



4 – Ma'ruza

Ijtimoiy media marketingi

Muallif haqida



Dr. UMIDJON AHUNJONOV

Ta'lim: Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti
(bakalavr, magistratura)

Uxan Texnologiyalar Universiteti (XXR)
(PhD)

Mehnat faoliyati: Toshkentdagi Xalqaro Vestminster
Universiteti

O'zbekiston Respublikasi Bank-moliya
Akademiyasi

Mehnat faoliyati (asosiy) "Interintellect" MChJ - Marketing
Tadqiqotlari va Maslahatlari

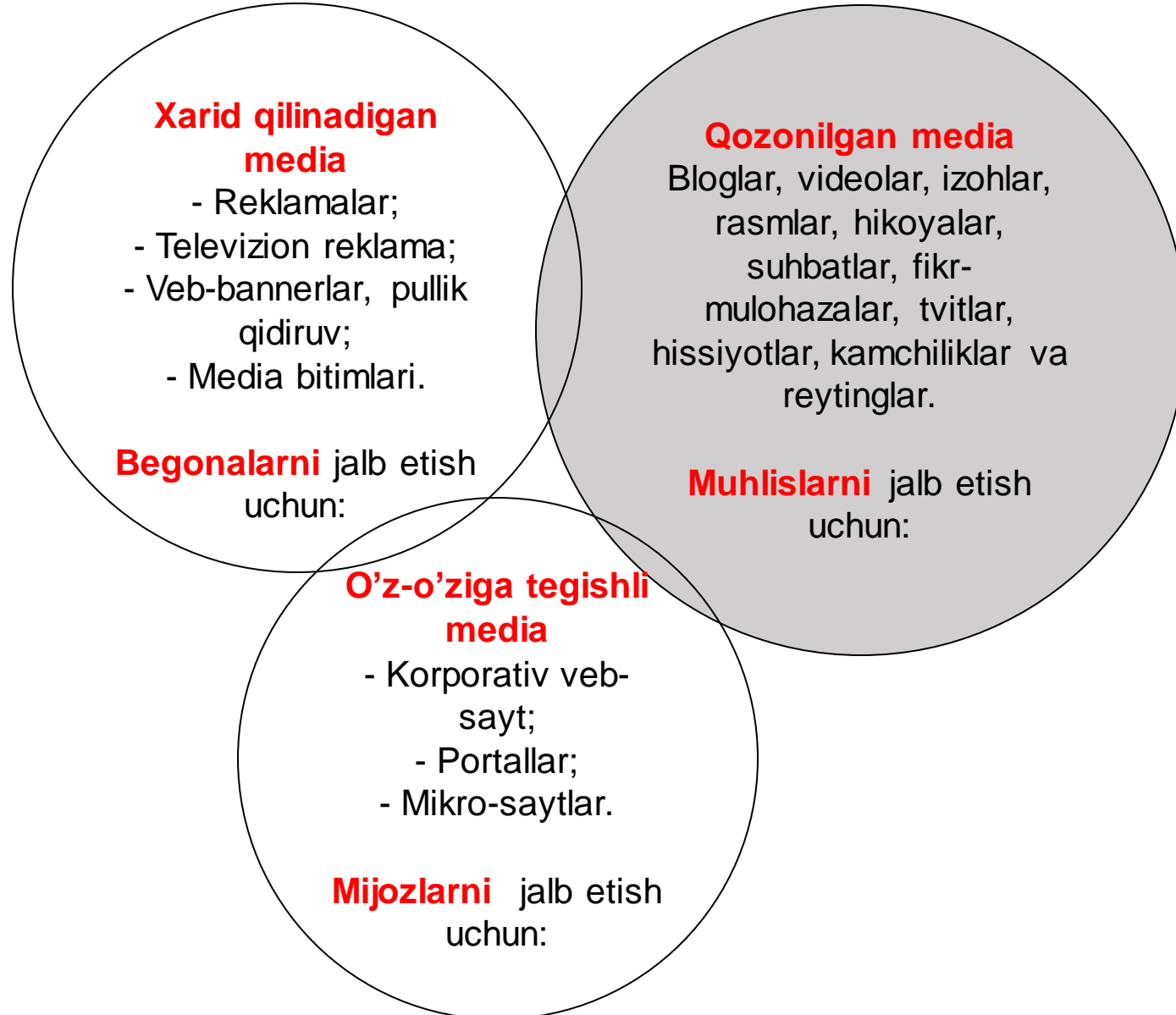
www.zipwolf.uz



Bugungi suhbatimizda:



Media modeli: Qozonilgan media



Integratsiyalashgan Ijtimoiy media

Mikro bloglar

Shaxsiy translyatsiya: **Twitter, Identi.ca**

Media va fayl almashish

Rasmlarni, videolarni va audio fayllarni yuklang, almashing va sharhlang: **Flickr, Youtube**

Vikilar

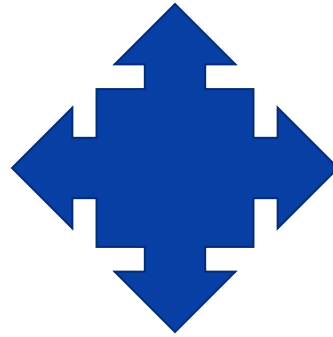
Maqolalar izlang, yarating va tahrirlang: **Wikipedia, Wikia**

Munozara forumlari

Ochiq jamoalarda mavzularni muhokama qiling: **Technorati, The Nest**

Bloglar

Fikr va tajribalaringizni chop eting va muhokama qiling: **Blogger, Tumblr**



Ijtimoiy o'yinlar

O'yinlar o'ynash uchun do'stlar va boshqalar bilan bog'laning: **Zynga, Gaia**

Ijtimoiy Tijorat

Internetda xarid qilish va xarid qilish bo'yicha maslahatlar berish maqsadida guruhlar tuzing: **Threadless, Levi's Friends Store**

Sharhlar

Mahsulot va xizmatlarni baholash va sifatini yaxshilash: **Yelp, Qype**

Monitoring vositalari

Onlayn shov-shuv monitoring: **NM Incite, Radian**

Ijtimoiy tarmoqlar

Shaxsiy va biznes profilingiz orqali aloqada bo'ling: **Facebook, LinkedIn, Google+**

Ijtimoiy media marketingi

“Ijtimoiy medialar foydalanuvchilarga bir-birlari bilan muloqot qilish va kontent almashish imkonini beradigan Internet va mobil aloqa kanallari va vositalarida tegishli atamadir.

O‘z nomiga ko‘ra, ijtimoiy media jamoalar (komyuniti) yoki tarmoqlar yaratishni, ishtirok va jalb etishni o‘z ichiga oladi.”

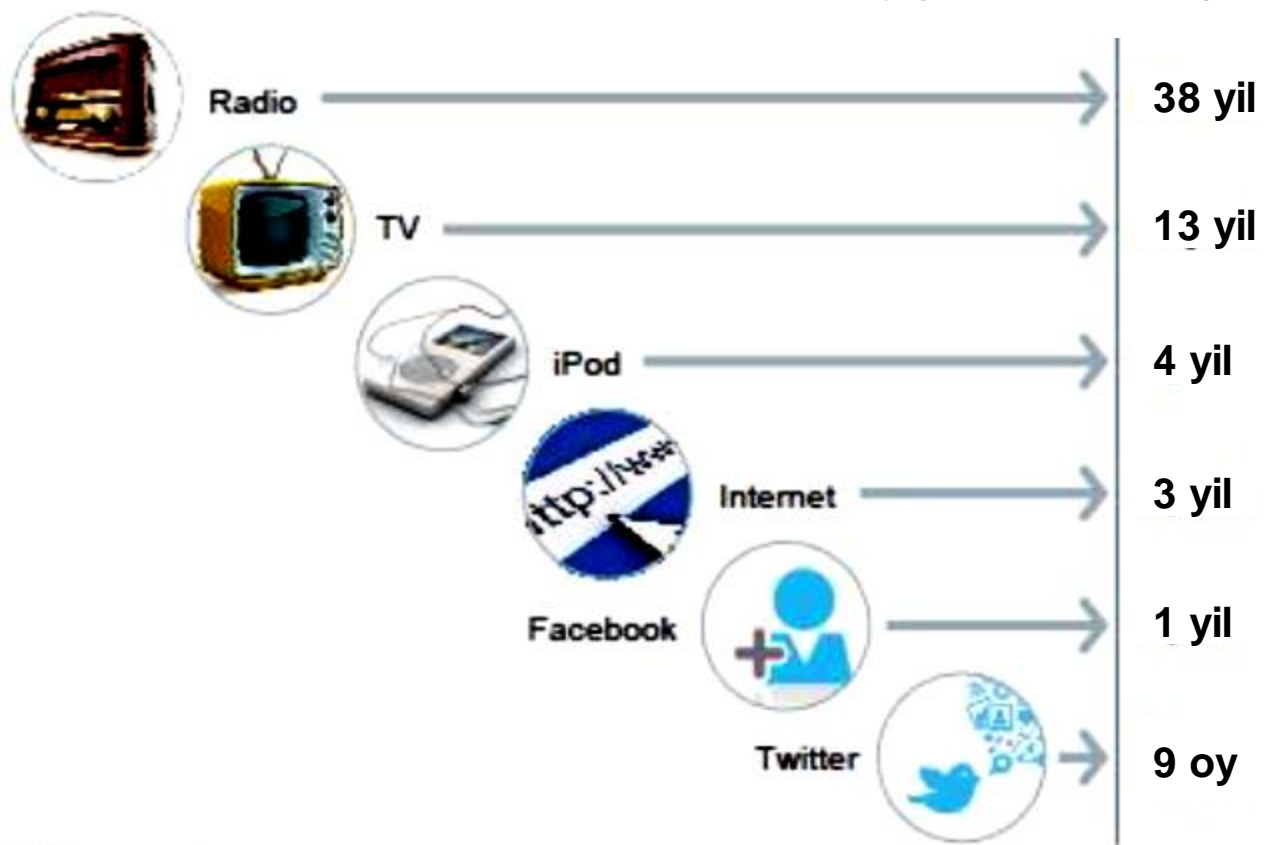
(CIPR, 2011)



