsulotni o'zi nomlashi ("Bu aqlli televizor emas, balki...?")
- Anchor effekti: Avval qimmatroq variantni ko'rsatish
- Scarcity prinsipi: "Faqat 2 ta qoldi", "Aksiya 3 soatgacha"

Muvaffaqiyat kaliti: Har bir mijozga individual yondashish. Statistikaga ko'ra, shaxsiylashtirilgan xizmat sotuvlarni 35% oshiradi.

Adabiyotlar tahlili va metodologiya

Mijoz bilan samarali muloqot bo'yicha bir nechta o'zbek adabiyotlarida bu mavzuga turli yondashuvlar mavjud. Jumladan:

- Mamatqulov A. "Savdo menejmenti asoslari" (Toshkent: "Fan va texnologiya", 2018) asarida savdo jarayonidagi muloqot psixologiyasi va mijoz bilan ishonchli aloqa o'rnatish usullari tahlil qilingan.

- Yo'ldoshev Q. "Marketing asoslari" (Toshkent: "Iqtisodiyot", 2017) nomli kitobida muloqot marketing strategiyasining ajralmas qismi sifatida ko'rsatilgan.

- Saidova N. "Xizmat ko'rsatish madaniyati" (Toshkent: 2020) ishida esa mijozga xizmat ko'rsatishda madaniyat, nutq ohangi, mijoz ehtiyojlarini aniqlash va unga mos takliflar berish bo'yicha yondashuvlar bayon etilgan.

Ushbu manbalar savdo jarayonida muloqot samaradorligini oshirish uchun qanday texnika va usullar qo'llanilishi kerakligini asoslaydi.

Tadqiqot metodologiyasi sifatida:

- Tahlil usuli orqali mavjud adabiyotlar o'rganildi;
- So'rovnoma va kuzatuv metodlari orqali real savdo jarayonlarida mijoz va sotuvchi o'rtasidagi muloqot baholandi;

● Taqqoslash usuli yordamida samarali va samarasiz muloqot natijalari o'zaro solishtirildi.

Tadqiqot davomida yirik do'konlar va chakana savdo tarmoqlarida faoliyat yuritayotgan 20 nafar kassir-sotuvchining ish uslublari o'rganildi.

Natija va muhokamalar

O'tkazilgan kuzatuvlar natijasida quyidagilar aniqlangan:

● Muloqotda mehribonlik, hurmat, va mijozga individual yondashuv xarid hajmini oshirishga xizmat qilmoqda;

● Muloqotdan qochish, xolis yondashmaslik, yoki shoshilinch xizmat ko'rsatish esa mijozning ishonchini pasaytiradi;

● Mijoz ehtiyojlarini faol tinglay olgan kassirlar 20–30% ko'proq sotuv amalga oshirgan;

● Doimiy mijozlar aynan iliq muloqot muhiti bo'lgan savdo nuqtalariga qaytib kelishga moyil bo'lishgan.

Xulosa.

Savdo jarayonida mijoz bilan samarali muloqot – bu nafaqat xizmat ko'rsatish sifati, balki savdo samaradorligining asosiy omilidir. Har bir sotuvchi yoki kassir zamonaviy muloqot texnikalarini egallashi, mijozni tinglashi, uning ehtiyojlarini tushunishi va unga mos yechimlarni taklif etishi lozim. Bu orqali ishonchli aloqa vujudga keladi va bu, o'z navbatida, tashkilot obro'si va daromadiga bevosita ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Maqola natijalari savdo sohasida faoliyat yurituvchi xodimlar uchun amaliy qo'llanma bo'lib xizmat qilishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YHATI:

1.Yo'ldoshev Q.Q. Marketing asoslari. "Iqtisodiyot". Toshkent shahri. 2018. 45–52 betlar

2.Abdug'anieva M.A. Savdo psixologiyasi. "O'qituvchi". Toshkent shahri. 2020 61–75 betlar

3.Abdug'anieva M.A. Savdo psixologiyasi. "O'qituvchi". Toshkent shahri. 2020 61–75 betlar

4.Murodov I.M. – "Marketing asoslari" Toshkent, "Iqtisodiyot", 2019

4. Jo'raev S.S. – "Savdo-sotiq faoliyati va marketing".Toshkent, "IQTISOD-MOLIYA", 2020.

5. O'ralov Q.T. – "Reklama va ommaviy axborot vositalari".Toshkent, "Fan", 2018.

6.IMKONIYATI CHEKLANGAN O'QUVCHILAR BILAN ISHLASH TAJRIBASI. Scientific Impulse, 1(7), 648-653.

7. Tursunov, H. (2024). Kar va zaif eshituvchi o'quvchilarning axborot kompetensiyasini rivojlantirish: farg'ona misolida. Conference on Digital Innovation : "Modern Problems and Solutions", 206–209. **извлечено от** <https://fer-teach.uz/index.php/codimpas/article/view/2445>

8. Hojiakbar Tursunov. Imkoniyati cheklangan o'quvchilarning axborot kompetentsiyasini rivojlantirish: O'zbekiston va yevropa tajribasi. Talim fan va innovatsiya jurnali. 6 son. 2024 yil.575 bet
- 9.https://esijournal.uz/wp-content/uploads/2025/01/Talim_fan_va_innovatsiya_6_son_2024_yil.pdf
10. Tursunov, H. H., & Hoshimov, U. S. (2022). Ta'lim tizimida ko'zi ojiz o'quvchilarni informatika va axborot texnologiyalari fanida o'qitish texnologiyalar. *Новости образования: исследование в XXI веке*, 1(5), 990-993.
11. Горовик, А. А., & Турсунов, Х. Х. У. (2020). Применение средств визуальной разработки программ для обучения детей программированию на примере Scratch. *Universum: технические науки*, (8-1 (77)), 27-29.
12. Kamolovich, B. E., & Hamidullo o'g'li, T. H. (2024). RAQAMLI TEXNOLOGIYALARI DAVRIDA SOHA MUTAXASSISLIK FANI BO'YICHA IQTIDORLI O'QUVCHILAR BILAN ISHLASH. *Scientific Impulse*, 2(18), 125-131.
13. Hamidullo o'g'li, T. H. (2022). HOZIRGI KUNNING DOLZARB IMKONIYATLARI. JAWS VA NVDA DASTURLARI. *Scientific Impulse*, 1(2), 535-537.
14. Tursunov, H. (2024). Kar va zaif eshituvchi o'quvchilarning axborot kompetensiyasini rivojlantirish: farg'ona misolida. *Conference on Digital Innovation : "Modern Problems and Solutions"*, 206–209. извлечено от <https://fer-teach.uz/index.php/codimpas/article/view/2445>
15. Hojiakbar Tursunov. Imkoniyati cheklangan o'quvchilarning axborot kompetentsiyasini rivojlantirish: O'zbekiston va yevropa tajribasi. Talim fan va innovatsiya jurnali. 6 son. 2024 yil.575 bet
- 16.https://esijournal.uz/wp-content/uploads/2025/01/Talim_fan_va_innovatsiya_6_son_2024_yil.pdf
17. Mamatqulov A. Savdo menejmenti asoslari. "Fan va texnologiya" nashriyoti Toshkent shahri 2018.45–52-betlar
18. Yo'ldoshev Q. Marketing asoslari. "Iqtisodiyot" nashriyoti Toshkent shahri 2017. 77–85-betlar
19. Saidova N. "Yangi asr avlodi". Toshkent shahri 2020.31–38-betlar