

NSMA

NEW · STRATEGIC · MARKETING · ADVISORY

ЖДБ-ийн маркетингийн танилцуулга гарын авлага

Хэрэглэгч · Брэнд · Пост · Зар · Тоо

Маркетингийн мэргэжилгүй ЖДБ founder өөрөө ойлгож ашиглах гарын авлага

"Маркетинг бол дизайн биш. Систем."

— NSMA

ҮНЭГҮЙ · 15 БҮЛЭГ · 5 БӨГЛӨХ ХУУДАС · 40+ ХУУДАС

Монголын УУГАН Маркетингийн Компани

2009 оноос · 17 жилийн стратеги, маркетингийн туршлага

info@nsma.mn · +976 7010 8038 · www.nsma.mn



15 бүлэг, 5 бөглөх хуудас. Унших + бөглөх нийт 2-3 цаг. Founder өөрөө 1 ороор хийнэ.

00	Энэ гарын авлага юунд хэрэгтэй вэ?	3
01	Маркетинг гэдэг юу гэсэн үг вэ?	4
02	NSMA-гийн 5 алхамт ажиллах журам	6
—	<i>Бөглөх 1: Танай бизнес одоо хаана байна вэ?</i>	8
03	Танай хэрэглэгчдийг хэрхэн ойлгох вэ?	9
—	<i>Бөглөх 2: Хэрэглэгчид рүү 5 асуулт явуул</i>	11
—	<i>Бөглөх 3: Танай гол хэрэглэгч хэн бэ?</i>	12
04	Танай нэр, өнгө, дуу хоолой — брэнд	13
—	<i>Бөглөх 4: Танай бизнесийг 3 үгээр зурах</i>	15
05	Facebook, Instagram дээр юу постлох вэ?	16
—	<i>Бөглөх 5: 7 хоногийн пост хуваарь</i>	18
06	Зар тавихад мөнгөө хэрхэн зарцуулах вэ?	19
07	Google Maps + вэб — хайлтад харагдах	21
08	Юу бичих, юу постлох вэ?	23
09	Маркетингд хэдэн төгрөг зарцуулах вэ?	25
10	Үр дүнгээ хэрхэн хэмжих вэ?	27
11	Бусдын алдахаас сурах — 10 том алдаа	29
12	12 сарын маркетингийн календарь	31
13	Бүгдийг шалгах хуудас	32
14	Дараа нь юу хийх вэ?	34

Та маркетингийн мэргэжилтэн биш. Гэхдээ бизнестээ маркетинг хийх ёстой. Энэ гарын авлага нь "юу хийх ёстой вэ", "хэрхэн хийх вэ" гэдгийг founder танд ойлгомжтой бичсэн.

ХЭРХЭН УНШИЖ АШИГЛАХ ВЭ

1) Эхнээс нь дараалан унш — 14 бүлэг 2 цаг. 2) Бөглөх 5 хуудсыг өөрөө бичээд бөглөнө — 1 цаг. 3) Уншиж дуусаад "одоо юу хийх вэ?"-ийн хариулт танд тодорхой болж байна.

Маркетинг бол дизайн биш. Систем.**Энэ гарын авлага vs Худалдан авах template**

	Гарын авлага (ҮНЭГҮЙ)	Template (₮290K-аас)
Зорилго	Ойлгох	Жилийн төлөвлөгөө бөглөж дуусгах
Бөглөх	5 бөглөх хуудас (онол)	Бүтэн жилийн нарийн төлөвлөгөө
Үр дүн	"Юу хийх ёстой"-г ойлгоно	Бэлэн стратеги, календарь, төсөв

Олон founder маркетингийг "пост хийх", "зар тавих" гэж л ойлгодог. Гэтэл маркетинг бол үүнээс илүү.

Маркетинг = шинэ хэрэглэгч олох + хуучин хэрэглэгчээ хадгалах

Маркетингийн 3 ажил

1

Шинэ хэрэглэгч олох

- ◆ Танай бизнес байгаа гэдгийг хүмүүст мэдэгдэх
- ◆ Тэдний сонирхлыг татах
- ◆ Орж ирэхэд нь тав тухтай байх

2

Хуучин хэрэглэгчээ хадгалах

- ◆ Дахин ирэхэд нь шалтгаан өгөх
- ◆ Чанарт сэтгэл хангалуун байх
- ◆ Найзууддаа санал болгоход хүргэх

3

Брэндийн нэрийг тогтоох

- ◆ Хүмүүс танай тухай юу боддогийг бий болгох
- ◆ Бусдаас ялгардаг шинж чанарыг харуулах
- ◆ Сонгох болсон шалтгааныг өгөх

ХАМГИЙН ЧУХАЛ

ЖДБ-д хамгийн чухал ажил нь хуучин хэрэглэгчээ хадгалах. Тоо: 80% борлуулалт давтан хэрэглэгчээс гардаг. Шинэ хэрэглэгч олох мөнгө хуучин хэрэглэгчээ хадгалахаас 5 дахин үнэтэй.

Хүчтэй маркетингийн 5 цөм

Эдгээр 5 зүйл систем болж байж тогтвортой үр дүн гарна:

1. Хэн рүү зарах нь тодорхой байх (Хэрэглэгчээ мэдэх)
2. Яагаад биднийг сонгох ёстойг ойлгомжтой хэлэх (Брэнд)
3. Зөв зүйлийг зөв хэлбэрээр хэлэх (Контент)
4. Зөв сувгаар зөв хүнд хүргэх (Зар сурталчилгаа)
5. Юу ажиллаж, юу ажиллахгүй байгааг тоогоор харах (Хэмжилт)

→ ГҮН ОРОХ УУ?

