



## 10 – Ma’ruza

# E-mijozlar bilan Munosabatlarni Boshqarish (E-CRM)

# 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](http://www.zipwolf.uz)



# Bugungi suhbatimizda:



# Bugungi kun marketingining qiyofasi

- Xaridorning hayotiylik qiymati (CLV)
- Xaridor ulushi (hamyon ulushi)
- Mijozlar qiymati



# Savdo jarayoni statistikasiga nazar...

## Savdo xodimlari va ularning odatlari:

- 48%i hech qachon potensial haridorlar bilan qayta aloqaga chiqmaydi;
- 28%i ikkinchi munosabatni tashkil etish bilan cheklanadi;
- 12% uch bosqichdan ortiq qadamlarda munosabatlar tashkil etadi.

## Qayta aloqa nima uchun muhim?

- 2% savdo 1-qo'ng'iroqda amalga oshadi;
- 3% savdo 2-qo'ng'iroqda amalga oshadi;
- 5% savdo 3-qo'ng'iroqda amalga oshadi;
- 10% savdo 4-qo'ng'iroqda amalga oshadi;
- **80% savdo 5-12 gacha qo'ng'iroqda amalga oshadi;**



**Manba:** Milliy Savdo-sanoat Ijroiya Assotsiasiyasi

# Savdo jarayoni statistikasiga nazar...

## Nima uchun mijozlar SIZDAN xarid qilishdan to'xtaydi:

- 1%i vafot etadi;
- 3%i ko'chib ketadi;
- 5%i boshqa kompaniyalar bilan munosabatlar o'rnatishadi;
- 9%i raqobatli bozor sabab tark etadi;
- 14%i mahsulotdan qoniqmaslik natijasida tark etadi;
- 68%i sizning kompaniyangiz vakili bo'lgan shaxs(lar) tomonidan mijozga ko'rsatilgan befarq munosabat tufayli tark etadi.

## Minnatdorlik, bayram tabriknomasi va maqtov yorliqlarining qiymati:

- qadr va hurmatni aks ettiradi;
- hurmatga sazovor biznes aloqalarni namoyon etadi;
- "Birlamchi" xabardorlik uyg'otadi.



**Manba:** Milliy Savdo-sanoat Ijroiya Assotsiasiyasi

# An-a'naviy va zamonaviy CRM



- Veb-sahifaning mavjudligi
- Onlayn/mobil qidiruv
- Ijtimoiy tarmoqlar
- Onlayn sharhlar
- E-pochta
- SMS/Matn
- Video
- Mobil ilovalar
- Ma'lumot bazasiga kirish va hisobotlar
- Avtomatlashtirish



**ESKI CRM tizimlari...**

E-pochta xabarleri

Telefon  
qo'ng'iroqlari

# Eng ko'p uchraydigan xatolar...

- Xaridorlar to'g'risidagi ma'lumotlarni yo'qotilishi...
- Xaridordan olingan elektron xabar bir necha kunlar davomida javobsiz qoldirilishi...
- Mijoz/muhlislarning sharhlari/fikrlari e'tiborsiz qoldirilishi...
- Tezlik bilan javob berilishi kutilgani holda, buning amalga oshmasligi, o'z vaqtida javob berilmasligi...
- Mijozlarning qoniqishi ularni ushlab qolish uchun yetarli emasligi...
- Mijozlar va potensial haridorlar kam sonli veb-saytlarga tashrif buyuradi, lekin ayni saytlarda yetarlicha ko'p vaqt sarflaydilar...
- Xatolarga to'la veb-saytlarning mavjudligi va ko'pchilikni tashkil etishi...

# Nima qilish kerak...?

- Xaridor xatti-harakatlarini kuzatib borish (maxsus elektron pochta xabarlari yoki veb sayt takliflariga kliklar) va ....
- Mijozlardan o'z vaqtida javoblarni rag'batlantirish uchun onlayn (elektron pochta orqali) yoki oflayn (qo'ng'iroq yoki to'g'ridan-to'g'ri xat orqali) rejimida tog'ri reaktsiya bildirish
- Mijozlardan javoblarni nazorat qilish hamda qo'shimcha aloqa va eslatmalar orqali munosabatlarni davom ettirish

**Mavjud mijozga xizmat qilish yangi mijozni topishdan ko'ra 10 barobar foydaliroq**

# Nima qilish kerak...

- Marketologning xotira banki...
- Savdodan keyingi bozor...
- His etish va reaksiya marketingi...