Ijtimoiy media manzarasi

Ijtimoiy media boshqa media texnologiyalariga qaraganda ancha tez o'sdi

50 million foydalanuvchi
yig'ish uchun ketgan vaqt



SOURCE: Press research

Qozonilgan va integratsiyalashgan ijtimoiy media

Brendlar va Iste'molchilar uchun Manfaatlari

- **Integratsiyalashgan ijtimoiy media:**

- Ta'sir va xabardorlik;
- Muxlislar (fanatlar) va lidlar;
- Tejalgan umumiy marketing xarajatlari.

- **Integratsiyalashgan ijtimoiy media rag'batlantiradi:**

- Iste'molchi ishonchi va yaqinlik tuyg'usi;
- Jamiyatlari (komyuniti) ning shakllanishi;
- Maqsadli takliflarni tarqatish.

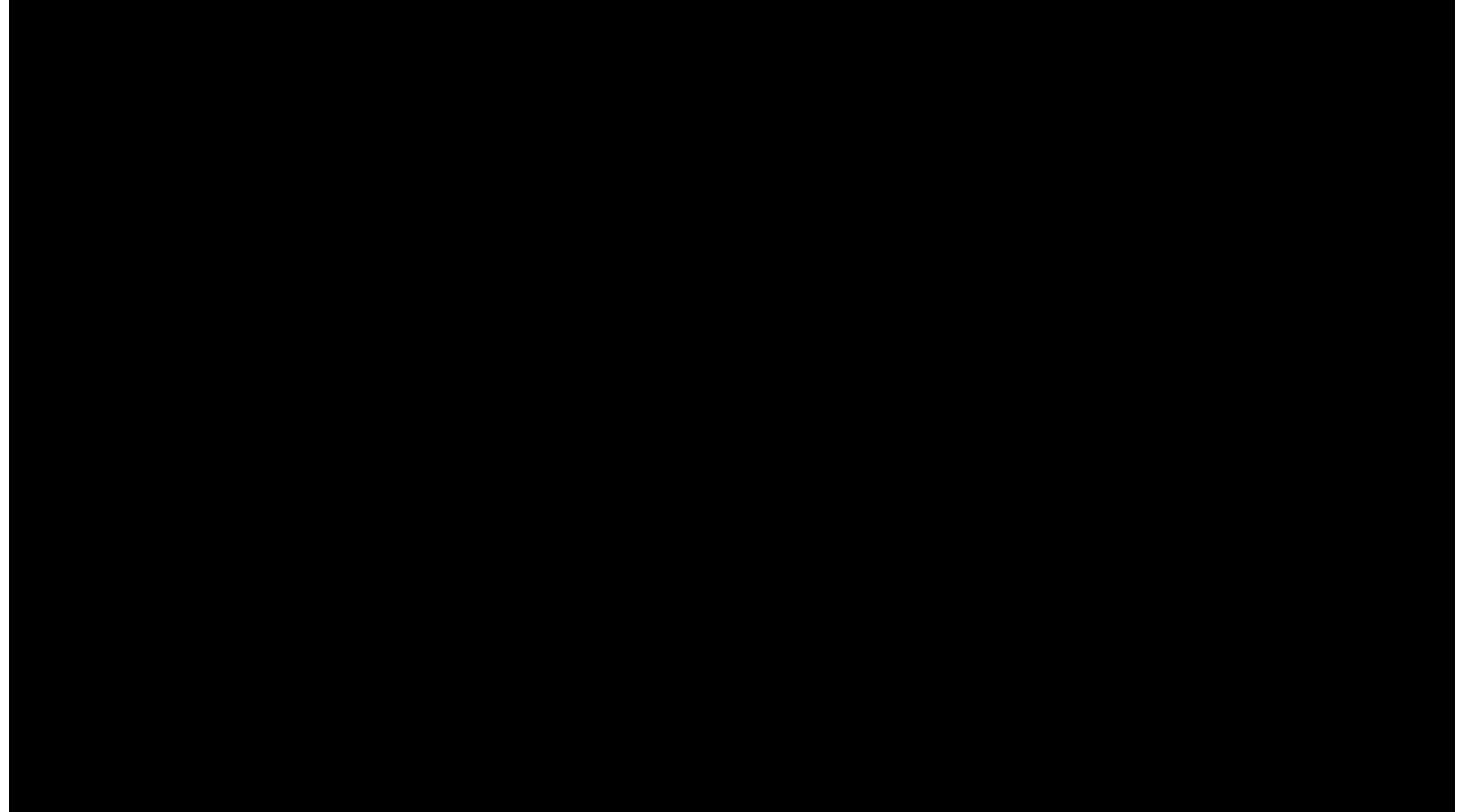
Asosiy tamoyillar

- “Ish beradigan” marketing kampaniyalari **tematik jihatdan moslik va davomiy** va platformalar bo‘ylab **integratsiyalashgan** bo‘lishi kerak
- Ular reaktsiyani ham **oldindan sezishadi**
- Amaliy tadqiqotlar va keys-stadilar nimani nazarda tutadi?
 - ✓ Old Spice (**tematik jihatdan moslik**);
 - ✓ Ocean Spray (ko‘p kanalli integratsiya);
 - ✓ Pepsi (javobni oldindan seza bilish);
 - ✓ Pittsburg Universiteti tadqiqoti (mikro-lending).

Keys 1: Old Spice



“Sen yoqtirgan kabi ifor taratuvchi erkak”



Marketing kampaniyasi elementlari

- Original kampaniya (50milliondan ortiq ko'rishlar)
 - “Sen yoqtirgan kabi ifor taratuvchi erkak”
- Ba'zi tahlillar
 - Memlar va Ijro
- Hikoya davom etadi
 - Boshqa mashhurlar ham ijroga taqlid boshlaydilar...

Keys 2: Ocean Spray

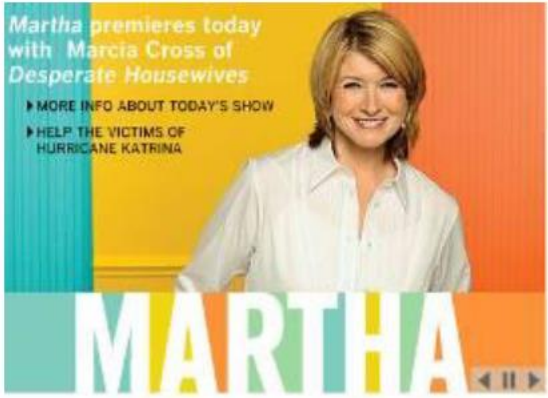


- Keys Ma'lumotlari
