Emro Science and Education
International open-access scientific journal
Journal homepage: https://journal.emro.uz

OPEN ACCESS

CONFERENCE PAPER OPEN ACCESS

Vol. 1 No. 1 (2023) · “Axborot oqimlari va intellektual tizimlarning ijtimoiy, iqtisodiy va texnik-texnol... DOI: 10.5281/zenodo.24319586

materiallar to‘plami

PARRANDACHILIK KORXONALARI MAHSULOTLARINI MARKETING TIZIMINI RAQAMLASHTIRISH

Suranboyeva Tursunoy Avazbek qizi, Andijon mashinasozlik instituti “Axborot tizimlari va texnologiyalari” yo‘nalishi talabasi

Parrandachilik korxonalari mahsulotlari sotishini raqamlashtirish uchun quyidagi asosiy qadamlarni amalga oshirishingiz mumkin:

Mahsulotlarni tayyorlash va tarqatish: Qanday turdagi parti mahsulotlarini sotishingizni va ularni qanday tayyorlashingizni belgilang. Mahsulotlarni to‘liqroq ishlab chiqarish, to‘g'ri ta’minlash, olingan muddati boyicha miqdorini hisobga olish va etkazib berish tizimini tayyorlaymiz.

Bozor tahlili: Sizning parti mahsulotlaringizni qaysi bozorlarda sotishingizni aniqlang. Mijozlaringizni, ularning talablari va xohishlarini tushuning. Bozor tahlili o‘z mijozlaringizning kimlari, qanday o‘qishlari va qaysi xususiyatlari bo‘yicha alohida qismi bo‘lishi kerak.

Narxni belgilash: Mahsulotlaringiz narxini aniqlang. Bu, ularni ishlab chiqarish va etkazib berish xarajatlarini qoplash, so‘nggi narxlarni aniqlash va qo‘shimcha daromad olish uchun yuzaga kelayotgan narxni qo‘yishni o‘z ichiga oladi.

Marketing strategiyasini tuzish: Sizning parti mahsulotlaringizni sotish strategiyangizni tuzing. Bu strategiya, ularni reklama qilish, sotish orqali tarqatish, chegirmalar va xaridorga qo‘shimcha taqdimotlarni o‘z ichiga olishni o‘z ichiga oladi.

Marketing va reklama: Mahsulotlar va xizmatlar reklamasi yaratish va ulashish uchun marketing va reklama strategiyalarni o‘rganing. Bu, ijtimoiy tarmoqda reklamalarni ishlab chiqarish, internet reklamasi, TV yoki radio reklamasi, afishalar va boshqa vositalardan foydalaniladi.

Savdo joyini tanlash: Parrandachilik mahsulotlarini sotish uchun biron bir savdo joyini tanlash zarur. Bu onlayn do‘kon, fizikavi do‘kon, bozor stendlari yoki xususiy parti joyi bo‘lishi mumkin.

Xaridorga qo‘shimcha taqdimotlar va chegirmalar: Mijozlarni jalb etish va ulashish uchun chegirmalar, bozorlash va chegirmalar tashkil etishni o‘rganing. Bu, mijozlarni yoqib olish uchun samarali usullardan biri bo‘lib, qo‘shimcha mijozlarni jalb etadi.

Monitoring va baholash: Marketing va sotish natijalarini va mijozlar bilan munosabatlaringizni baho bilan baholang. Bu, strategiyalaringizni optimallashtirish va kompaniyangizni rivojlantirish uchun kerakli ma’lumotlarni beradi.

Yangilash va rivojlantirish: Bozor tendensiyalarini kuzatish va marketing strategiyalaringizni va parti mahsulotlarini doimiy ravishda yangilashni unutmang. Kompaniya va mahsulotlar uchun yangi imkoniyatlar va qo‘shimcha bozor segmentlari qidirish uchun monitoring qilamiz.

Raqamlashtirish o‘rganilgan ma’lumotlarni izlash, o‘qishlar va marketing taqdimotlaridan chiqqan javoblar bilan birga keladi. Raqamlashtirish o‘rganilayotgan ma’lumotlarning natijalari va to‘g'ri bozor qaroriga ega bo‘lishingizga yordam beradi.

Published: 10.11.2023

Cite this article: Suranboyeva Tursunoy Avazbek qizi (2023). Parrandachilik korxonalari mahsulotlarini marketing tizimini raqamlashtirish. Emro Science and Education, 1(1). https://doi.org/10.5281/zenodo.24319586

© 2023 The Author(s). Published by Emro Science and Education. This is an open access article.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1.Ergashxodjayeva Sh.J., Yusupov M.A., Abduxalilova L.T., Alimxodjayeva N.E., Ziyayeva M.M., Jumanov O.S., Sharipov L.T., Bobojonov B.R., Normurodov X., Meliqulov A.N., Valiyeva A. A., Raxmatova Sh.T., “Marketing” fani bo’yicha ishchi daftar. T: “ZARAFSHON FOTO”, 2019

2. Ergashxodjaeva Sh. J., Qosimova M. S., Yusupov M.A., “Marketing” darslik: Toshkent TDIU 2018

3. Soliyev A., Buzrukxonov B., “Marketing” darslik: Toshkent 2010

4. J.J.Jalolov, I.A.Ahmedov, I.S.Xotamov, A.O.Ergashev “MARKETING TADQIQOTLARI” Toshkent 2011

5. Yusupov M.A., Abdurahmonova M., “Marketing” darslik Toshkent 2012