

Bloggerlik: noldan obunachigacha

Nisha tanlashdan tortib birinchi daromadgacha —
sodda tilda, bosqichma-bosqich, ortiqcha nazariyasiz
yozilgan yo'l xaritasi.

Nisha

Nom va brend

Platforma

Kontent

O'sish

Monetizatsiya

90 kunlik reja

Qo'llanma ichida nima bor

Qo'llanma to'qqiz bo'limdan iborat. Har bir bo'lim oldingisining ustiga quriladi — shuning uchun birinchi marta boshdan-oyoq, keyin esa kerakli bobga qaytib o'qing.

KIRISH

- Bu qo'llanmadan qanday foydalanish kerak 3

I · POYDEVOR

- 01 Bloggerlik nima va nima emas 5
- 02 Nega boshlayapsiz: maqsadni aniqlash 6

II · NISHA VA AUDITORIYA

- 03 Nisha tanlash: uch doira formulasi 9
- 04 Auditoriya portreti: kim uchun gapiryapsiz 10

III · NOM VA BREND

- 05 Nom topish: 7 usul va tekshiruv ro'yxati 14
- 06 Vizual brend: avatar, bio, rang, uslub 15

IV · PLATFORMA

- 07 Platformalar taqqoslovi 18
- 08 Bitta uy, uchta darvoza strategiyasi 19

V · KONTENT

- 09 Kontent ustunlari va uch turdagi post 22
- 10 Ilgak, stsensariy va tomoshabinni ushlab turish 23
- 11 Kontent kalendari va partiyalab ishlash 24
- 12 Minimal texnika: telefon bilan yetarli 26

VI · O'SISH

- 13 Algoritm sodda tilda 29
- 14 Birinchi 1000 obunachi: amaliy taktikalar 30
- 15 Metrikalar: nimani o'lchash kerak 31

VII · DAROMAD

- 16 Monetizatsiyaning 7 kanali 34
- 17 Narx belgilash va media-kit 35

VIII · XATOLAR VA CHIDAM

- 18 18 ta eng qimmatga tushadigan xato 38
- 19 Izchillik tizimi: charchamasdan davom etish 39

IX · HARAkat

- 20 90 kunlik reja 42
- 21 Shablonlar va tekshiruv ro'yxatlari 43

Bu qo'llanmadan qanday foydalanish kerak

Blogerlik haqida internetda ma'lumot ko'p, lekin ularning aksariyati yo juda umumiy («izchil bo'ling»), yo juda tor («2019-yilgi Instagram xeshteg taktikasi»). Bu qo'llanma boshqacha: u bitta to'liq yo'lni — birinchi qarordan birinchi pulgacha — ketma-ket ko'rsatadi.

Kim uchun yozilgan

- **Hali boshlamaganlar uchun.** Sizda g'oya bor, lekin qayerdan ushlashni bilmayapsiz.
- **Boshlagan, ammo to'xtab qolganlar uchun.** 10–20 ta post qildingiz, natija ko'rinmadi, qiziqish so'ndi.
- **Mutaxassislar uchun.** Siz shifokor, dasturchi, o'qituvchi, tadbirkorsiz — bilimingizni auditoriyaga aylantirmoqchisiz.

Uchta asosiy va'da

01

Ortiqcha nazariya yo'q

Har bir bob oxirida bugun bajarsa bo'ladigan aniq vazifa bor. O'qib qo'yish emas, qilish uchun.

02

Mahalliy kontekst

Misollar O'zbekiston bozoriga moslangan: Telegram, Instagram, mahalliy reklama narxlari, to'lov usullari.

03

Halol gaplar

«Bir oyda 100 ming obunachi» degan va'dalar yo'q. Real muddat, real mehnat, real natija.

USUL

O'qish tartibi

Birinchi marta boshdan-oyoq o'qing va yozib boring. Keyin qo'llanma ma'lumotnomaga aylanadi.

MUHIM

Yoningizda daftar yoki telefon eslatmalari bo'lsin. Qo'llanma davomida siz **oltita qaror** qabul qilasiz: nisha, auditoriya, nom, platforma, kontent ustunlari va nashr ritmi. Shu olti javob sizning shaxsiy strategiyangiz bo'ladi.