LITE template (₮290K) — Жилийн төлөвлөгөөгөө 4-6 цагт founder өөрөө бөглөж дуусгах загвар.

Маркетингаа "санасан үедээ" хийх биш — энэ 5 алхамаар журамтайгаар явуулна. NSMA-гийн зөвлөгөөг хэрэглэсэн жил тутамд давтагдах ажлын урсгал.

1

ШИНЖИЛГЭЭ — Одоо хаана байна вэ?

- ◆ Сүүлийн 12 сарын борлуулалт тоонууд
- ◆ Хэрэглэгчид хаанаас ирдэг вэ?
- ◆ Сошиал сувгуудын тоонууд
- ◆ Өрсөлдөгчид юу хийж байна вэ?
- ◆ Бид юунд сайн, юунд сул вэ?

2

ЧИГЛЭХ — Хэн рүү очих вэ?

- ◆ Хэн хамгийн их мөнгө төлж байна вэ?
- ◆ Хэн дахин дахин ирж байна вэ?
- ◆ Хэн найз нөхөддөө танай тухай ярьдаг вэ?
- ◆ Эдгээр 3 хариулт = танай хэрэглэгч

3

БАЙР СУУРЬ — Биднийг яагаад сонгох вэ?

- ◆ Та юугаар ялгардаг вэ?
- ◆ Хэрэглэгч найзтайгаа танай тухай юу гэж ярих вэ?
- ◆ Энэ нь 1 өгүүлбэрт багтсан байх ёстой

4

ТАТАХ — Хэрхэн хүмүүсийг ирүүлэх вэ?

- ◆ Юу постлох вэ — контент
- ◆ Хаана зар тавих вэ — Facebook, Google, Viber
- ◆ Google Maps дээр харагдах эсэх
- ◆ Хэрхэн хариу өгөх вэ

5

ХЭМЖИХ — Юу ажиллаж байна вэ?

- ◆ Сард хэдэн шинэ хэрэглэгч ирсэн
- ◆ Нэг шинэ хэрэглэгчид хэдэн төгрөг зарцуулсан
- ◆ Ямар зар ажиллаж, ямар нь үгүй вэ
- ◆ Дараагийн сар юуг нэмэх, юуг хасах вэ

1

→

2

→

3

→

4

→

5

ШИНЖИЛГЭ
Э

ЧИГЛЭХ

БАЙР
СУУРЬ

ТАТАХ

ХЭМЖИХ

ХЭРХЭН АШИГЛАХ ВЭ

Жил тутам нэг удаа (1-р сард) бүх 5 алхамыг хийх. 3 сар тутам алхам 1 (Шинжилгээ) ба 5 (Хэмжих)-ийг давтан хийх. Үлдсэн 2, 3, 4 алхам нь голдуу тогтсон үлддэг.

→ ГҮН ОРОХ УУ?

PRO advisory (₮2.49M) — 5 алхамын алхам бүрд Зөвлөхтэй хамтран суух workshop + 3-сарын follow-up.

ТАНАЙ БИЗНЕС ОДОО ХААНА БАЙНА ВЭ?

Дараах асуултуудад хариулахын тулд маркетингийн мэдлэг хэрэггүй. Зүгээр өөрийнхөө бизнесийг бодоод тэмдэглэ.

1. Танай бизнесийн нэр юу вэ?

2. Танай бизнес юу зардаг вэ?

- ☐ Үйлчилгээ — ресторан, гоо сайхны салон, эмнэлэг, засвар
- ☐ Бараа — дэлгүүр, онлайн худалдаа, гар хийсэн бүтээгдэхүүн
- ☐ B2B үйлчилгээ — өөр бизнест үйлчилгээ зардаг
- ☐ Хоёулангинх — бараа + үйлчилгээ хосолсон

3. Хэдэн жилийн өмнө эхэлсэн вэ?

- ☐ Шинэ — 1 жилээс доош
- ☐ Залуу — 1-3 жил
- ☐ Тогтсон — 3-7 жил
- ☐ Хуучин — 7 жилээс илүү

4. Сард ойролцоогоор хэдэн төгрөгийн борлуулалт хийдэг вэ?

- ☐ ₮5 саяа хүртэл
- ☐ ₮5-15 сая
- ☐ ₮15-50 сая
- ☐ ₮50 сая-аас илүү

☐ ХАРИУЛТ ТАНД ЮУ ХЭЛЖ БАЙНА:

Маркетингийн жилийн төсөв = борлуулалтын 5-10%.

Жишээ: Сард ₮10 саяа → сард ₮500К-1М маркетингд

Жишээ: Сард ₮30 саяа → сард ₮1.5-3М маркетингд

5. Танай хэрэглэгчид одоо хаанаас ирдэг вэ? (Хичнээн ч сонгож болно)

- ☐ Facebook-аас — пост, зар, хуваалцалт
- ☐ Заагч найзаар — нэг хэрэглэгч найзаа авч ирдэг
- ☐ Дэлгүүрийн хажуугаар явж — санамсаргүй орж ирдэг
- ☐ Бид өөрсдөө залгаж/мессеж бичдэг
- ☐ Google Maps эсвэл Google хайлт
- ☐ TV эсвэл радионы зар

☐ Гадаах самбар, флаер

Эсвэл өөр сувгаас:

☐ **ХАРИУЛТ ТАНД ЮУ ХЭЛЖ БАЙНА:**

Хэрэв 1 суваг л идэвхтэй бол: тэр сувгаа сайжруулах нь шинэ сувагтай хийхээс илүү үр дүнтэй.