Dastlabki sotuvlardan so'ng avtomatlashtirilgan elektron xabarlar ketma-ketligi

# Boots: “Birgina narsani o’zgartiring” E-CRM kampaniyasi

**Yangi yil niyat va rejalari:** 90% odamlar Yangi Yilda yangi niyat va rejalarni qilishadi, ulardan 50%i esa ushbu niyat va rejalarni oxiriga yetkazishmaydi

**Maqsadli auditoriya:** 25 dan 44 yoshgacha bo’lgan ayollar

**Veb sayt tuzilishi:** olti asosiy dasturlar: ‘chekishni to’xtating’, ‘stressdan xalos bo’ling’, ‘yaxshi ovqatlaning’, ‘sport bilan shug’ullaning’, ‘ajoyib ko’rinishga ega bo’ling’ va ‘ortiqcha vazndan xalos bo’ling’.

**Natija:**

- 30,000 ta odam e-pochta dasturiga obuna bo’ldi;
- 5,000 dan ortiq kishilar SMS xabarlar uchun obuna bo’ldi;
- ‘Ortiqcha vazndan xalos bo’ling’ komponenti bo’yicha “Birgina natijani bo’lishing” veb-saytida 2,500 dan ortiq shaxsiy fikrlar e’lon qilindi.

**Natija:** “Boots”ning do’konlarida yangi ‘Salomatlik klubi’ dasturi ish boshladi.



# Boots: “Birgina narsani o’zgartiring” E-CRM kampaniyasi

**Asos:** mikro-sayt, mijozlar tanlovining ma’lumotlar bazasi va e-pochta marketingi

**Har xil reklama formatlari:** TV, Bosma reklama, bannerlar, super-bannerlar va turli xil veb-saytlar, jumladan, iVillage va Handbag.com larda reklama bannerlari

Avtomatlashtirilgan, individual e-maillar munosabatlar davri davomida yuborilib turilgan...

- E-xabarnomalarga obuna bo’lgan mavjud mijozlarni marketing kampaniyasiga jalb qilish;
- Mijozlarni “tanlov sinov”ni amalga oshirishga rag’batlantirish;
- Mijozlarni “tanlov sinov”ga jalb etish va uning natijalarini o’rtoqlashib turish uchun saytga jalb etish;
- Ijtimoiy hamkorlikni rag’batlantirish - tajriba almashish, o’zgalarni ruhlantirish;
- Maqsad sari zaiflik his etilgan chog’larda eslatish/rag’batlantirish uchun matnli habar xizmatlariga obuna qilish.

Ko'cha do'konlari xodimlarining qo'llab-quvvatlovi va maslahatlari.



# CRM nima (e-CRM)

**Xaridorlar bilan munosabatlarni boshqarish (CRM)** kompaniyaning mavjud va potentsial mijozlar bilan o'zaro aloqasini boshqarish yondashuvidir.

- Xaridorlardan olingan qimmatli ma'lumotlardan foydalanish uchun dasturiy ta'minotingiz bormi?
- Xaridorlaringizning qaytib kelishini ta'minlovchi mukammal xizmat ko'rsatish jarayoni mavjudmi?
- E-CRM-----????

