

Date: 5th November-2025

“RAQAMLI MARKETING TADQIQOTLARIDA ONLAYN KUZATUV VA
ANALITIKA USULLARI”

Ergashova Umida Farhodjon qizi

“Millat Umidi” Universiteti “Xalqaro biznes va Moliya”
fakulteti 4-kurs talabasi

Anotatsiya: Tezisdan raqamli marketing tadqiqotlarida onlayn kuzatuv va analitika usullarining ahamiyati, ularning marketing strategiyalarini shakllantirishdagi oʻrni hamda zamonaviy raqamli muhitda qoʻllanish imkoniyatlari yoritilgan. Tadqiqotda onlayn kuzatuv jarayonining marketing samaradorligini baholashdagi roli, analitik vositalarning maʼlumotlarni qayta ishlashdagi funksiyasi va ular orqali isteʼmolchi xatti-harakatlarini tahlil qilish mexanizmlari tahlil etilgan. Natijalar shuni koʻrsatadiki, onlayn kuzatuv va analitika raqamli marketingni maqsadli, oʻlchab boʻladigan va natijaga yoʻnaltirilgan jarayonga aylantiruvchi asosiy omillardandir.

Kalit soʻzlar: raqamli marketing, onlayn kuzatuv, maʼlumotlar tahlili, analitika usullari, marketing strategiyasi, isteʼmolchi xulqi.

Kirish. Raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing faoliyati tobora raqamli platformalarga koʻchib bormoqda. Internet texnologiyalarining rivojlanishi natijasida kompaniyalar oʻz auditoriyasini chuqur tahlil qilish, bozordagi tendensiyalarni aniqlash hamda isteʼmolchilarning xulq-atvorini kuzatish imkoniyatiga ega boʻldi. Shu nuqtayi nazardan, onlayn kuzatuv va analitika usullari raqamli marketing tadqiqotlarining ajralmas qismiga aylandi. Ular yordamida korxona nafaqat oʻz mijozlarini yaxshiroq tushunadi, balki strategik qarorlarni ilmiy asoslangan tarzda qabul qilish imkoniyatiga ega boʻladi. Onlayn kuzatuv vositalari marketing faoliyatini oʻlchash, foydalanuvchi xatti-harakatini kuzatish va reklama kampaniyalarining samaradorligini baholashda muhim ahamiyat kasb etadi. Analitika esa ushbu maʼlumotlarni tizimli tahlil qilib, ular asosida amaliy xulosalar chiqarish va strategiyalarni optimallashtirish imkonini beradi.

Asosiy qism Raqamli marketing tadqiqotlarida onlayn kuzatuv — bu foydalanuvchilarning raqamli platformalardagi faoliyatini kuzatish va ularning interaktiv harakatlarini tahlil qilish jarayonidir. Ushbu jarayon orqali kompaniyalar saytga tashrif buyuruvchilar soni, sahifalarda oʻtkazilgan vaqt, reklama bilan oʻzaro aloqa darajasi kabi koʻrsatkichlarni aniqlaydi. Onlayn kuzatuv natijalari isteʼmolchi xulq-atvorini tushunish, ularga mos marketing kampaniyalarini ishlab chiqish va reklama byudjetini samarali taqsimlash imkonini beradi. Raqamli marketingdagi analitika usullari esa ushbu kuzatuvdan olingan maʼlumotlarni qayta ishlash, ularni tizimlashtirish va tahlil qilishga qaratilgan. Analitik yondashuvlar marketing faoliyatini aniq koʻrsatkichlar orqali baholash, tendensiyalarni oldindan aniqlash hamda strategiyani optimallashtirish imkonini beradi. Maʼlumotlarni tahlil qilishning asosiy maqsadi — foydalanuvchi xatti-harakatini raqamli koʻrsatkichlarga asoslangan tarzda oʻlchash va shu orqali qaror qabul qilishni ilmiylashtirishdir.