Хэрэв 3+ суваг идэвхтэй бол: аль нь хамгийн их үр дүн өгч байгааг харах хэрэгтэй (Хэмжилт — 10-р бүлэг).

6. Танай маркетингийн хамгийн том асуудал юу вэ?

- ☐ "Шинэ хэрэглэгч олох нь хэцүү"
- ☐ "Хуучин хэрэглэгчид бууж ирэхгүй"
- ☐ "Сошиал пост хийдэг ч үр дүн гарахгүй"
- ☐ "Зар тавьдаг боловч мөнгө үрэгддэг"
- ☐ "Юу хийх ёстойг мэддэггүй"
- ☐ "Цаг гарахгүй"

☐ **ТАНАЙ ОНОШЛОГОО**

Танай хариулт → Очих бүлэг:

- "Шинэ хэрэглэгч олох" → 03-р бүлэг (Хэрэглэгчээ ойлгох)
- "Хуучин буцаж ирэхгүй" → 04-р бүлэг (Брэнд)
- "Сошиал пост үр дүнгүй" → 05+08-р бүлэг (Сошиал + Контент)
- "Зарын мөнгө үрэгдэх" → 06-р бүлэг (Зар сурталчилгаа)
- "Юу хийх мэдэхгүй" → Дахин 02-р бүлгээс эхэл (5 алхамт журам)
- "Цаг гарахгүй" → Standard эсвэл Pro tier-ийг үз (14-р бүлэг)

"Хэрэглэгч хэн бэ?" гэдэгт хариулахын тулд маркетингийн судалгаа, том судлаач, data analyst хэрэггүй. Founder өөрөө доорх 4 аргаар 1 долоо хоногт ~30 хариулт цуглуулна.

Танай 10 хэрэглэгч танд танай зар тань ямар байх ёстойг хэлж өгнө.

АРГА 1 — Одоогийн хэрэглэгчдээсээ 5 асуулт асуу

Цаг: 1 хүнтэй 5-10 минут · Тоо: 5-10 хэрэглэгч · Хаана: Messenger, утсаар, биеэр

Эхлэхдээ:

"Сайн уу, [Нэр]. Танай саналыг ойлгож илүү сайн үйлчилгээ үзүүлэхийн тулд 5 асуултанд хариулах боломжтой юу? 5 минутаас илүүгүй цаг гарна."

5 АСУУЛТ:

1. Биднийг яаж олж мэдсэн вэ? (Найзаас уу? Зараас уу? Хайлтаас уу?)
2. Биднийг сонгох болсон гол шалтгаан юу вэ?
3. Бидний оронд та өөр ямар сонголтыг бодсон вэ?
4. Биднийг сайжруулмаар 1 зүйл байх вэ?
5. Биднийг яах магадлалтай найздаа санал болгох уу? 1-10 хооронд?

АРГА 2 — Facebook Stories дотор асуулга

Цаг: 5 минут setup · Хариулт: 24 цагт 50-200 ширхэг

Stories дотор "Sticker → Poll" эсвэл "Question" функц ашигла. Жишээ:

Жишээ асуулга:

- "Манай шинэ хоолыг яаж сонгох вэ? А) Хямд В) Шинэлэг С) Эрүүл"
- "Та биднийг хэдэн жил мэдсэн бэ? 1 / 2-3 / 5+ жил"
- "Бид юуг сайжруулах вэ? Хариултаа бичээрэй..."

АРГА 3 — DM-ээр гүн ярилцлага (3-5 хүн)

Цаг: 1 хүнтэй 15 минут · Тоо: 3-5 хүн · Гүн ойлголт өгнө

Хамгийн идэвхтэй 3-5 хэрэглэгчдээ "15 минутын ярилцлага хүсэх" мессеж явуул. Хүсвэл ₮20К-ын gift card санал болго.

Гол асуултууд: "Танай өдөр тутмын амьдрал ямар вэ?", "Бидэнтэй учрахаас өмнө юу болдог байсан вэ?", "Биднийг сонгох болсон тэр өдрийг санаж байна уу?".

АРГА 4 — Ажиглалт (хариулт асуухгүйгээр ойлгох)

Хувийн дэлгүүртэй бол: 1 цагийн дотор

- Хичнээн хүн орох вэ?
- Хичнээн нь худалдан авах вэ?
- Ямар бүтээгдэхүүнд гарын зүгээр хүрэх вэ?
- Дунджаар хэдэн минут зарцуулдаг вэ?

Онлайн бизнес бол: коммент уншиж "өвдөж буй зүйл" олох. Хэн like хийдэг — тэдний profile үзэх.

20-30 хариулт цуглуулсны дараа — Хэрхэн "хэрэглэгчээ" гаргах

Бүх хариултыг 3 баганад зурна:

Хэн (нас, хүйс, ажил)	Юунд санаа зовдог	Биднийг яагаад сонгодог
Эмэгтэй 35, ажилтай ээж	Хүүхдийн эрүүл хоол	Шинэлэг, гэртэй маягтай
Эрэгтэй 28, гэр бүлгүй	Хурдан, хямд	Хямд, ойролцоо
Эмэгтэй 42, бизнесмэн	Цаг хэмнэх	Найдвартай үйлчилгээ

❑ ХАРИУЛТ ТАНД ЮУ ХЭЛЖ БАЙНА:

Хариулт давтагдсан загвар = таны "гол хэрэглэгч"

Жишээ: Хэрэв 30 хүний 18 нь "хүүхдийн эрүүл хоол" хайдаг 30-40 насны эмэгтэй бол:

- Гол хэрэглэгч: "Эх Сарангэрэл, 35, хүүхэдтэй, эрүүл хоол хайж байна"
- Гол мессеж: "Эрүүл, гэртэй маягтай хоол"
- Гол суваг: Facebook (тэр насныхан хамгийн их хэрэглэдэг)

ХЭРЭГЛЭГЧДЭДЭЭ ЯВУУЛАХ 5 АСУУЛТ

Доорх template-ийг хуулж аваад одоогийн 5-10 хэрэглэгчдээ Messenger-аар явуул. Тэдний хариулт нь танай гарын авлагын бусад хэсгийг бөглөх суурь өгөгдөл болно.