 - Savdoning pasayishi, narxning pasayishi (fermerlarning yo'qotishlari);
 - Brend pozitsiyasi "Ajoyib ta'mga ega va yaxshi joyda yetishtirilgan"ga o'zgartirilgan.
- Integratsiyalashgan SMM Maqsadi
 - Klukvani "zamonaviy foydalarga" ega; bo'lgan "ajabtovur kichik meva" sifatida qayta tanishtirish.

Keys 2: Ocean Spray



Keys 2: Ijtimoiy munosabatlar



Bogs Across America



Television reklama




Raqamli reklama

facebook 3 Search


Ocean Spray We've been gushing about how much we love fall lately, but now it's your turn ways to enjoy fall? on Wednesday

Wall Info Recipes Photos Our Club Boxes >>

Write something...

Attach:   **Share**

Filters





Suggest to Friends
Subscribe via SMS


Welcome to the official Ocean Spray Facebook page!


This is where our fans can share recipes, trade entertaining tips, learn about new products and post feedback about all things Ocean Spray. C'mon on in and join the conversation!


1 Friend Likes This





Ocean Spray At Ocean Spray, our business is a family business and we're proud to support this initiative and invite families across the country to join our grower families as we fight to end childhood hunger in America. Join us as we kick off our "Families Feeding Families" campaign, a partnership with Share Our Strength <http://bit.ly/bNzJef>

 **Take the No Kid Hungry Pledge**
bit.ly
I just took @ShareStrength's #NoKidHungry Pledge supported by @OceanSprayInc, and you should too at <http://bit.ly/b3wLBV>

 18 hours ago · Comment · Like · Share · Flag

 8 people like this.