**Saytga bir martadan ko'proq tashrif buyurilganda, sotuvda o'rtacha ikki raqamli o'sish kuzatiladi (Flores va Eltvedt, 2005)**

# Munosabatlar Marketingi

**NOANIQ HARIDORDAN - POTENSIAL XARIDORGA/DAN – XARIDORGA/DAN – MIJOZGA/DAN – SODIQ HARIDORGA**

**IDIC (identification, differentiation, interaction, communication)  
modeli**

1. **Haridorni S**haxsini aniqlash (cookie-fayllar, saytga ro'yxatdan o'tishlar);
2. **Haridorni F**arqlash (segment xususiyatlari (**eng qadrli xaridor, eng o'suvchi xaridor, noldan past xaridorlar**) bo'yicha);
3. **Haridorlar bilan I**shlash (haridorlarga xizmat ko'rsatish bo'yicha savollar, maxsus mahsulotlar);
4. **Ixtisoslashgan M**unosabatlar ((turli haridor segmentlariga mos holda email va kontentlarni personalizatsiyasi)

# Munosabatlar marketingi – Ijzat marketingi

Ijzat marketingi– Set Godin (1999)



Call us on 0800 988 6390 ↻ Request a call back here

LASER EYE SURGERY ▾

LENS SURGERY ▾

EYE CONDITIONS ▾

ABOUT US ▾

CONTACT US ▾

Request Your Free  
Info Pack

Title ▾

Forename

Surname

Address

Postcode

Phone number

Email address

Where did you hear about us? ▾

Submit

**SEE...** YOUR WORLD IN HIGH DEFINITION  
**ENJOY...** LIFE WITHOUT GLASSES OR CONTACT LENSES  
**EXPERIENCE...** THE COMFORT OF NATURAL VISION

[LEARN ABOUT LASER EYE SURGERY](#)

Activate Windows  
Go to Settings to activate

1. Ijzatga erishish
2. Hamkorlik (forum, minnatdorliklar)
3. Dialogdan triallgacha (bahs platformalari, veb-sayt e-pochtalari, jonli chatlar, qayta qo'ng'iroqlar, virtual yordamchilar)

# Ijzat marketingi – E-pochta orqali aloqa strategiyasi

Xabar turi	Interval/Turtki holati	Natijalar talab etiladi	Xabar manbasi / ketma-ketlik oralig'i
1. Qarshilash xabari	Tashrif buyuruvchi saytga a'zo bo'lishida/Darhol	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Sayt xizmatlarini sinab ko'rishga targ'ib qilish</li><li>2. Tijoriy va ma'lumotli takliflar bo'yicha xabardorlikni oshirish</li></ol>	E-pochta, post tranzaksiya sahifasi
2. Qayta jalb etish xabari	1 oy: noaktiv (masalan <3 tashriflar)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Forumdan foydalanishga targ'ib qilish (a'zolikka yaxshi chaqiruv)</li><li>2. Asosiy kontentni ajratib ko'rsatish</li></ol>	E-pochta, bosh sahifa, saytning yon paneli
3. Dastlabki qayta savdo xabari	1 oy: aktiv	<ol style="list-style-type: none"><li>1. A'zolikka targ'ib qilish</li><li>2. Fikr-mulohaza so'rash</li></ol>	E-pochta
4. Konversiya	Veb tashrifdan 2 kun o'tgach (mahsulotlar katalogiga tashrif)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Mehmon yoki to'la a'zolik huquqidagi foydalanuvchilar uchun xizmat turlari</li></ol>	Qo'ng'iroq yoki e-pochta

# Munosabatlarni kuchaytirish - Shikoyatlarni boshqarish



Aslida, shikoyat qiluvchi mijozlar muammolarini tezkor va professional ravishda hal qilinsa, ular kompaniyaning umrbod do'sti bo'lib qolishlari mumkin...

Xaridorlar bir-biriga muammolarni komyuniti va forumlar orqali hal qilishda yordam bera olishadi.

Google – Android Dasturchisilari Shikoyatlar Forumi

# Yangi munosabatlarni shakllantirish – FB Amazon



Connect with Facebook

Do'stlaringizning tug'ilgan kunlari va sovg'alar taklifi...

Do'stlaringiz orasida mashhur mahsulotlar ro'yhati....