ХАРИУЛТЫГ MESSENGER-ААР ИЛГЭЭХ ТЕКСТ — ХУУЛЖ АВ:

Сайн уу, [Хэрэглэгчийн нэр]!

Танай саналыг ойлгож, илүү сайн үйлчилгээ үзүүлэхэд тань хэрэгтэй 5 асуултанд хариулах боломжтой юу? 5 минутаас илүүгүй цаг гарна. Бичсэн хариултаа хуулах эсвэл voice message-аар хариулна уу — хоёулангийнх тохиромжтой.

1. Биднийг яаж олж мэдсэн вэ? (найзаас, зараас, хайлтаас, г.м.)
2. Биднийг сонгох болсон гол шалтгаан юу вэ?
3. Бидний оронд та өөр ямар сонголтыг бодож байсан вэ?
4. Биднийг сайжруулмаар 1 зүйл байх вэ?
5. Биднийг найздаа санал болгох уу? 1-10 хооронд оноо өгнө үү.

Маш их баярлалаа! Танай хариулт нь бидэнд ховор үнэт

Хариултыг хадгалах хүснэгт

Эдгээр хариултыг Google Sheets-д хадгалаарай (хуудас үүсгээд багана нэр өгөх):

Нэр	Эх сурвалж	Сонгох шалтгаан	Бусад сонголт	Сайжруулах	Оноо

ЗОРИЛТ

10 хариулт цуглуулсны дараа 1-3 байнга давтагдсан "сонгох шалтгаан" гарна. Энэ нь танай "гол давуу тал" — Бөглөх 4-т (Брэнд) хэрэглэнэ.

■ ТАНАЙ ОНОШЛОГОО

Хариулт цуглуулсны дараа: → Бөглөх 3 (Хэрэглэгч хэн бэ?) → Бөглөх 4 (Брэнд)

Хэрэв оноо 1-6 хооронд их байвал: → 04-р бүлэг (Брэнд) яаралтай үзэх

ТАНАЙ ГОЛ ХЭРЭГЛЭГЧ ХЭН БЭ?

Бөглөх 2-оос цуглуулсан 5-10 хариултанд тулгуурлан хамгийн их давтагдсан хүний дүрийг доор зураарай. Нэг тодорхой хүн болгож төсөөл.

1. Танай гол хэрэглэгч эр үү эм үү?

- ☐ Голдуу эмэгтэй
- ☐ Голдуу эрэгтэй
- ☐ Хоёулангинх нь ойролцоогоор тэнцүү

2. Хэдэн настай вэ?

- ☐ 18-25 — оюутан, шинэ ажилтай залуу
- ☐ 25-35 — ажилтай залуу, шинэ гэр бүлтэй
- ☐ 35-45 — хүүхэдтэй, ажлын дунд орчмын
- ☐ 45-60 — ажилтай дунд нас, насанд хүрсэн хүүхэдтэй
- ☐ 60+ — тэтгэвэрт, гэр бүлийн ахмад

3. Сард ойролцоогоор хэдэн төгрөгийн орлоготой вэ?

- ☐ ₮500K хүртэл — хямд сонголтыг хайна
- ☐ ₮500K-1M — тэнцвэртэй хямд + чанарыг хайна
- ☐ ₮1M-3M — чанар + үйлчилгээг анхаардаг
- ☐ ₮3M+ — premium, цаг хэмнэлтэй сонголтыг хайна

4. Тэр Facebook/Instagram-г өдрийн ямар цагт хардаг вэ?

- ☐ Өглөө — 6-9 цаг, ажил эхлэхээс өмнө
- ☐ Үдийн цайны цаг — 12-14 цаг
- ☐ Үдэш — 17-19 цаг, ажлын дараа
- ☐ Шөнө — 21-23 цаг, амрахын өмнө
- ☐ Мэдэхгүй

☐ ХАРИУЛТ ТАНД ЮУ ХЭЛЖ БАЙНА:

Танай пост хамгийн их үздэг цаг = тэр хүний шалгадаг цаг. Постоо тэр цагт schedule хийвэл reach 2-3 дахин нэмэгдэнэ.

5. Тэр бидний бараа/үйлчилгээг яагаад худалдан авдаг вэ? (Хамгийн чухал нэгийг сонго)

- ☐ Хямд үнэтэй
- ☐ Чанартай
- ☐ Хурдан хүргэдэг
- ☐ Найрсаг үйлчилгээтэй

- ☐ Бидэнд найдварлдаг
- ☐ Өөр сонголт байхгүй
- ☐ Брэндийнхээ үнэт зүйлийг хуваалцдаг

☐ **ХАРИУЛТ ТАНД ЮУ ХЭЛЖ БАЙНА:**

Энэ нь танай "гол давуу тал". Бүх зар, пост, дэлгүүрийн бэлгэ тэмдэгт энэ үндсэн дээр баригдана. Жишээ: "найрсаг" сонгосон бол брэнд voice "Та, найз минь..." төстэй байх ёстой.

