

BOZORGA YANGI MAHSULOTNI QANDAY TARG'IB QILISH KERAK

Baqoyev Sunnatillo Burxon o'g'li
Osiyo xalqaro universiteti o'qituvchisi

ARTICLE INFO.

Kalit so'zlar: marketing, xalqaro marketing, strategiyalar, tovarlar portfeli, differensiallashtirish.

Annotatsiya

Maqolada tadbirkorlik faoliyati subyektlarining o'z tovarlarini jaxon bozoriga taklif etishi jarayonida tashqi marketing strategiyalarining axamyati, ularning amaliy jixatlari, bir necha misollar va tavsiyalar yoritilgan.

<http://www.gospodarkainnowacje.pl/> © 2024 LWAB.

Bozorda yangi mahsulotni malakali ravishda chiqarish marketingning asosiy jihatlaridan biridir. Yangi mahsulotni muvaffaqiyatli ishga tushirish mahsulotni yuqori rentabellik va kuchli pozitsiyani ta'minlashi mumkin. Ushbu bosqichga tayyorgarlik tovarlarni sotish bo'yicha bevosita ishlardan kam emas.

Bu zarur

- ✓ marketing tadqiqotlari;
- ✓ dizaynerlik xizmatlari;
- ✓ reklama materiallari;
- ✓ pul;
- ✓ xodimlar.

Ko'rsatmalar

1-qadam

Bozor tadqiqotlarini o'tkazing. Sizning maqsadingiz raqobat muhitini, o'z mahsulotingizning joylashishini, talabning o'ziga xos xususiyatlarini va mavjud narx holatini aniqlashdir. Tahlil natijalari mahsulotingizni bozorga chiqarishda siz uchun muhim omillardan biri bo'ladi.

2-qadam

Mahsulotingizga hamroh bo'lgan bir yoki bir nechta USP (noyob sotish taklifi) ni belgilang. Bu g'ayrioddiy xususiyatlar, arzon narx, sotishdan keyingi xizmat, yuqori sifat, bepul etkazib berish va xizmat ko'rsatish bo'lishi mumkin. Bunday holda, sizning potentsial iste'molchingiz nima uchun shunga o'xshash mahsulotni emas, balki sizning mahsulotingizni sotib olish kerakligini tushunishi kerak.

3-qadam

Tayyor USP asosida targ'ibot strategiyasini tuzing. Shiorni, reklama kampaniyasining xususiyatlarini, eng samarali ommaviy axborot vositalarini va reklama usullarini tanlang. Bozorga boradigan byudjetingizni boshqarishda yordam beradigan marketing rejasini tuzing. Agar raqobat muhiti etarlicha

kuchli bo'lsa va shunga o'xshash mahsulotlar juda ko'p bo'lsa, yanada agressiv reklama usullarini tanlang. Provokatsion iboralar, narxlarni demping qilish, savdoni baland ovoz bilan targ'ib qilish kampaniyalari: boshida qonunchilik va axloq qoidalariga zid bo'lmagan har qanday usullardan foydalanish mumkin.

4-qadam

Mahsulotingiz uchun unutilmas logotipni yarating. Uning asosida tovarni tanib oladigan va iste'molchiga uni o'z hamkasblaridan osonlikcha ajratib olishga yordam beradigan to'liq korporativ identifikatsiyani yarating. Savdo nuqtasi uchun markali tovarlarni, shuningdek POS materiallarini ishlab chiqaring.

5-qadam

Mahsulotingiz uchun "kechiktirilgan" talabni yarating, ishga tushirishdan ancha oldin sun'iy hayajonni qamrab oling. Masalan, elektron yangilikni bozorga chiqarishda ushbu mavzuni Internet-forumlarda muhokama qilish, matbuotda axborot maqolalarini joylashtirish, do'konlarda yangilik haqida surishtiradigan agentlarni yollash maqsadga muvofiqdir. Shu tarzda siz mahsulotingiz bozorda paydo bo'lishidan oldin allaqachon ma'lum bo'ladigan holatga erishishingiz mumkin.¹

Tavsiya:

Bozorga Yangi Mahsulotni Qanday Olib Kelish Mumkin.

Bozorga yangi mahsulotni shu tarzda olib chiqish mumkinki, u tez orada u etakchilik mavqeini egallay boshlaydi. Buning uchun siz hali ham hech kimga noma'lum bo'lgan mahsulotni reklama qilish uchun to'g'ri strategiyani ishlab chiqishingiz kerak

Bozorda Mahsulotni Qanday Targ'ib Qilish Kerak.

Bozorda mahsulotni samarali ravishda targ'ib qilish uchun bir qator marketing tadqiqotlarini o'tkazish kerak. Va siz taklif qilingan mahsulotga tegishli bo'lgan sanoat holatini aniqlash bilan bir qatorda joyni segmentlarga ajratishdan boshlashingiz kerak

Sotib Olinadigan Mahsulotni Qanday Taklif Qilish Kerak.

Tovarlar va xizmatlarni reklama qilish, taqdimotlar, reklama aksiyalari va boshqa o'nlab biznes vositalari savdo hajmini oshirishga qaratilgan. Yangi boshlanuvchilar uchun biznes maktablari va tizimlarining bunday mo'l-ko'lligidan tegishli ish usullarini tanlash qiyin

Yangi Mahsulotni Qanday Sotish Kerak.

Qoida tariqasida, har bir mahsulot o'z xaridoriga ega. Ilgari sotuvda bo'lmagan yangi mahsulot paydo bo'lganda, eng ko'p xaridorlarni jalb qilish uchun yangi mahsulot atrofida iloji boricha ko'proq hayajon yaratish kerak. Mijozlar mahsulotni qancha ko'p sotib olishsa, uni boshqalarga tavsiya qilishni boshlaydilar, bu esa o'z navbatida shov-shuvlarning ikkinchi to'lqinini keltirib chiqaradi

Yangi Mahsulotni Qanday Reklama Qilish Kerak.