# Ma'lumotlar Bazasi Marketingi

**Tarixiy ma'lumotlar** (nomlar, manzillar, yangiliklar, xaridlar chastotasi, takliflarga javoblar va sotib olish qiymatlari kabi tranzaksiya bilan bog'liq va boshqa arxiv ma'lumotlari)

**Bashoratli ma'lumotlar** (mijozlarning kelgusidagi xatti-harakatlarini belgilash uchun ularning atributlarini statistik baholash (uy turi, biznes turi, o'tgan hatti-harakatlar va boshqalar)

E-pochta kampaniyalari – E-tijorat veb-sayti bilan o'zaro aloqa

Yangiligi	Chastotasi	Pul qiymati
12 oydan ortiq	Har 6 oyda bir martadan ko'p	10 \$ dan kam
Oxirgi 12 oy ichida	Har 6 oyda	10\$-50\$
Oxirgi 6 oy ichida	Har 3 oyda	50\$-100\$
Oxirgi 3 oy ichida	Har 2 oyda	100\$-200\$
Oxirgi 1 oy ichida	Har oy	200\$-

# E-pochta databazasining eskirishi

- Har 3 oyda butun ro'yhatning 5%idan ayrilishingiz mumkin;
- 12 oyda ro'yhatning 2/3 qismini yo'qitishingiz mumkin;
- Yangi e-pochtalar (0 oydan 3 oygacha) eskirgan e-pochtalardan (12 oylik) uch barobar qimmatliroq (**Marketing Byurosi ([www.tmb.uk.com](http://www.tmb.uk.com))**)

**Jozibadorlik INDEKSI = Yetkazilganlik foizi \* Ko'rishlar (ochganlar) foizi \* CTR (kliklar qiymati) \* 100**

E-pochta jozibadorligi indeksi (0-3 oygacha) (90 %, 36 %, 36 %)

E-pochta jozibadorligi indeksi (9-12 oygacha) (73 %, 31 %, 18 %)

# Xaridorlar profilini yaratish

London Yong'in Brigadasi ma'lumotlar tahlilchilari quyidagilarni profillash orqali yong'inlarni oldindan bashorat qilishadi:

- Aholini ro'yxatga olish ma'lumotlari va aholining demografik ko'rsatkichlari;
- Yerdan foydalanish usullari;
- Yo'qotishlar haqidagi ma'lumotlar;
- Tarixiy hodisalar va ularning oldini olishga bo'lgan harakatlar tarixi;

**Aniqroq bashoratlar (Smith va Zook, 2011)**



# Xaridorlar profilini yaratishdagi yondashuvlar

“Bobo soat” hikoyasi



Internet-o'yinlari kompaniyasi asoschisi Viktor Chandler yangi iste'molchilarning hayotiy qiymatini taxmin qilish SAS tahlilidan foydalanadi.

# Internet o'yini – Victor Chandler



**Yangi mijoz kazinoga (poker o'rniga) pul tikadi**

**Bonus ishqibozlari** – yosh erkak, ehtiyotkorona tikishlar, tikishlar chastotasining pastligi  
O'rta yoshdagi ayollar (ular o'rtacha 3 hafta o'ynashadi va alohida munosabatlarni rivojlantirishga arzimaydi).

# Personalizatsiya

## Ritz-Carlton Mehmonxonalari Tizimi

**Dunyodagi eng chiroyli chaqiruv bu ... sizning ismingiz!**

**Alibaba** – tavsiya etilgan xaridlar ro'yxati;

**Youtube** – so'nggi va qiziqarli mavzular ro'yxati;

**Google** – avvalgi ma'lumotlarga asoslangan qidiruv natijalari;

**Groupon** – sizning joylashuvingizga mos takliflar.



# HSBC personalizatsiyadan foydalanadi

**HSBC ning yangi veb-sahifasi**

**NATIJALAR**

87.5 foizga ko'proq kliklar (3.67 % avvalgi, 6.88% keyingi)

Ochilgan depozitlar –30 % gacha o'sish

Non-Premier xaridorlarning Premierga o'tishi – 86 % gacha o'sish



Tesco veb-saytlar, elektron pochta va bevosita pochta orqali o'zaro munosabatlarni avtomatlashtirgan.

