

## **1. Grubhub marketing misoli** - Iste'molchi tushunchalari qalbni oziqlantiradi.

Hozirgi davrda oziq-ovqat yetkazib berish xizmatlari hayotimizning ajralmas qismiga aylandi. Lekin buni qanday qilib xavfsiz qilish kerak?

AQShda joylashgan Grubhub firmasi - bu iste'molchilarni mahalliy restoranlar va tayyor taom olib ketish joylari, oziq-ovqat buyurtma qilish va yetkazib berish platformasi. Bu firma dastavval odamlar nimani xohlashlarini tushunish va ularning yangi talablarini qondirish uchun brend iste'molchi tushunchalariga murojaat qildi.

COVID-19 pandemiya davrida esa odamlar sog'lig'i va daromadlarini yo'qotishdan qo'rqishdi. Grubhub firmasi uchun esa muammo cheklangan uy xo'jaligi byudjeti, dezinfeksiya protokollari, xavfsiz oziq-ovqat yetkazib berish mexanizmi va boshqalar bilan bog'liq iste'molchilarning tashvishlarini qanday hal qilish edi.

Grubhub jamoasi iste'molchilarni razvedka qilish platformasidan foydalangan holda, mehmonlarning salbiy tajribalarini va ijobiy tajribalarini kuzatib bordi.

Grubhubning Belly Dance reklamasi birinchi marta televizorda namoyish etilganda, u kutilganidan ham kam ishtirok etdi. To'satdan, 2021 yil yanvar oyida reklama bir oy ichida ijtimoiy tarmoqlarda 40 mingdan ortiq eslatma olgan virusli memga aylandi.

Iste'molchilarni o'rganish platformasi bilan ishlagan holda, brend ushbu o'sib borayotgan suhbatga qanday qo'shilish bo'yicha strategiyani yaratdi.

Kampaniya muvaffaqiyatli bo'lishi bilan jamoa izdoshlaridan "Belly Dance" reklamasidagi keyingi qo'shiqni tanlashda yordam berishlarini so'rab, The Deliver Remix tanlovini boshladi. Iste'molchilar uni yaxshi ko'rishdi, bu juda ko'p qiziqarli va ijodiy tarkibni yaratdi.