



**Қандай қилиб етказиб бериш рақобат  
устунлигига айланди?**

Bellissimo Pizzанинг муваффақият тарихи 2015 йилда Фаррух Абдуллаев томонидан Америка пицца маданиятидан илҳомланиб, Тошкентда илк ресторанини очишидан бошланган. Рестораннинг биринчи филиали Next савдо мажмуасида жойлашган бўлиб, у ҳанузгача ўша ерда фаолият юритади. 2017 йилда корхона биринчи ребрендингини ўтказди, бу нафақат бренднинг бозордаги мавқеини мустаҳкамлади, балки, айниқса, келажакда етказиб бериш соҳасида кенгайиш учун асос бўлди.



## Муаммо

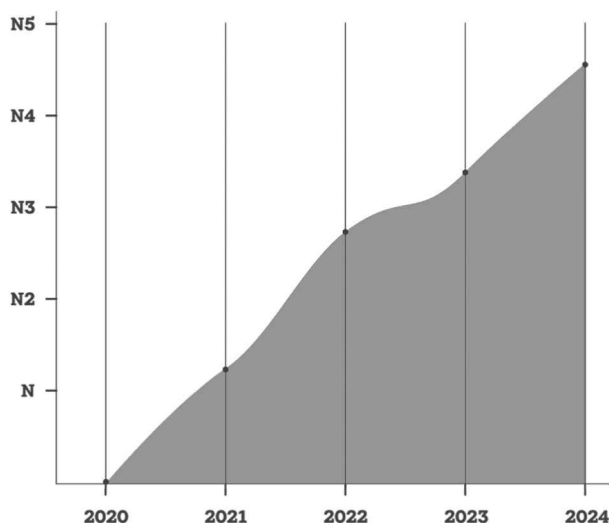
2017 йилда Ўзбекистонда овқат етказиб бериш оммабоп эмас эди, чунки бизнесменлар буни рентабел эмас деб ҳисоблардилар. Буюртмаларни кутиш вақти узоқ бўлган ва хизмат учун алоҳида тўлов ундириларди.

## Ечим

Ребрендинг доирасида Bellissimo Pizza бутун шаҳар бўйлаб бепул етказиб бериш хизматини жорий этиб, дадил қадам ташлади. Кўпчилик тадбиркорлар бу стратегияга шубҳа билан қарадилар, уни зарар келтиради деб ўйладилар. Бироқ Фаррух Абдуллаев бунда мижозлар билан мустаҳкам муносабатлар ўрнатиш имкониятини кўрди. Бепул етказиб бериш нафақат бозордаги ноёб таклифга айланди, балки янги мижозларни жалб қилиш ва брендга ишончни оширишда пойдевор бўлди.

2018 йилда бепул етказиб бериш баъзи муаммоларга дуч келди, жумладан, аниқ манзил тизими йўқлиги. Мижозлар кўпинча «қизил дарвозадан кейинги маҳалла» сингари ноаниқ мўлжаллар билан буюртма берардилар, бу эса курьерлар учун қийинчилик туғдирарди. Бу муаммоларга қарамай,

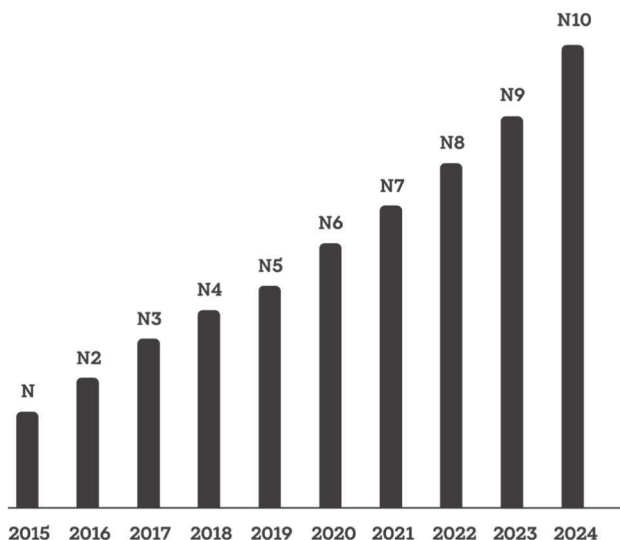
## Етказма буюртмалари сони ўзгариши (йиллар кесимида)



Bellissimo Pizza хизматни такомиллаштиришда давом этди ва 2020 йилда 45 дақиқада етказиб бериш кафолатини берувчи қатъий қадамни ташлади. Бу эса mijozларга буюртманинг ўз вақтида етиб келишини кафолатлаб, брендга бўлган ишончни мустаҳкамлади. Агар буюртма белгиланган вақтда етказилмаса, mijozга бепул пицца бериларди. Бу қарор mijozлар садоқатини оширди ва корхонанинг рақобатбардошлигини кучайтирди. Пандемия даврида mijozлар хавфсизлигига эътибор қаратган ҳолда корхона етказиб бериш хизматини «тегинмасдан» шаклида амалга ошира бошлади.

Bellissimo Pizza маркетинг стратегияси нафақат етказиб бериш соҳасида инновацион ечимларни, балки мавсумий акцияларни ҳам ўз ичига олган. Улар орасида – Ватан ҳимоячилари кунига бағишлаб 14% чегирма, Севишганлар кунига атаб «Пепперони-юррак», «3 пицца 99 эвазига» сингари акциялар мавжуд. Бу таклифлар буюртмалар сони ошиши ва mijozлар садоқати ортишига ёрдам берди. Рақамли каналлар ҳам муҳим ўрин тутди: ижтимоий тармоқлардаги фаол тарғибот, ёрқин постлар ва танловлар аудитория билан алоқани кучайтирди, курьерлар эса бренд элчиларига айланиб, «оғиздан оғизга» тарғибот орқали Bellissimo Pizzани оммалаштирдилар.

### Ресторанлар сони



2020 йилдан бошлаб Bellissimo Pizza кафолатланган бепул етказиб беришни ўз таклифининг асосий қисмига айлантирди. Бу кучли маркетинг воситаси бўлиб, корхонанинг бозордаги мавқеини янада мустаҳкамлади. 2023 йилда 35 дақиқада кафолатли етказиб бериш тизими жорий этилиши ва филиаллар сони ортиши эса етказиб беришнинг ўртача вақтини 28 дақиқадан қисқартиришга ёрдам берди. Корхона велокуръерлар ва куръерлар учун рейтинг тизимига эга мобил иловаларни жорий этди, бу эса хизмат сифати ошишига туртки бўлди.

## **Натижа**

2024 йил ҳолатига кўра, Bellissimo Pizza бутун мамлакат бўйлаб 70 дан ортиқ филиалга эга бўлиб, етказиб беришнинг ўртача вақти 35 дақиқани ташкил этади. Етказиб бериш буюртмалари сони ҳар йили 28% га ортиб бормоқда, бу эса хизматнинг юқори талабга эга эканлигини кўрсатади. 2025 йилда корхона Қозоғистон бозорида илк ресторанларини очиш ва логистика тизимини сунъий интеллект ёрдамида такомиллаштиришни режалаштирган.

Bellissimo Pizza тарихи – етказиб бериш асосий рақобат устунлигига айланиши мумкинлигининг ёрқин намунаси. Бепул ва кейинчалик кафолатланган етказиб бериш нафақат мижозлар кутган талабларни қондирди, балки уларнинг ишончини ҳам мустаҳкамлади. Шу орқали корхона етказиб бериш тизимини бозордаги ўсиш ва етакчилиكنинг муҳим элементи айлантирди.