Date: 5th November-2025



Onlayn kuzatuv va analitika birgalikda ishlaganda marketing faoliyati kompleks tarzda baholanadi. Kuzatuv real vaqt rejimida ma'lumotlarni to'plasa, analitika ularni chuqur tahlil qiladi va foydali xulosalar beradi. Bu jarayon natijasida kompaniyalar o'z mahsulotlarini bozorda to'g'ri pozitsiyalash, auditoriyani segmentlarga ajratish va mijozlar ehtiyojlariga moslashtirilgan marketing yondashuvlarini ishlab chiqish imkoniyatiga ega bo'ladi. Raqamli marketingda ma'lumotlar tahlilining bir necha asosiy yo'nalishlari mavjud. Tavsifiy tahlil ilgari o'tkazilgan kampaniyalar asosida natijalarni umumlashtiradi; bashoriy tahlil kelgusidagi mijoz xatti-harakatlarini prognoz qiladi; tavsiyaviy tahlil esa turli ma'lumot manbalaridan foydalanib, eng maqbul marketing qarorlarini shakllantirishga yordam beradi. Shu bilan birga, diagnostik tahlil turg'un yoki kutilmagan o'zgarishlarning sabablarini aniqlaydi va strategik muammolarning ildizini topishga xizmat qiladi.

Onlayn kuzatuvning yana bir muhim jihati – bu raqamli metrikalarni aniq belgilashdir. Trafik hajmi, konversiya ko'rsatkichi, auditoriya segmentatsiyasi, foydalanuvchi ishtiroki darajasi va mijozni jalb qilish qiymati kabi ko'rsatkichlar marketing samaradorligini aniqlashda asosiy o'lchovlardir. Ushbu metrikalar tahlil qilinib, kompaniya uchun eng samarali raqamli kanallar tanlanadi.

Bundan tashqari, toza va ishonchli ma'lumotlar marketing analitikasining sifatini belgilovchi asosiy omillardandir. Shu sababli ma'lumotlarni muntazam tekshirish, ortiqcha yoki noto'g'ri ma'lumotlarni filtrlash, hamda yagona maqsadli ko'rsatkich ("north star metric")ni aniqlash zarur. Bu yondashuv marketing faoliyatini tartibli va o'lchab bo'ladigan holga keltiradi. Raqamli marketing tadqiqotlarida keng qo'llaniladigan analitik vositalarga Google Analytics, Google Search Console, CRM tizimlari va reklama platformalarining ichki tahlil modullari kiradi. Ushbu vositalar orqali kompaniyalar o'z saytlarining faoliyatini baholaydi, foydalanuvchi trafigini kuzatadi va konversiya darajasini aniqlaydi. Natijada, marketing kampaniyalarining har bir bosqichi raqamli ko'rsatkichlar asosida optimallashtiriladi.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, onlayn kuzatuv va analitika usullari raqamli marketing tadqiqotlarining asosiy yo'nalishlaridan biri bo'lib, ular marketing faoliyatini ilmiy asosda boshqarish imkonini beradi. Kuzatuv vositalari orqali to'plangan ma'lumotlar analitik tahlil yordamida chuqur o'rganilib, samarali strategik qarorlar ishlab chiqiladi. Bu esa kompaniyalarga iste'molchi xatti-harakatlarini aniq tushunish, reklama samaradorligini oshirish va bozor o'zgarishlariga moslashuvchan yondashuvni shakllantirish imkonini beradi. Shu tariqa, onlayn kuzatuv va analitika raqamli marketingning ilmiy va amaliy jihatdan barqaror rivojlanishiga xizmat qiluvchi muhim mexanizmdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

<https://banyanbrain.com/tracking-digital-marketing/>

<https://online.mason.wm.edu/blog/data-analytics-in-digital-marketing>

[https://www.researchgate.net/publication/275589681 The use of Web analytics for digital marketing performance measurement](https://www.researchgate.net/publication/275589681_The_use_of_Web_analytics_for_digital_marketing_performance_measurement)

<https://stape.io/blog/digital-marketing-analytics>

Date: 5th November-2025

<https://skillfloor.com/blog/web-analytics-in-digital-marketing>



International Conferences
Open Access | Scientific Online | Conference Proceedings

