

CRM TIZIMLARI VA MIJOZLAR HAQIDAGI MA'LUMOTLARNI TAHLIL QILISHNING SAVDO KORXONALARI FAOLIYATIDAGI AHAMIYATI

Jalalova Dildora Jamolovna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti,

“Savdo ishi” kafedrası professori

Annotatsiya

Mazkur tezisdá CRM (Customer Relationship Management) tizimlarining savdo korxonalaridagi o‘rni hamda mijozlar haqidagi ma‘lumotlarni tahlil qilishning zamonaviy usullari yoritilgan. Mijozlar bazasini samarali boshqarish, xaridorlarning ehtiyoj va xatti-harakatlarini o‘rganish, individual marketing strategiyalarini ishlab chiqishda CRM tizimlarining ahamiyati tahlil qilingan. Shuningdek, mijozlar ma‘lumotlarini qayta ishlash va ulardan foydalanish orqali savdo korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish imkoniyatlari ko‘rib chiqilgan.

Kalit so‘zlar: *CRM tizimi, mijozlar ma‘lumotlari, savdo korxonasi, marketing, ma‘lumotlar tahlili, mijozlar sodiqligi, raqamli texnologiyalar.*

Bugungi kunda raqamli iqtisodiyot sharoitida korxonalar faoliyatining muvaffaqiyati ko‘p jihatdan mijozlar bilan munosabatlarni samarali boshqarishga bog‘liq. Bozor sharoitida raqobatning kuchayishi korxonalardan xaridorlar ehtiyojlarini chuqur o‘rganish va ular bilan uzoq muddatli aloqalarni shakllantirishni talab etmoqda. Shu nuqtai nazardan CRM tizimlari zamonaviy biznesning muhim vositalaridan biri hisoblanadi.

CRM tizimi korxonaga mijozlar haqidagi ma‘lumotlarni yagona bazada jamlash, ularni tizimli ravishda tahlil qilish va boshqaruv qarorlarini qabul qilishda foydalanish imkonini beradi. Ushbu tizimlar orqali xaridorlarning xaridlar tarixi, qiziqishlari, murojaatlari va boshqa muhim ma‘lumotlari saqlanadi. Natijada korxoná har bir mijozga individual yondashuvni shakllantirish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

Mijozlar haqidagi ma‘lumotlarni tahlil qilish savdo korxonalariga bir qator afzalliklarni beradi. Avvalo, xaridorlarning ehtiyojlarini aniq belgilash va bozor segmentlarini shakllantirish imkoniyati yaratiladi. Bundan tashqari, korxoná eng daromadli mijozlarni aniqlashi, ularning sodiqligini oshirish bo‘yicha maxsus dasturlar ishlab chiqishi mumkin. Ma‘lumotlar tahlili asosida marketing kampaniyalari samaradorligi ham oshadi.

Zamonaviy CRM tizimlari sun‘iy intellekt va katta ma‘lumotlar texnologiyalari bilan integratsiyalashgan holda ishlamoqda. Bu esa mijozlarning kelajakdagi xarid xatti-harakatlarini prognoz qilish, talab o‘zgarishlarini oldindan aniqlash va mos

marketing strategiyalarini ishlab chiqishga yordam beradi. Natijada savdo korxonalarida xarajatlar qisqarib, daromadlilik darajasi ortadi.

Bugungi kunda savdo sohasida raqobatning kuchayishi va iste'molchilar talabining tez o'zgarishi marketing tadqiqotlarining ahamiyatini yanada oshirmoqda. Korxonalar muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi uchun bozor holatini, iste'molchilar ehtiyojlarini va raqobatchilar faoliyatini muntazam ravishda o'rganib borishi zarur.

Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi marketing tadqiqotlari usullariga ham sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. An'anaviy so'rovnomalar va kuzatuv usullari bilan bir qatorda onlayn monitoring, katta ma'lumotlar tahlili, sun'iy intellekt asosidagi prognozlash va ijtimoiy tarmoqlar tahlili keng qo'llanilmoqda.

O'zbekiston savdo korxonalarida ham CRM tizimlarini joriy etishga bo'lgan qiziqish ortib bormoqda. Biroq ayrim korxonalarda raqamli infratuzilmaning yetarli darajada rivojlanmaganligi va malakali mutaxassislar yetishmasligi CRM texnologiyalaridan to'liq foydalanishga to'sqinlik qilmoqda. Shu sababli korxonalarda zamonaviy axborot texnologiyalarini keng joriy etish va xodimlarning raqamli ko'nikmalarini oshirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Xulosa qilib aytganda, CRM tizimlari va mijozlar haqidagi ma'lumotlarni tahlil qilish savdo korxonalarining samarali faoliyat yuritishi, mijozlar sodiqligini oshirishi hamda raqobatbardoshligini mustahkamlashda muhim omil hisoblanadi. Mazkur tizimlardan oqilona foydalanish korxonalariga bozor talablariga tez moslashish va uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. – Pearson Education, 2016.
2. Buttle F., Maklan S. Customer Relationship Management: Concepts and Technologies. – Routledge, 2019.
3. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing. – Pearson, 2022.
4. Payne A. Handbook of CRM: Achieving Excellence in Customer Management. – Routledge, 2018.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishga oid farmon va qarorlari.