Write a comment...


DeLynn Boyd-Hale There is an Ocean Spray coupon on BJ's for craisins - <https://www.bjs.com/member/coupons/display>

I'm headed there during lunch!
Yesterday at 11:02am · Comment · Like · Flag

Yangi mahsulotlar



Keys 3: Pepsi



- Pepsi Max **Original**
<https://www.youtube.com/watch?v=zgkKzcl5Uk0>
 - Poyga ishtirokchisi Jeff Gordon “yashirin holda” sinov haydovni amalga oshiradi;
 - Internet reaktsiyasi.
- Pepsi Max **Sequel**
 - <https://www.youtube.com/watch?v=CMbA27uqOGw&list=PLMGYSzHVACRAp8bZWI0pm3ejMYPbGN5L6>
 - Brendlar javobni oldindan tahmin qilishlari va ularda “**natijasi**” tayyor bo'lishi kerak.

Akademik tadqiqot: Qozonilgan media tadqiqoti



Tadqiqot xususiyatlari

- **An'anaviy va ijtimoiy qozonilgan** mediani tasvirlash:
 - An'anaviy qozonilgan medianing qamrovi keng va kelib chiqishi turlicha bo'lgan auditoriyaga ega.
 - Ijtimoiy qozonilgan medianing maqsadi tor doirada va bir xil auditoriyaga ega
 - *Tashqi (bloggerlar, ta'sir o'tkazuvchilar, mahalliy media);*
 - *Ichki ((jamoat tomonidan yaratilgan saytdagi kontent).*

Tadqiqoti natijalari

- An'anaviy qozonilgan media ancha katta **marginal** ta'sirga ega;
- Ijtimoiy qozonilgan media ta'siri chastotasi **tezroq**;
- Ijtimoiy qozonilgan media ta'siri ancha katta va jamoa tomonidan yaratilgan kontent asosiy kalit hisoblanadi;
- “Ijtimoiy bo'l, mahalliy bo'l!”

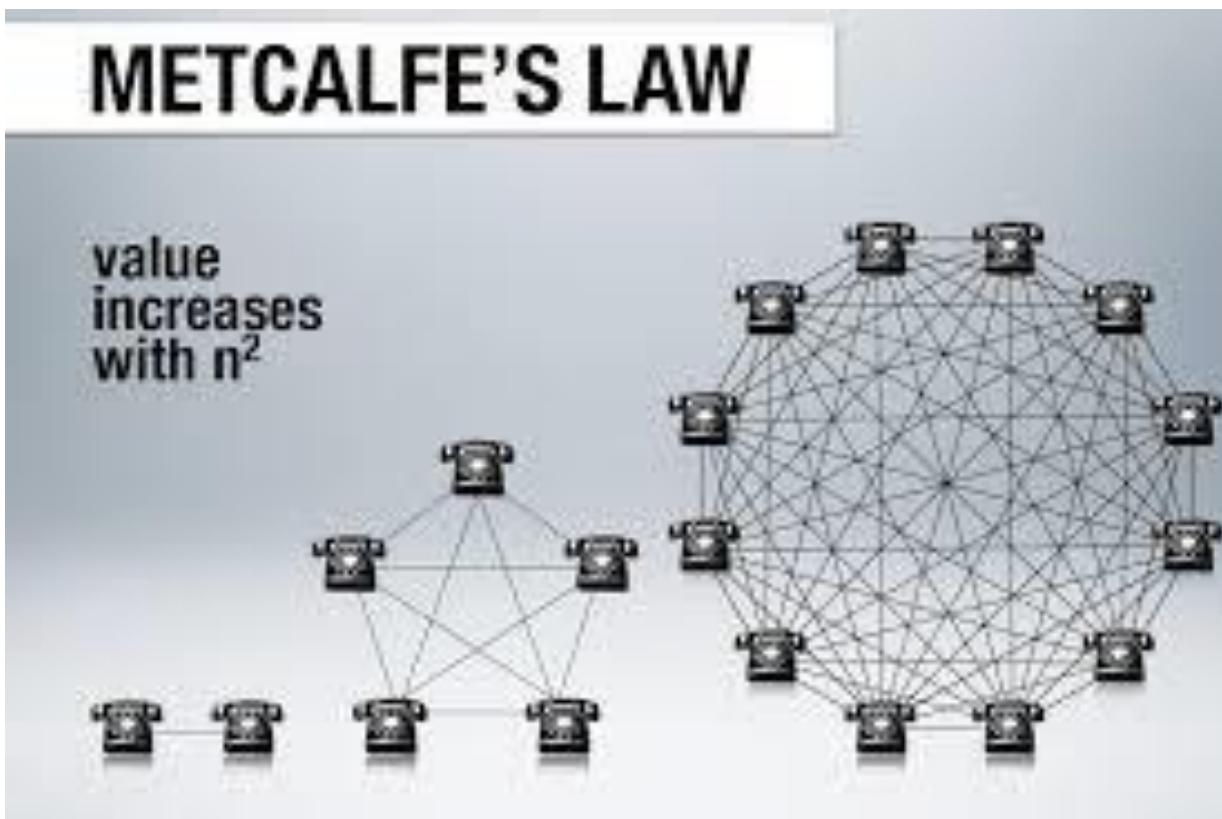
Tarmoq ta'siri va viruslilik: qisqacha nazar

