



MIJOZLARNI JALB QILISHDA BANK MARKETING STRATEGIYASINING AHAMIYATI

Akramov Xurshidbek Bahrom og'li

Andijon iqtisodiyot va qurilish instituti Iqtisodiyot kafedrası 3-kurs

Sharobiddinov Ahrorbek Qosimjon o'g'li

Andijon iqtisodiyot va qurilish instituti Iqtisodiyot fakulteti 3-kurs talabasi

Annotatsiya: *Ushbu keng qamrovli maqola bugungi raqobat sharoitida banklar uchun marketing strategiyasining ajralmas ahamiyatini o'rganadi. U strategik marketing tashabbuslari nafaqat mijozlarni jalb qilish, balki ularni saqlab qolish, bank sohasida uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishishni o'rganadi.*

Annotation: *This comprehensive article explores the indispensable significance of marketing strategy for banks in today's competitive landscape. It delves into how strategic marketing initiatives not only attract but also retain customers, driving long-term success in the banking sector.*

Kalit so'zlar: *Bank marketingi, marketing strategiyasi, mijozlarni jalb qilish, , raqobatbardosh landshafti, raqamli transformatsiya.*

Oxirgi yillarda ochilayotgan yangi zamonaviy raqamli banklar hamda tijorat banklarining xususiylashtirilishi bank sohasida kuchli raqobat muhitini shakllantirmoqda. Ushbu raqobat muhitida banklar o'z o'rnini egallash va raqobatdosh ustunlikka ega bo'lish uchun turli qiyinchiliklarni engib o'tishlari kerak. Bunday raqobatbardosh sharoitda mijozlarni jalb qilish va ushlab turish qobiliyati juda katta ahamiyatga ega. Yangi o'yinchilarning paydo bo'lishi, texnologik taraqqiyot va iste'molchilar xohish-istaklarining o'zgarishi bilan banklar bozor ulushini farqlash va egallash uchun katta bosimga duch kelishmoqda. Shu nuqtai nazardan, puxta o'ylangan marketing strategiyasi muvaffaqiyatning poydevoriga aylanib, banklarga mijozlar bilan samarali muloqot qilish, ularning o'zaro hamkorligini rag'batlantirish va sodiqlikni oshirish imkonini beradi. Sog'lom marketing strategiyasi banklarga bozor imkoniyatlarini aniqlashda, raqobatchilarning kuchli va zaif tomonlarini tahlil qilishda va rivojlanayotgan



tendentsiyalardan foydalanish uchun o'zlarini strategik jihatdan joylashtirishda yordam beruvchi mayoq bo'lib xizmat qiladi.

Demak, banklar o'zlarining marketing strategiyalarini yaratishi va raqobat maydonida qo'llashi ularni o'z maqsadlariga tezroq erishish uchun zamin yaratadi. Strategiya maqsadlarga erishish va oldindan belgilangan maqsadlarga erishish uchun harakat yo'nalishini aniqlash va amalga oshirish bo'yicha harakatlar rejasini anglatadi. Har qanday strategiyaning yakuniy maqsadi maqsadga erishishdir. Shuning uchun strateglar maqsadlar oqilona aniq bo'lishi kerakligini va ularga erishishda barcha omillarni tahlil qilishi kerakligini yodda tutishlari kerak. Marketing strategiyasi esa, firmaning marketing maqsadlariga erishish uchun maxsus ishlab chiqilgan to'liq va engib bo'lmaydigan rejasidir. Marketing missiyasi va maqsadlari bizga qayerga borishni xohlayotganimizni aytib beradi va marketing strategiyasi bizga u erga etib borish uchun ajoyib muhitni taqdim etadi.

Marketing strategiyalari birinchi navbatda mijozlarga qaratilgan bo'ladi. Agar biror bank hali ham marketingni "sarmoya" emas, balki "xarajat" sifatida qabul qilsa, bunday go'yani darxol o'zgartirishi shart hisoblanadi. Sababi marketing uchun ajratilgan mablag'lar mijozlarning keng e'tibori va qamrovini jalb qiladi va o'z navbatida mijozlar bankka qo'shimcha qaromad keltiradilar. Banklar sizning mobil ilovangiz yoki veb-saytingiz borligini biladimi? Bu savolga javob topish marketingning eng oddiy usulidir. Mijozlarga bu ma'lumotlar haqida tezkor habar berish kerak. Bank saytlari shunday bo'lishi kerakki u ham mijozga kerakli ma'lymotlarni bera olsin ham uni bank hodimi bilan bog'lay olsin. Oxirida xodim mijoz bilan suhbatlashadi va uni bankda ushlab qolish uchun harakat qiladi. Endilikda bank sohasi marketing bo'yicha yangi tendensiyalarni qo'llamoqda. Misol uchun, Banklar o'zlarining raqamli maydonlarida mijozlar bilan suhbatlashishning innovatsion usullarini qidirmoqdalar. AI kabi texnologiya mijozlarni jalb qilishga yordam beradi, bu esa o'z navbatida inson aloqalarini yaratadi. Reklama taxtalari yoki televizor uyalari orqali reklama qilish yoki qog'ozga reklama joylashtirish uchun juda katta xarajatlarni unutishmoqda. Va raqamli marketingga o'tishmoqda. Raqamli marketing arzon, ammo juda samarali. Maqsadli reklama kampaniyalari, puxta ishlab chiqilgan kontent va faol ijtimoiy media mavjudligi orqali banklar o'zlarining brend xabarlarini kuchaytirishlari va potentsial