☐ **ТАНАЙ ОНОШЛОГОО**

Танай гол суваг:

- 18-30 нас давамгай → Instagram + TikTok
- 25-45 нас давамгай → Facebook (Instagram дэмжих)
- 45-60 нас давамгай → Facebook (Viber дэмжих)
- 60+ давамгай → Facebook + Viber + TV/радио

Брэнд бол зөвхөн лого биш. Хэрэглэгчид танай тухай юу боддог, ямар сэтгэгдэлтэй үлддэг — энэ бүгд брэнд.

Лого биш. Хүмүүсийн толгойд үлддэг мэдрэмж.

Хүчтэй брэндийн 4 хэсэг

1

Танай амлалт — Та юу амалдаг вэ?

- ◆ "Бид [юуг] [хэн рүү] [яаж] хүргэдэг" гэсэн 1 өгүүлбэр
- ◆ Жишээ: "Бид гарын авлагаар хийсэн талхыг ажилтай ээжүүдэд гэрт хүргэдэг"
- ◆ Хэрэглэгчид итгэх ёстой амлалт

2

Танай дуу хоолой — Хэрхэн ярьдаг вэ?

- ◆ Найрсаг ("Та, эрхэм найз минь...")
- ◆ Премиум ("Бид өндөр стандартыг хадгална")
- ◆ Мэргэжлийн ("Тоо нотолгоотой үр дүн")
- ◆ Хөгжилтэй ("Ийм л! 😊")
- ◆ 1 voice сонгоод бүх постонд хэрэглэ

3

Танай харагдах байдал — Өнгө, фонт

- ◆ Үндсэн өнгө 1 + дэмжих 1 (хоёрхон өнгө хангалттай)
- ◆ Гарчигт 1 фонт + текстэд 1 (нийт 2)
- ◆ Бүх постонд ижил загвар, ижил өнгө

4

Тогтвортой байдал — Бүх газар нэг адил байх

- ◆ Facebook + Instagram + сайт + business card — ижил гэр бүл
- ◆ Шинэ ажилтан "брэндийн ёс зүй"-г 5 минутад ойлгох ёстой
- ◆ Canva Brand Kit-д хадгал (үнэгүй)

Жишээ — "Ногоон Дэлхий" хоолны газар

Амлалт: "Эрүүл, түргэн, гэртэй маягтай хоол ажилтай ээжүүдэд" · Дуу хоолой: дотно, дулаан · Өнгө: ногоон + бор · Лого: навч + нэр.

→ ГҮН ОРОХ УУ?

STANDARD workshop (₮890K) — Танай брэндийн 4 хэсгийг Зөвлөхтэй 2 цагт цэгцлэх. Founder ганцаараа сэтгэх биш — багаараа суух workshop.

ТАНАЙ БИЗНЕСИЙГ ҮГЭЭР ЗУРАХ

5 минутад брэндийн "card" гарна. Бөглөх 3-аас гарсан "гол давуу тал" энд хэрэглэнэ.

1. Танай бизнесийг ямар үгээр тодорхойлох вэ? (3 үг сонго)

- ☐ Дотно, дулаан — хувийн харилцаа гол утга
- ☐ Премиум, эрхэмлэгдсэн — өндөр чанар, тогтсон үнэлгээ
- ☐ Хурдан, шинэлэг — залуу үе, шинэ тренд
- ☐ Найдвартай, олон жилийн — тогтсон, итгэлтэй бизнес
- ☐ Хөгжилтэй, найрсаг — ойртохуйц, дотноор ярьдаг
- ☐ Мэргэжлийн, нягт — B2B, тоонд тулгуурласан

☐ ХАРИУЛТ ТАНД ЮУ ХЭЛЖ БАЙНА:

Зөвхөн 3 үг сонгох — илүү бол фокус алдрана. Энэ 3 үг танай дараагийн жилийн бүх контент, зар, шийдэлд хүртэх стандарт.

2. Хэрэглэгчтэй яаж ярьдаг вэ?

- ☐ "Та, эрхэм хэрэглэгч минь..." — албан, премиум
- ☐ "Сайн уу, Та яаж байна?" — дулаан, найрсаг
- ☐ "Бид Танд яаж туслах вэ?" — мэргэжлийн
- ☐ "Эй, найз минь!" — хөгжилтэй, дотно

3. Танай үндсэн өнгө юу вэ? (одоогийн эсвэл хүсэх)

- ☐ Улаан — идэвхтэй, тойлуулагч — ресторан, retail
- ☐ Цэнхэр — тогтсон, найдвартай — банк, эмнэлэг
- ☐ Ногоон — эрүүл, байгаль — органик хоол, эмийн сан
- ☐ Хар + цагаан — премиум, минималист — luxury, high-end
- ☐ Шар/орос — хүүхэд, хямдрал, новые launch

Эсвэл өөр өнгөний хослол:

4. Танай хэрэглэгч найзтайгаа танай тухай юу гэж ярих вэ? (1 өгүүлбэр)

Жишээ хариултауд:

- "Тэдний хоол үнэхээр гэртэй маягтай"
- "Тэдний үнэ хямд боловч чанар сайн"
- "Тэр газар үргэлж хариу өгдөг, найдвартай"
- "Шинэ ирсэн бараа нь үргэлж загварлаг"

□ ХАРИУЛТ ТАНД ЮУ ХЭЛЖ БАЙНА:

Энэ бол танай гол брэнд мессеж. Бүх пост, зар, ярианд энэ санааг хадгал. Эхний 3 үг + voice + энэ өгүүлбэр хамт = танай брэндийн "card".

