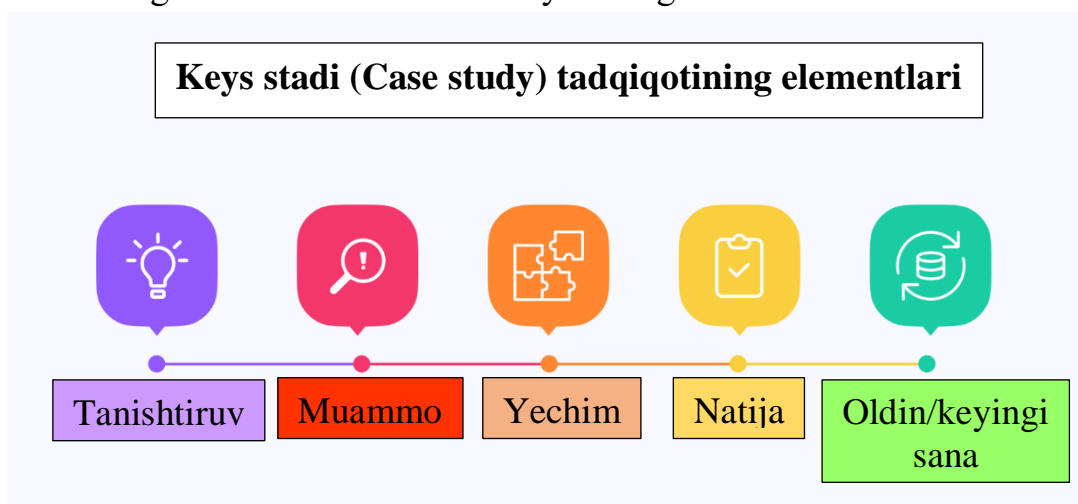


## Marketing keys tadqiqoti nima?

Marketingda keys tadqiqot muayyan vosita, taktika yoki strategiyaning samaradorligini chuqur o'rganishdir. U o'lchanadigan natijalarga, masalan, savdo, tashrif buyuruvchilar yoki ishlab chiqarish soatlarining ko'payishiga qaratilgan.

- Odatda, u bir nechta asosiy elementlarni o'z ichiga oladi:
- Mijoz/mijoz bilan tanishtirish
- Mijoz hal qilishi kerak bo'lgan muammo (bo'lajak mijozlar ham hal qilishi kerak bo'lgan muammolarga mos kelishi kerak)
- Yechim yoki natija (va sizning kompaniyangiz/dasturiy ta'minotingiz nima uchun to'g'ri ekanligi konteksti)
- Yechimni amalga oshirishdan oldin va keyin olingan ma'lumotlar



### 1-rasm. Keys stadini yechishning ketma-ketligi.

Qaysidir ma'noda, amaliy tadqiqot sizning kompaniyangiz bilan ishlash sabablarini belgilab beradi va bu kelajakdagi potentsial mijozlarga kompaniyangizga ishonish uchun asos bo'ladi. Marketingda amaliy tadqiqotlarning qanday turlari mavjud?

Marketingda tez-tez qo'llaniladigan uchta asosiy misollar mavjud:

**1. Uchinchi shaxs yoki mijoz misollari:** Bular sizning kompaniyangiz bilan ishlash yoki mahsulotingizdan foydalanish tajribasini ta'kidlaydi.

**2. Izohlovchi amaliy tadqiqotlar:** Ushbu amaliy tadqiqotlar kompaniyaning marketing strategiyasi kabi hodisa yoki taktikaning ta'sirini va ularning o'sishiga qanday ta'sir qilganini o'rganadi. Bunday holda, bu birinchi qo'l tajribaga emas, balki kuzatish va xulosaga asoslangan.

**3. Amalga oshirish bo'yicha amaliy tadqiqotlar:** Amalga oshirish holatlarini o'rganish mijozning o'rtacha amaliy ishini biroz oldinga olib boradi, asosiy e'tiborni haqiqiy amalga oshirishga qaratadi va uni batafsil yoritadi.

Shuningdek, siz amaliy tadqiqotlarni ular foydalanadigan vosita turiga -video yoki matnga qarab ajratishingiz mumkin. 2021 yilda video keys tadqiqotlari tobora ommalashib bormoqda. Ko'pgina kompaniyalar potentsial e'tirozlarni hal qilish uchun ularni qayta marketing reklamalari sifatida ishlatishadi.

Nima uchun amaliy tadqiqotlardan foydalanish kerak?

Keys tadqiqotlari mahsulot yoki xizmatlaringiz ishlashini isbotlash, tajribangizni namoyish etish va potentsial mijozlar bilan ishonchni mustahkamlashning kuchli usulidir.

Bu mijozingizga shunchaki "aytib berish"dan voz kechish va o'rniga ularni misollar orqali "ko'rsatish"ni boshlashning bir usuli. Qadimgi kopirayterlik maksimining "Ko'rsating, ayt mang" deganining sababi bor.

Iste'molchilarning kompaniyalarga reklama materiallarida haqiqatni aytishga bo'lgan ishonchi har qachongidan ham past. 2020 yilda iste'molchilarning atigi 14 foizi reklama mahsulot yoki xizmat haqida halol bo'lishiga ishonishlarini aytdi. Ammo bu sizning kompaniyangiz veb-saytiga ishonch hosil qila olmaysiz degani emas. Iste'molchilar uchinchi tomon sharhlari, guvohliklari va ma'lumotlariga ishonishadi. Darhaqiqat, 18-34 yoshlilarning 91 foizi shaxsiy tavsiyalar kabi onlayn sharhlarga ham ishonishadi.

Shunday qilib, sizga ijtimoiy dalil kerak. Va mijozlarning amaliy tadqiqotlari, ayniqsa, hozirgi mijozlar bilan suhbatlashadiganlar - har ikki dunyoning eng yaxshisidir. Mahsulotingiz ishlayotganligini ko'rsatadigan kuchli ijtimoiy dalillarni olish bilan birga siz ma'lumotlarni ta'kidlashingiz mumkin. Sizning veb-saytingizga oddiy mijoz guvohnomasini qo'shsangiz, konversiya stavkalarini 34% gacha oshirishi mumkin, batafsil va jozibali amaliy tadqiqot nima qilishi mumkinligini tasavvur qiling.