1. Veb-saytga tashrif buyuruvchilarni kompaniyaning biror turdagi takliflariga jalb etish;
2. Xaridorni bir martalik sotib oluvchidan doimiy mijozga aylantirish;
3. Sobiq xaridorlarni qayta tiklashga mo'ljallangan.



## **Turtki 1. Xaridor avval saytdan ro'yhatdan o'tadi (lekin sotib olmaydi)...**

Ro'yhatdan o'tgandan 2 kun o'tgach (avtomatik javob – AJ) –birinchi marta sotib olish uchun 5%lik chegirma va yordam qo'ng'irog'i taklifi e-pochta orqali jo'natiladi

## **Turtki 2. Xaridor birinchi xaridni onlayn amalga oshiradi;**

**AJ1:** Darhol buyurtmani tasdiqlash;

**AJ2:** Xariddan 5 kun o'tgach, haydovchi va kur'er xizmati sifati haqidagi so'rov bilan xaridorning qoniqishi darajasini bilish uchun so'rovnoma linki yuboriladi;

**AJ3:** Birinchi xariddan 2 hafta o'tgach, xizmatdan foydalanish bo'yicha to'g'ridan-to'g'ri pochta orqali takliflar va keyingi xaridlar uchun 5 turdagi chegirmalar taklifi yuboriladi;

**AJ4:** Onlayn eksklyuziv takliflar bilan umumiy oylik e-axborot byulletenlari yuboriladi.

# Target: kuchli CRM

O'SMIR QIZNING HOMILADORLIGINI OTASIDAN AVVAL **TARGET** QANDAY BILIB OLDI



# Yomg'irli CRM - AMF bowling

Ob-havoning to'satdan o'zgarishi ...

Tanlangan bowlingchilarga ...

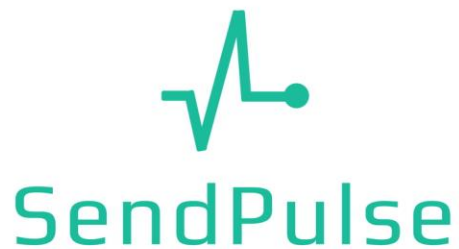
Ehtimoliy yomg'irli kunlar uchun .... Chegirmalar va kuponlar ...

Taxminiy ob-havo sharoitlari - turizm kompaniyalari



# E-pochta marketing tizimlari

- Kontentni yaratish;
- Databazani boshqarish;
- Xabarni (efirga) uzatish;
- Natijalarni kuzatish / hisobot berish;



- Salesforce.com
- Mhelpdesk.com
- Microsoft Dynamics
- Zoho.com
- Repbox
- Sales Now
- Hubspot
- Sugar CRM
- Big Contacts
- Nimble
- Batchbook
- Insightly
- Green Rope
- SuiteCRM
- InStream
- Agile CRM



+998 (91) 166-00-48, 0 (371) 233 49 03

[info@zipwolf.com](mailto:info@zipwolf.com)

**Adres:** Buyuk Turon, 42, Toshkent, 100000, O'zbekiston

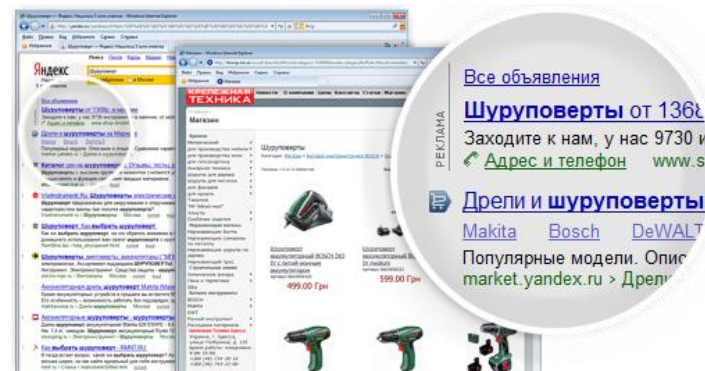
**Mo'ljal:** Toshkent Markaziy Univermagi (TsUM)

**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!**