- "Tarmoq ta'siri" dan kelib chiqadigan foydalar va tarmoqlardan qanday foydalanishimiz mumkin;
- Virusli xususiyatlar atrofidagi ikkita asosiy fikr: **mahsulot** va **kontent** xususiyatlari;
- "Tarmoq ta'siri" da va / yoki virusli mahsulotlari va kontentni yaratishda raqamli iqtisod muhim ahamiyatga ega, ayniqsa, xaridorlarga erishish va ularni saqlashda;
- Tadqiqotdan ba'zi muhim g'oyalar;

Tarmoq ta'siri va viruslilik: asosiy savollar

- "Tarmoq ta'sirlari" nima va marketologlar qanday qilib ularni yuzaga keltirishi va ulardan manfaat ko'rishlari mumkin?
- Mahsulotga virusli xarakter kirita olamizmi va shunday bo'lsa, qanday xususiyatlar (faol yoki passiv) yaxshiroq natija ko'rsatadi?
- "Virusli" bo'lish ehtimoli ko'proq bo'lgan kontentni yarata olamizmi va agar shunday bo'lsa, uning "formula"si nima?

Tarmoq Ta'siri: Metkalf Qonuni Misolida

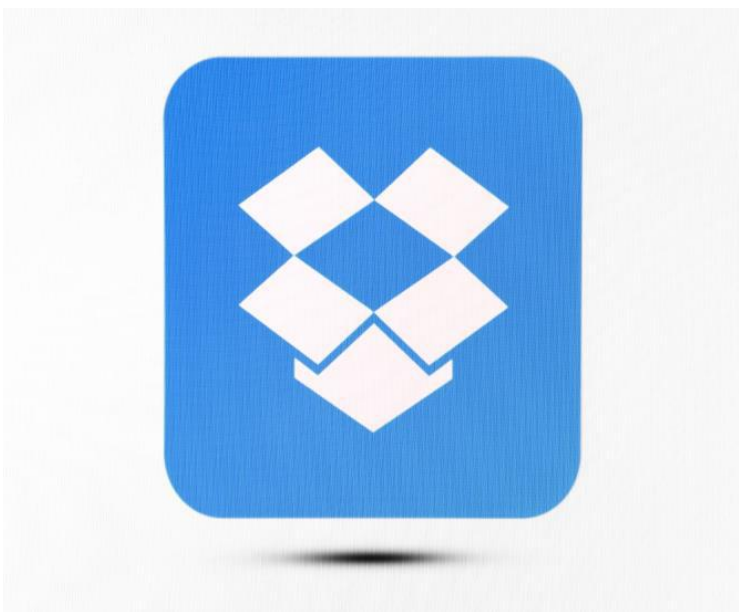


- Muhim ma'lumotlar:
 - Tarmoqning qiymati bog'langan foydalanuvchi bazasining kvadratiga proporsionaldir;
 - Hajm chiziqli kattalashgani holda, qiymat juda tez o'sadi;
 - **N** uchun n qiymati **$n(n-1)/2$** ga proporsionaldir.

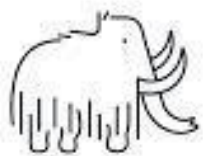
Tarmoq Ta'sirlari Amaliyotda

- Mijoz bo'lmaganlar mijozga aylanishadi qachonki:
 - Tarmoq **kattalashgani** sari shaxsning taassurotlari **oshib** borsa;
 - Mavjud mijozlar o'z tajribalarini osonlikcha o'rtoqlasha olsa;
 - O'rtoqlashish uchun ichki yoki tashqi mukofotni shakllantirilsa.