Bir gap — eng muhimi

Blogerlikda g'alaba qozonadigan odam eng iste'dodlisi emas. Eng uzoq davom etgani.

Bu qo'llanmaning butun mantig'i shu jumlagi tayanadi. Har bir tavsiya bitta savolga javob beradi: *bu qaror sizni ko'proq davom ettiradimi yoki tezroq charchatadimi?* Shuning uchun bu yerda «kuniga 3 ta video» kabi maslahatlar yo'q — ular 90% odamni ikkinchi haftada sindiradi.



BO'LIM BIR

Poydevor

Kamera oldiga chiqishdan oldin javob berishingiz kerak bo'lgan ikkita savol: siz aslida nima qilyapsiz va nima uchun qilyapsiz. Bu ikki javob keyingi barcha qarorlarni osonlashtiradi.

Blogerlik nima va nima emas

Ko'pchilik blogerlikni «kontent chiqarish» deb tushunadi. Aslida bu — **bitta aniq odamga, bitta aniq mavzuda, muntazam ravishda foyda yetkazish**. Kontent shunchaki yetkazib berish usuli.

Uch xil ish — uch xil natija

KIM	NIMA QILADI	NATIJA
Kontent iste'molchisi	Boshqalarnikini ko'radi, saqlaydi, ulashadi	Vaqt sarflanadi, hech narsa to'planmaydi
Kontent chiqaruvchi	Nima esiga kelsa yuklaydi, trendga ergashadi	Ba'zida virus bo'ladi, lekin auditoriya yopishmaydi
Bloger	Bitta mavzuni tanlaydi, muntazam chuqurlashtiradi	Ishonch to'planadi, ishonch daromadga aylanadi

Farq iste'dodda emas — **tanlovda**. Bloger nimadan voz kechishni biladi. U «bugun nima haqida gapiray?» deb o'ylamaydi, chunki mavzu doirasi allaqachon belgilangan.

Blogerlik nima emas

NOTO'G'RI TASAVVUR

«Bu oson pul»

Birinchi 6–12 oy ko'pincha daromadsiz o'tadi. Bu davrni moliyaviy jihatdan rejalashtirmagan odam aynan natija kelayotgan paytda to'xtaydi.

NOTO'G'RI TASAVVUR

«Kamera va yorug'lik kerak»

Bugungi telefon 4K yozadi. Birinchi 100 ta kontentda texnika emas, **fikr** va **tartib** hal qiladi. Uskuna sotib olish — ko'pincha kechiktirishning chiroyli shakli.

NOTO'G'RI TASAVVUR

«Ko'p obunachi = ko'p pul»

5 000 ta ishonchli obunachisi bor mutaxassis 100 000 ta befarq obunachisi bor sahifadan ko'proq topadi. Muhimi — *kim* obuna bo'lgani.

NOTO'G'RI TASAVVUR

«Men uchun kech»

Har bir platformada har yili yangi auditoriya paydo bo'ladi va eskilarining yarmi faoliyatdan to'xtaydi. Bozor to'lgani yo'q — u *yuza* kontentdan to'lgan.

Blogerlikning haqiqiy iqtisodiyoti

Siz uch narsani to'playsiz va faqat uchinchisi pulga aylanadi:

- 1 E'tibor (attention).** Odam sizni ko'rdi. Bu eng arzon va eng tez yo'qoladigan resurs.
- 2 Obuna (audience).** Odam yana ko'rishga rozi bo'ldi. Bu sizga tekin qayta-qayta murojaat qilish huquqini beradi.
- 3 Ishonch (trust).** Odam sizning tavsiyangizga ko'ra *harakat qiladi* — sotib oladi, ro'yxatdan o'tadi, tanishiga aytadi. Pul aynan shu bosqichda paydo bo'ladi.

AMALIY XULOSA

Kontentingizni baholashda «bu ko'p ko'rildimi?» deb emas, «**bu ishonchni oshirdimi?**» deb so'rang. Ikkinchisi uzoq muddatda birinchisini ham keltiradi, teskarisi esa deyarli hech qachon ishlamaydi.