mijozlarga o'zlarining noyob qiymat takliflarini namoyish etishlari mumkin. Turli aloqa nuqtalari bo'ylab brending va xabar almashishdagi izchillik bankning ishonchi va ishonchliligini oshiradi, mavjud va potentsial mijozlar o'rtasida ishonch va ishonch hissini kuchaytiradi. Mobil banking ilovalari va onlayn platformalardan tortib, ijtimoiy media reklamasi va elektron pochta marketingi kampaniyalariga qadar raqamli marketing tashabbuslari banklarga real vaqt rejimida bir nechta aloqa nuqtalarida mijozlar bilan muloqot qilish imkonini beradi. Raqamli transformatsiyani amalga oshirish nafaqat marketing harakatlarining samaradorligi va samaradorligini oshiradi, balki banklarga egri chiziqdan oldinda bo'lish va mijozlarning o'zgaruvchan talablarini qondirish imkonini beradi. Marketing strategiyalarining yana bir muhim jihati aytib o'tilganidek mijozlarni jalb qila qilish. Maqsadli auditoriyaning ehtiyojlari, afzalliklari va xatti-harakatlarini tushunish orqali banklar yangi mijozlarni samarali jalb qilish uchun marketing harakatlarini moslashtirishlari mumkin. Maqsadli reklama, yo'naltiruvchi dasturlar va reklama takliflari kabi strategik tashabbuslar potentsial mijozlarni jalb qilish va bank filiallari yoki raqamli platformalarga trafikni oshirish uchun kuchli vositadir. Bundan tashqari, ma'lumotlar tahlili va bozor tushunchasidan foydalanish banklarga bozorning foydalanilmagan segmentlarini aniqlash va mijozlarni jalb qilish bo'yicha sa'y-harakatlarni maksimal darajada oshirish uchun maqsadli marketing kampaniyalarini o'tkazish imkonini beradi. Mijozlarni jalb qilishdan tashqari, samarali marketing strategiyalari mijozlarning faolligini oshirishga va uzoq muddatli munosabatlarni rivojlantirishga ham qaratilgan.

Banklar quyidagi strategiyalarni qo'llab o'z maqsadlariga tez erishishlari mumkin bo'ladi:

1. Ta'lim kontentlari- Moliyaviy savodxonlik, investitsiya strategiyalari yoki pulni boshqarish bo'yicha maslahatlar bilan bog'liq qimmatli kontentni taqdim eting. Bu sizning bankingizni ishonchli maslahatchi sifatida belgilaydi va ishonchni mustahkamlashga yordam beradi.
2. Hamjamiyat ishtiroki- Mahalliy tadbirlarda qatnashish, hamjamiyat tashabbuslariga homiylik qiling va tegishli sabablarni qo'llab-quvvatlang. Bu ijobiy brend imidjini yaratishga va jamiyat bilan aloqalarni mustahkamlashga yordam beradi.



Google
Scholar



3. Jarayonlarni soddalashtirish- Hisob ochish, kredit olish va boshqa bank jarayonlarini intuitiv va foydalanuvchilar uchun qulay qilib soddalashtiring. Mijozlarning tajribasi bankingizni raqobatchilaringizdan ajratib turishi mumkin.

Xulosa qilib aytganda, raqobat muhitida mijozlarni jalb qilish uchun puxta o'ylangan bank marketing strategiyasi muhim ahamiyatga ega. Bu nafaqat brend xabardorligini va mijozlarni sotib olishni oshiradi, balki mijozlarni ushlab turishni yaxshilaydi va o'zaro savdo imkoniyatlarini maksimal darajada oshiradi. Mijozlarning xohish-istaklarini tushunish, raqamli kanallardan foydalanish va shaxsiy tajribani taklif qilish orqali banklar maqsadli auditoriya bilan samarali muloqot qilishlari va uzoq muddatli munosabatlar o'rnatishlari mumkin. Pirovardida, kuchli marketing strategiyasi banklarga o'z dolzarbligini saqlab qolish, o'sishni rag'batlantirish va dinamik moliyaviy xizmatlar sohasida uzoq muddatli muvaffaqiyatlarga erishish imkonini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLR

1. O.A Ortiqov, I.Ya Qulliev, "Bank menejmenti va marketingi" fanidan o'quv qo'llanma.Toshkent.Toshkent moliya instituti, 2013 yil.
2. Alaverdov A.A. Strategicheskiy menedjment v kommercheskom banke.-M.: Market DS. 2007.-576 s.