Tarmoq Ta'sirlari Amaliyotda



HARRY'S



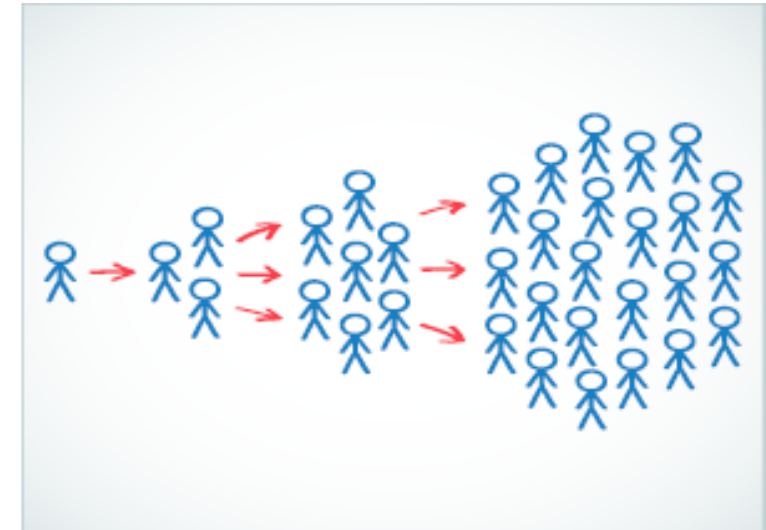
H'



“Eski iqtisodiyot” dan g’oyalar

- Og’izdan og’izga marketingi (WOM) – marketingning eng samarali shakli va xaridorlarni jalb etish uchun muhimdir.
- WOM tezlashadi qachonki:
 - Mahsulot / xizmat ajoyib bo’lganda;
 - Foydalanuvchilar “aytib berish va ko’rsatish”ga qodir bo’lganlarida;
 - Hikoya qilish uchun o’ziga xos xususiyatlar mavjud bo’lsa;
 - WOM ni tarqatuvchilari va qabul qiluvchilari o’zaro bir hil vaziyatlarda bo’lishganlarida.

Ijtimoiy Ko'rinish (Mahsulot va Kontent)