BUGUNGI VAZIFA

- ☐ Yuqoridagi jadvaldan o'zingiz hozir qaysi qatordasiz — belgilang.
- ☐ Bir yildan keyin qaysi qatorda bo'lishni istaysiz — yozing.
- ☐ Sizni hozir qaysi noto'g'ri tasavvur ushlab turgani haqida bir jumla yozing.

02-BOB

Nega boshlayapsiz: maqsadni aniqlash

«Mashhur bo'lish» — maqsad emas, bu his. Maqsad o'lchanadigan va bir yilda tekshirsa bo'ladigan narsa. Noto'g'ri maqsad qo'ygan odam to'g'ri ishlaganda ham o'zini muvaffaqiyatsiz his qiladi.

To'rtta haqiqiy motiv

Bloggerlikka kelishning to'rtta asosiy sababi bor. Ularning har biri boshqa strategiya talab qiladi — shuning uchun avval o'zingiznikini tanlang.

MOTIV	ASOSIY MAQSAD	SIZGA NIMA MUHIM BO'LADI
Mijoz topish	Xizmatigizni sotish (dizayn, dasturlash, konsalting, ta'lim)	Obunachi soni emas, murojaatlar soni . 2 000 ta to'g'ri odam yetarli.
Mahsulot sotish	Kurs, kitob, dastur, jismoniy tovar sotish	Elektron pochta/Telegram bazasi, ishonch, mahsulot yaratish tezligi.
Media qurish	Reklama va homiylikdan daromad	Qamrov, muntazamlik, kontent hajmi. Eng qiyin va eng sekin yo'l.
Obro' va imkoniyat	Ish, hamkorlik, jamiyatda ovoz	Kontent sifati va mavzuning obro'liligi. Soni ikkinchi darajali.

ENG KO'P UCHRAYDIGAN XATO

Odam **mijoz topish** uchun boshlaydi, lekin o'zini **media qurish** metrikalari bilan baholaydi — ya'ni obunachi sanaydi. Natijada 40 ta mijoz olib bergan sahifani «muvaffaqiyatsiz» deb yopadi.

Maqsadni o'lchanadigan qilib yozish

Har qanday maqsadni shu shablonga soling:

[muddat] ichida → [aniq raqam] → [aniq harakat]

- **Yomon:** «Instagramda o'smoqchiman.»
- **Yaxshi:** «6 oyda haftasiga 2 ta yangi mijoz murojaati keladigan sahifa qurmoqchiman.»
- **Yomon:** «Blogdan pul topmoqchiman.»
- **Yaxshi:** «9 oyda oyiga 5 mln so'm keltiradigan raqamli mahsulot sotmoqchiman.»

Vaqt byudjetini halol hisoblang

Bloggerlik — haftada 5 soatlik ish. Undan kam bo'lsa, natija juda sekin keladi; ko'p bo'lsa, asosiy ishingiz zarar ko'radi. Quyidagi taqsimot ko'pchilik uchun ishlaydi:

2 SOAT

Yaratish

Yozish, suratga olish, ovoz yozish. Bir kunga jamlangan holda.

2 SOAT

Tahrir va nashr

Montaj, matn, dizayn, joylash, sarlavha yozish.

1 SOAT

Muloqot

Izohlarga javob, shaxsiy xabarlar, g'oya to'plash.

Halol savol

Agar 12 oy davomida hech qanday daromad bo'lmasa ham davom etasizmi? Agar javob «yo'q» bo'lsa — bu yomon emas, lekin unda birinchi kundanoq *xizmat sotishga* qaratilgan yo'lni tanlang (birinchi jadvaldagi 1-qator). U eng tez pul keltiradigan model, chunki 100 ta obunachi ham mijoz berishi mumkin.

BUGUNGI VAZIFA

- ☐ To'rtta motivdan bittasini tanlang va daftaringizga yozing.
- ☐ Maqsadni shablon bo'yicha bitta jumlada yozing.
- ☐ Haftalik 5 soatni kalendaringizga *aniq kun va soat* bilan qo'ying.