Har qanday mahsulot yaxshi reklama, ayniqsa, yangi paydo bo'lgan mahsulotga muhtoj. Qanday qilib yangi brendni mashhur va taniqli bo'lishiga erishish mumkin va unga talab har kuni oshib bormoqda? Ko'rsatmalar 1-qadam Mahsulot dizaynining maxsus tasvir uslubini ishlab chiqing, mahsulot xususiyatlarini eng yaxshi tomondan aniq, lo'nda va qisqacha tavsiflovchi o'ziga xos jozibali noyob shiorni ishlab chiqing.

¹ Черенков В. И., Международный маркетинг. Учебное пособие - Знание: СПб, 2003. - 846 с.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yhati:

1. Черенков В. И., Международный маркетинг. Учебное пособие - Знание: СПб, 2003. - 846 с.
2. Рыбалкин В.Е. Международные экономические отношения. Учебник- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.-704 с.
3. Khudoynazarovich, S. A. (2021). An Opportunity of Internet Marketing in Tourism
4. Sphere. International Journal on Economics, Finance and Sustainable Development, 3(3),356-361.
5. Шадиев, А. Х. (2020). Факторы, влияющие на развитие экотуризма. Достижения науки и образования, (5 (59)), 31-32.
6. Bazarova, M. . (2024). DISTINCTIVE FEATURES OF PERSONAL MANAGEMENT IN THE ACTIVITIES OF COMMERCIAL BANKS. Modern Science and Research, 3(1), 563–567.
7. Базарова, М. С., Шарипова, М., & Нуруллоев, О. (2021). “РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ” ДА АҲОЛИНИНГ ИШ БИЛАН БАНДЛИГИ ХУСУСИЯТЛАРИ. САМАРҚАНД ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ, 482.
8. Raxmonqulova, N. (2024). MAIN PRIORITY DIRECTIONS OF REGIONAL ECONOMY DEVELOPMENT. Modern Science and Research, 3(2), 371-375.
9. Raxmonqulova, N. (2024). IMPORTANCE OF PERSONNEL MANAGEMENT IN BUSINESS DEVELOPMENT. Modern Science and Research, 3(1), 13-17.
10. Bahodirovich, K. B. (2023). EVOLUTION OF THE AUDITING PROFESSION IN THE SMART MACHINE AGE. Gospodarka i Innowacje., 41, 450-454.
11. Халилов, Б. Б., & Курбанов, Ф. Г. (2020). Важность подготовки кадров в экономике. Вопросы науки и образования, (6 (90)), 12-14.
12. Jumayeva, Z. K., & Mamadjonov, G. N. (2024). Ways to Strengthen Financial Control in the Utilization of State Budget Funds. EUROPEAN JOURNAL OF BUSINESS STARTUPS AND OPEN SOCIETY, 4(1), 61-64.
13. Jumaeva, Z. K., & Gafurov, E. O. (2022). Fiscal policy in ensuring the economic security of the state. In Экономическая безопасность социально-экономических систем: вызовы и возможности (pp. 358-361).
14. Sodiqova, N. (2024). TECHNOLOGY DISCOURSE AND THE POLITICAL ECONOMY OF NEW MEDIA. Modern Science and Research, 3(2), 376-384.
15. Sodiqova, N. (2024). TADBIRKORLIK SOHASINI MALAKALI KADRLAR BILAN TA'MINLASHNING ASOSIY YO'NALISHLARI. Modern Science and Research, 3(1), 123-132.
16. Toshov, M. (2024). STRATEGIC MANAGEMENT OF HIGHER EDUCATION. Modern Science and Research, 3(2), 461-468.
17. Toshov, M. (2024). PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM. Modern Science and Research, 3(2), 603-608.
18. Алимова, Ш. А., & Халимова, Д. Р. (2021). СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ СТРАТЕГИЙ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН. In Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации (pp. 340-344).
19. Рахматов, Ж. А., Алимова, Ш. А., & Бобомуродов, К. Х. (2021). Стратегия инвестиционной политики Республики Узбекистан.

20. Jumayeva, Z., Nurullayeva, N., Nozimova, A., Tursunboev, X., & Dosjanova, G. (2024). Dynamics and characteristics of allergenic plant pollen in the Republic of Uzbekistan. In E3S Web of Conferences (Vol. 498, p. 02015). EDP Sciences.
21. Jumayeva, Z. (2024). IMPORTANCE OF INDUSTRIAL NETWORKS IN THE SUSTAINABLE GROWTH OF THE ECONOMY OF UZBEKISTAN. Modern Science and Research, 3(2), 257-262.
22. Akbarovna, N. N., & Bahodirovich, X. B. (2023). AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA MOLIYAVIY HISOBOTNING XALQARO STANDARTLARI ASOSIDA MOLIYAVIY HISOBOTLARINI TUZISH TARTIBI.
23. Akbarovna, N. N. (2023). BULUTLI HISOBLASH TEXNOLOGIYALARINING IQTISODIYOTDA TURGAN ORNI. Gospodarka i Innowacje., 42, 517-520.
24. Ikromov, E. (2024). CLASSIFICATION OF LEADERSHIP STYLES IN THE MODERN MANAGEMENT SYSTEM. Modern Science and Research, 3(2), 615-621.
25. Ikromov, E. (2024). THE IMPORTANCE OF MANAGERIAL WORK IN THE USE OF MODERN MANAGEMENT PRINCIPLES AND METHODS. Modern Science and Research, 3(1), 18-23.