



Доимий мижозларга эътибор қаратиш бизнеснинг даромадлилигини қандай оширади?

1998 йилда ташкил этилган SIYMO реклама агентлиги сўнгги 20 йил мобайнида Ўзбекистоннинг ташқи реклама ва полиграфия соҳасида етакчилардан бирига айланди. Ўз ишлаб чиқариш инфратузилмасига эга бўлган корхона дизайн ишлаб чиқишдан тортиб реклама конструкцияларининг монтажигача бўлган тўлиқ циклда хизматларни тақдим эта бошлади. Бироқ 2022 йилга келиб компания бир қанча тизимли муаммоларга дуч келди.

Муаммо

Бозорда рақобатнинг кучайиши янги мижозларни жалб этиш харажатлари ошишига олиб келди. Маркетинг бюджети доимий равишда кўпайиб борган бўлса-да, сарфларнинг самарадорлиги пасайиб борди. Мижозлар базасини таҳлил қилиш натижасида мавжуд харидорлар билан ишлашда жуда катта истиқбол мавжудлиги аниқланди – уларнинг кўпи бир марталик буюртмалар берарди, ваҳоланки, уларга доимий реклама хизмати керак бўларди.

Ўтказилган тадқиқотлар қуйидаги асосий қийинчиликларни аниқлади:

Ресурсларни самарасиз тақсимлаш. Маркетинг бюджетининг 60%га яқини янги мижозларни жалб этишга сарфланарди, ваҳоланки, иқтисодий ҳисоб-китоблар мавжуд харидорлар билан муносабатни ривожлантириш 5–7 баробар фойдалироқ бўлишини кўрсатди.

Мижозларга етарлича йўналтирилмаганлик. Мижозларнинг қизиқишлари ва буюртмалар тарихини ягона тизимда қайд этиш мавжуд бўлмагани туфайли, ҳар бир янги лойиҳа «нолдан» бошланарди. Менежерлар иш вақтининг 40%га яқинини мижозлар билан муносабатни ривожлантириш ўрнига маълумот тўплаш ва ташкил этишга сарфларди.

Қўшимча сотувлардан фойдаланилмаслик. Таҳлилларга кўра, масалан, ташқи реклама буюртма берган мижозларнинг кўпи корхонанинг бошқа хизматлари – полиграфия, POS материаллари ёки дизайн хизматлари ҳақида умуман хабардор бўлмаган.

Комплекс ечим

Бу қийинчиликларни бартараф этиш учун корхона кўп босқичли трансформация дастурини амалга оширди:

CRM тизимини ишлаб чиқиш ва жорий этиш. Махсус ишлаб чиқилган платформа барча мижозлар маълумотлари, ўзаро муомала тарихи ва молиявий операцияларни бир тизимга бирлаштирди. Тизим қуйидагиларни ўз ичига олди:

- рекламани режали равишда янгилаш ҳақидаги автоматик эслатмалар модули
- мижозларнинг қизиқишларини таҳлил қилиш воситалари
- маркетинг фаолиятини ҳисобга олиш ва унинг самарадорлигини баҳолаш тизими

Бизнес жараёнларини қайта ташкил этиш. Қуйидагилар қайта кўриб чиқилди:

- Ҳамма босқичларда мижозлар билан муомала жараёнлари
- Ходимларнинг мотивация тизими (LTV кўрсаткичларига урғу берилган)
- Тижорат таклифларини шакллантириш услублари

Натижалар

Дастурни амалга ошириш қуйидаги ижобий натижаларни берди:

Кўрсаткич	2022 (CRM дан олдин)	2024 (CRM дан кейин)	Ўзгариш
Қайта буюртмалар улуши	23%	34%	+47%
Доимий мижознинг ўртача чеки	420 долл.	570 долл.	+35%
1 АҚШ долл. даромад жалб этиш харажатлари	0.35 долл.	0.24 долл.	-31%

Операцион самарадорлик:

- Буюртмани қайта ишлаш вақти 33%га қисқарди
- Менежерларнинг самарадорлиги 1,3 баробар ошди
- Бир менежерга тўғри келувчи мижозлар сони 25%га кўпайди

Хулоса ва ривожланиш истиқболлари

SIYMO тажрибаси бизнеснинг қуйидаги муҳим тамойилларини аниқ намоён этади:

- **Доимий мижозлар иқтисодиёти** янги харидорларни доимий равишда жалб этиш моделидан анча фойдалироқдир. Ҳисоб-китобларга кўра, мижозларни сақлаб қолиш 5%га оширилса, фойда 25–55%га кўпаяди.
- **Технологик платформа** мижозларга йўналтирилган бизнес учун жуда муҳим элементга айланиб, нафақат жараёнларни автоматлаштиришга, балки қимматли таҳлилий маълумотларга эга бўлиш имконини ҳам беради.
- **Ташкилий трансформация** комплексли бўлиши керак – Ахборот технологиялар тизимларидаги ўзгаришлар бизнес жараёнлари ва мотивация тизимининг мослашувини талаб қилади.

Бу кейс Ўзбекистон реклама бозоридаги кучайиб бораётган рақобат шароитида доимий мижозларга стратегик эътибор қаратиш нафақат рақобатдаги афзаллик, балки бизнеснинг барқарор ривожланиши учун зарур шарт эканлигини тасдиқлайди. SIYMO нафақат молиявий кўрсаткичларни яхшилашга, балки реклама бозорида узоқ муддатли ўсиш учун замин яратишга муваффақ бўлди.