□ ТАНАЙ ОНОШЛОГОО

Танай brand card бэлэн!

- 3 үг = брэндийн өнгө аяс
- Voice = постнд хэрэглэх ярианы хэлбэр
- Өнгө = Canva, FB cover, бүх дизайнд
- Гол өгүүлбэр = постын headline, зарын subtitle

Монголд Facebook хамгийн их хэрэглэгддэг суваг — 2.4M+ хэрэглэгч. Сард ₮100K boost хийгээд зөв постлоход хэдэн мянган хүнд хүрнэ.

Зөвхөн зарладаг хуудсыг хүмүүс дагахаа болидог.

Постын 4 төрөл — Зөв харьцаа

1

40% — Үнэ цэнэт пост

- ◆ Зөвлөгөө, заавар, мэдлэг
- ◆ Жишээ: "Хоол сэргэг байх 3 нууц"
- ◆ Хэрэглэгч энэ постыг ХУВААЛЦДАГ → reach хамгийн их

2

30% — Итгэлцлийн пост

- ◆ Танай ажилтай танилцуулах зураг (behind-the-scenes)
- ◆ Хэрэглэгчийн review, түүх
- ◆ Ажилтны танилцуулга
- ◆ Хэрэглэгч энэ постонд COMMENT хийдэг → engagement өндөр

3

20% — Борлуулалтын пост

- ◆ Шинэ бараа / үйлчилгээ
- ◆ Тусгай санал, хямдрал
- ◆ СТА шууд: "Захиалга өг", "Очиж үз"
- ◆ Энэ хэсэг нь л шууд борлуулалт хийнэ

4

10% — Хөгжөөнт пост

- ◆ Трэнд, мийм, баярын мэндчилгээ
- ◆ Reach маш өндөр
- ◆ Брэндийн "хүмүүн тал" харагдана

ХЭМЖЭЭ

Долоо хоногт 4-5 пост хангалттай. Сард ~20 пост. Сард 30+ пост хийх шаардлагагүй — чанар чухал.

7 ХОНОГИЙН ПОСТ
ХУВААРЬ

Доорх 7-хоногийн загвар сарын 4 удаа давтагдана. Танай бизнест тохируулж жишээг өөрчилнө.

Танай бизнесийн төрлөөр загвар

Гариг	Юу постлох	Үйлчилгээ	Бараа
Даваа	Зөвлөгөө	Хоол сэргээг байх 3 нууц	Бараагаа хэрхэн ашиглах
Мягмар	Бүтээгдэхүүн	Шинэ цэс, шинэ үйлчилгээ	Шинэ ирсэн бараа
Лхагва	Танай ажил	Тогооч хэрхэн бэлддэг	Хэрэглэгчийн зураг (review)
Пүрэв	Богино видео	1 минутын дотор бэлдэх	Unboxing video
Баасан	Тусгай санал	Энэ долоо хоногт 15% хямдрал	Хямдрал
Бямба	Stories / live	Өнөөдрийн дэлгүүрийг үзүүлэх	Дэлгүүрийн дотор
Ням	Дотно мэндчилгээ	Амрах өдрийн сайхан үдэш!	Lifestyle зураг

❑ ХАРИУЛТ ТАНД ЮУ ХЭЛЖ БАЙНА:

Хэрэв сар тутамд бүх 30 пост өөрөө бодоход цаг үрнэ.

- 1) Дараагийн 7 хоногийн постоо ДАВАА өглөө бүгдийг нь нэг дор бэлд.
- 2) Бэлэн постуудаа Meta Business Suite-д урьдчилан тогтоо (schedule).
- 3) 7 хоног дамждаг — өдөр бүр шинээр санах хэрэггүй болно.

Танай 30 хоногийн ажлын календарь

Доорх 4-хоног хуудсыг хэвлээд эсвэл өөрийн дэвтэрт зурж бөглөнө.

Долоо	Даваа	Мягмар	Лхагва	Пүрэв	Баасан	Бямба	Ням
Week 1							
Week 2							
Week 3							
Week 4							

❑ ТАНАЙ ОНОШЛОГОО

Бөглөж дуусгасны дараа:

- Энэ хуудсыг сар бүр давтан бөглөнө
- Сарын эхэнд (1-ний өдөр) 7-хоногийн пост бэлдээд schedule хий
- Хариу олонтой пост байвал тэр загвар дараагийн сард давта

Facebook Ads нь ₮50К-аас эхэлж болох тул ЖДБ-д тохиромжтой. Гэхдээ зөв бус хүнд тавих юм бол мөнгө үрэгдэнэ. Доорх 3-түвшний system нь үр дүнгүй зарцуулалтаас хамгаална.

Нэг зарт бүх төсвийг бүү хийгээрэй. Жижиг туршилт хийсний дараа л томруул.