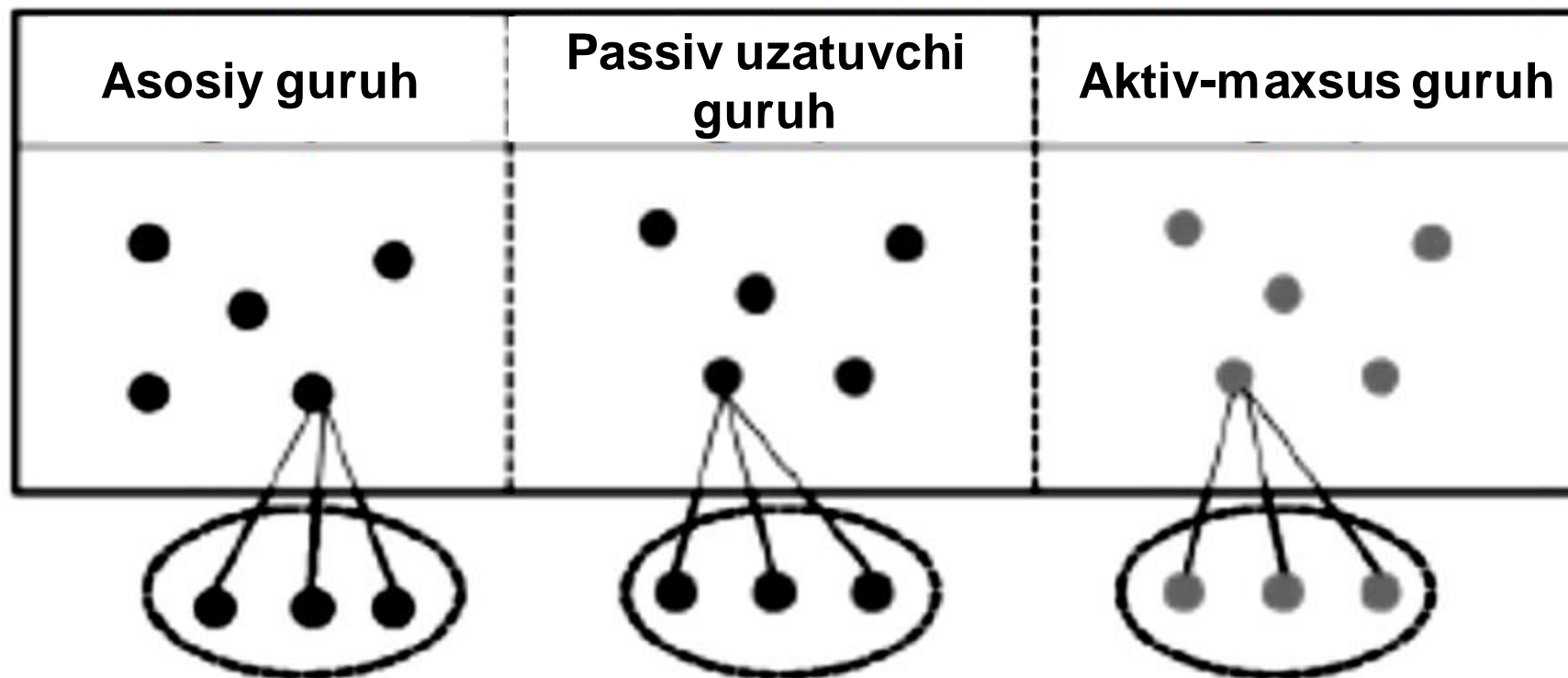


Asosiy Tamoyillar

- Fikr va axborotni osonlik bilan **almashish** raqamli iqtisodiyotning muhim xususiyati hisoblanadi
 - MIT tadqiqoti (mahsulotlarning virusli xususiyatlari);
 - Wharton tadqiqoti (virusli kontentning xususiyatlari).

Mahsulotlarning Virusli Xususiyatlari

Eksperimental Taqqosning Grafik Tasviri



Asosiy guruhning
do'stlari

Passiv uzatuvchi
guruhning do'stlari

Aktiv-maxsus
guruhning do'stlari

Tadqiqot natijalari

- **Nazorat guruhiga** nisbatan virusli xususiyatlarga ega bo'lgan ikki guruh shuni ko'rsatdiki:
 - Ko'p sonli tengdosh qabul qiluvchilar;
 - Tengdoshlar tomonidan tezroq qabul qilinishi;
 - Tengdoshlar tomonidan chuqurroq qabul qilishi.
- **Passiv** va **aktiv** virusli xususiyatlarni solishtirganda
 - Aktivning marginal ta'siri yuqoriroq;
 - Ammo ... passivning umumiy ta'siri yuqori.
- Va virusli xususiyatlarga ega bo'lgan iste'molchilar mahsulotdan ko'proq foydalanishadi!

Volvo reklamasi



Tadqiqot Natijalari– STEPPS modeli

- **Ijtimoiy oqim (Social currency)**

- Ma'lumot tarqatuvchilar assotsiyatsilar orqali, “zo’r” va “bilimli” ko’rinish bilan chiroyli ko’rinishni yoqtiradilar.

- **Turtkilar (Triggers)**

- “Birlamchi fikr” yoki "orqa fonda“gi ma'lumotlarni bo'lishish ehtimoli ko'proq.

- **His-tuyg’u (Emotional arousal)**

- Hayajon va qo'rquv kabi keskin paydo bo'ladigan tuyg'ular odamlarni rag'batlantiradi va ularni o'rtoqlashishga undaydi.

- **Jamoatchilik (Public)**

- Kuzatilishi mumkin bo'lgan barcha narsa o'rtoqlashiladi.

- **Amaliy qiymati (Practical value)**

- Kishilar qabul qiluvchiga foydali deb bilishgan ma'lumotlar va fikrlarini boshqalar bilan o'rtoqlashishadi.

- **Hikoyalar (Stories)**

- Barcha ko'rgan-kechirganlarni bitta yodda qolarli hikoyada joylash muhim.



+998 (91) 166-00-48, 0 (371) 233 49 03
info@zipwolf.com

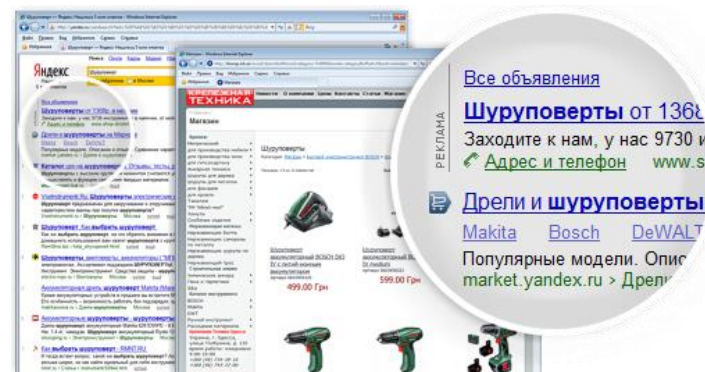
Adres: Buyuk Turon, 42, Toshkent, 100000, O'zbekiston
Mo'ljal: Toshkent Markaziy Univermagi (TsUM)

Ijtimoiy tarmoqlarda kuzatib boring:

Telegram: [@zipwolf_uz](https://www.telegram.com/@zipwolf_uz)

Facebook: <https://www.facebook.com/zipwolf.zipwolf>

Instagram: <https://www.instagram.com/zipwolf/>



E'TIBORINGIZ UCHUN TASHAKKUR!