Зарын 3 түвшин — Funnel

1

1-р түвшин — ТАНИУЛАХ (хэрэглэгчид биднийг мэдэх)

- ◆ Зорилго: бид байгаа гэдгийг олон хүнд харуулах
- ◆ Зар: видео эсвэл brand story
- ◆ Хэмжих: хэдэн хүн харсан (reach)
- ◆ Төсвийн хувь: 30%

2

2-р түвшин — СОНИРХОЛ (тэдгээрээс сонирхсон хүн)

- ◆ Зорилго: 1-р түвшингээс сонирхсон хүмүүсийг "ярилцах"-аар татах
- ◆ Зар: асуулга, sample санал, free guide
- ◆ Хэмжих: like, comment, message, click
- ◆ Төсвийн хувь: 30%

3

3-р түвшин — ХУДАЛДАА (сонирхсоноос худалдан авах)

- ◆ Зорилго: захиалга авах
- ◆ Зар: тусгай санал, time-limited offer
- ◆ Зорилтот: өмнө биднийг сонирхсон хүмүүс (retargeting)
- ◆ Төсвийн хувь: 40%

Сайн зар vs Муу зар

❑ МУУ зар	✓ САЙН зар
Хэт олон текст	Нэг гол санаа
"Захиалга өг" гэж бичээгүй	Тодорхой үйлдэл: "Утсаар залга" эсвэл "Захиалах"
Stock photo, чанаргүй зураг	Жинхэнэ бараа/ажилтны зураг
Бүх хүнд харуулах	Нас, байршил, сонирхол тохируулсан

ТУРШИЛТ

Шинэ зар 7 хоног туршаад үр дүнгүй бол зогсоо. Сайн ажиллавал төсвийг 50% нэм, дахин шалга. Сард 50%-аас илүү нэмэхгүй.

→ ГҮН ОРОХ УУ?

STANDARD workshop (₮890K) — Танай зарын стратегийг 3-түвшний funnel-ээр 2 цагт цэгцлэх. Зөвлөх танай бизнест яг ямар сувагт хичнээн төгрөг хуваарилахыг хэлж өгнө.

Монголын хэрэглэгчдийн 80%+ "ойролцоох [бизнесийн төрөл]" гэж Google хайдаг. Хэрэв таны бизнес тэнд харагдахгүй бол алдсан хэрэглэгч.

1

Google Business Profile — ҮНЭГҮЙ, ЭХЭН АЖИЛ

- ◆ business.google.com-д орж бүртгүүл
- ◆ Бизнесийн нэр, хаяг, утас бөглөх
- ◆ 20-50 чанартай зураг нэм (лого, дэлгүүр, бараа, ажилтан)
- ◆ Цагийн хуваарь зөв оруулах
- ◆ Хэрэглэгч review үлдээж эхэлнэ

2

Long-term: Вэб хуудас — яагаад хэрэгтэй вэ?

- ◆ Facebook алгоритм танай постыг хязгаарладаг
- ◆ Вэб хуудас таних — алгоритм нөлөөгүй
- ◆ Google хайлтад гарах боломжтой
- ◆ Премиум харагдах, итгэлцэл нэмнэ
- ◆ Carrd, Google Sites, Notion site зэрэг үнэгүй хувилбар бий

Жишээ — Ресторан

Google Business Profile + 50 зураг + 20 review = Google "ойролцоох ресторан" хайлтад дээш гарах магадлал 3 дахин нэмэгдэнэ. Бүр тусгай цагийн санал ч оруулж болно.

Долоо хоног тутамын Google ажил (5 минут)

- 1 шинэ зураг нэмэх (бараа, ажилтан, эсвэл хэрэглэгчийн ашиглах гэрчилгээ)
- Шинэ review гарсан бол хариу өгөх
- Шинэ хямдрал гарсан бол "Post" функцээр тавих

→ ГҮН ОРОХ УУ?

PRO advisory (₮2.49M) — Танай Google + Facebook + сайт + контентийг бүх digital footprint-ыг 4 цагт audit хийж стратегийн чиглэл өгнө.

Пост хийхэд "Юу постлох вэ?" гэдэг хамгийн том асуудал. Доорх 5 аргаар хариултыг олно.

1

1 идэйноос 5 пост гаргах

- ◆ Жишээ: "5 минутын дасгал" сэдэв
- ◆ → Текст пост (зөвлөгөө)
- ◆ → Зураг (5 дасгалын зурагтай)
- ◆ → Reels (1 минутын видео)
- ◆ → Stories (асуулга: "Та аль нь хийдэг вэ?")
- ◆ → Live (5 минутт live өгөх)

2

Хэрэглэгчийн зурагтай review

- ◆ Хэрэглэгчдээ "Бараа ашиглаж байгаа зургаа явуулна уу" хүс
- ◆ Зөвшөөрөл авч пост болго
- ◆ Хэрэглэгч өөрөө хуваалцана → reach нэмэгдэнэ
- ◆ Тэр пост ҮНЭГҮЙ бөгөөд 3-5x engagement өгдөг

3

Behind-the-scenes — танай ажил

- ◆ Тогооч хэрхэн хоол бэлддэг
- ◆ Бараа хэрхэн савлагдаж байгаа
- ◆ Шинэ ажилтны "анхны өдөр"
- ◆ Дэлгүүрийн өглөөний бэлтгэл
- ◆ Эдгээр нь "хүн" талыг гаргадаг — итгэлцэл нэмнэ

4

Хэрэглэгчтэйгээ ярилцлага

- ◆ Сард 1 хэрэглэгчтэй 5-минутын ярилцлага бичиж пост болгох
- ◆ "Та яагаад манай бараа ашигладаг вэ?"
- ◆ Видео эсвэл текст хэлбэрээр
- ◆ Тэр review = ҮНЭГҮЙ нийгмийн нотолгоо

5

Сард 1 удаа "том" пост

- ◆ Тайлан: "Энэ сард ингэж байсан"
- ◆ Эсвэл "Шинэ цэс/үйлчилгээ launch"
- ◆ Эсвэл "Хэрэглэгчийн түүх"
- ◆ Энэ пост маркетингийн "өндөр цэг"

ХАРИУ ӨГӨХ 24-ЦАГИЙН ДҮРЭМ

24 цагт бүх коммент, мессежид хариу өгөх. Facebook алгоритм идэвхтэй харилцаатай хуудсыг шагнадаг. Сөрөг коммент устгахгүй — мэргэжлийн хариулт өгч ил тод харуулах нь итгэлцэл нэмнэ.

Маркетингийн төсөв = борлуулалтын 5-15%. Шинэ бизнест илүү (15-20%), тогтсон бизнест бага (5-10%).

Сарын төсвийн жишээ

Бизнесийн төрөл	Сарын борлуулалт	Маркетингийн төсөв
Жижиг (микро)	₮3-10 саяа	₮150K-1M
Дунд	₮10-50 саяа	₮500K-5M
Том	₮50M+	₮2.5M-10M+

₮500,000 сарын төсвийн хуваарилалт (жишээ)

1

Facebook/Instagram Ads — ₮200K (40%)

◆ Гол суваг — шууд хэмжих боломжтой

2

Контент бүтээх — ₮150K (30%)

◆ Зураг, видео, дизайн (Canva Pro г.м.)

3

Google Maps / SEO — ₮100K (20%)

◆ Зураг авах, заасан байршил, review

4

Туршилтын суваг — ₮50K (10%)

◆ Шинэ суваг туршаад үзэх

Орлогын өгөөж — ROI

$ROI = (\text{Орлого} - \text{Зардал}) \div \text{Зардал} \times 100\%$

Жишээ

₮100K зарлаад ₮450K орлого = ₮350K цэвэр ашиг = 350% ROI. ЖДБ-д хамгийн багадаа 200% ROI байх ёстой.

→ ГҮН ОРОХ УУ?

LITE template (₮290K) — Жилийн төсвийг 6 ангилалд хуваарилах framework + борлуулалтын 0.5-2% calculation.

Хэмжихгүй маркетинг бол сохор маркетинг. Доорх 6 тоог Excel-д бичиж сар бүр шалгаарай.

6 гол тоо

Гол тоо	Юу гэсэн утга, хаанаас харах
Хэдэн хүн харсан (Reach)	Facebook Insights → хуудасны тоо
Хэдэн хүн дарсан (Click)	Ads Manager → CTR%
Хэдэн сонирхогч ирсэн (Lead)	Messenger, утас, шинэ дугаар
Шинэ хэрэглэгч авсан зардал	Зарын зардал ÷ шинэ хэрэглэгч
Маркетингийн өгөөж (ROI)	(Орлого – Зардал) ÷ Зардал
Давтан худалдан авалт	Хэдэн хэрэглэгч дахин ирэв

Сарын тайлангийн загвар (Excel-д бичих)

Үзүүлэлт	Өмнөх сар	Энэ сар	Өөрчлөлт %
Reach			
Click (CTR)			
Lead			
Шинэ хэрэглэгч			
Борлуулалт			
ROI			

ХЭР ОЛОН УДАА ШАЛГАХ ВЭ

Сар бүр 1 удаа (1-ний өдөр) — 1 цагийн ажил. Долоо хоног бүр шалгах хэрэггүй — стресс нэмнэ.

Эдгээр алдааг урьдчилан мэдэж байвал танай мөнгө, цаг хэмнэгдэнэ.

1

Стратегийн алдаа

- ◆ ☐ "Бүх хүнд зарна" гэж бодох
- ◆ ✓ Нэг сегментэд гүн анхаар
- ◆ ☐ Маркетинг хийж эхлэхдээ зогсоох
- ◆ ✓ Жижиг ч байсан тогтмол байх
- ◆ ☐ Өрсөлдөгчөөс шууд хуулбарлах
- ◆ ✓ Санааг авч, өөрийн онцлогоор хий

2

Контентийн алдаа

- ◆ ☐ Зөвхөн бараа, үнийн пост
- ◆ ✓ 40-30-20-10 пирамид баримтал
- ◆ ☐ Хариу өгөхгүй коммент орхих
- ◆ ✓ 24 цагт бүх хариу
- ◆ ☐ Чанаргүй зураг
- ◆ ✓ Гэрэлтэй байх — утасны камер хангалттай

3

Зардлын алдаа

- ◆ ☐ Нэг зарт бүх төсвийг хийх
- ◆ ✓ Жижиг туршилт → үр дүн → дараа нь нэм
- ◆ ☐ Үр дүнгүй зарыг үргэлжлүүлэх
- ◆ ✓ 7 хоногт ажиллахгүй бол зогсоо
- ◆ ☐ Маркетингд дутуу, бараанд их зарах
- ◆ ✓ Бараа сайн байж л маркетинг ажиллана

4

Хэмжилтийн алдаа — 10-р алдаа

- ◆ ☐ Үр дүнгээ хэмждэггүй, "санагдсанаар" удирдах
- ◆ ✓ Сард 1 цагийн тайлан тогтмол гаргах
- ◆ ✓ Excel-аар reach, lead, CAC, ROI хянана
- ◆ Хэмжихгүй маркетинг = сохор маркетинг

Бодит жишээ

Хоолны газар сард ₮500K зар тавьсан ч хэрэглэгч нэмэгдээгүй. Шалтгаан: Google Maps-д байршилгүй, зарны зурагт хоолны зураг биш лого тавьсан, мессежид хариу өгдөггүй байсан. (3 алдаа нэг дор)

Монголын зах зээлд тохирсон жилийн загвар. Танай бизнест тохируулж өөрчилнө.

Сар	Гол кампанит ажил	Зорилго
1-р сар	Шинэ жилийн тусгай санал	Awareness, Engagement
2-р сар	Хаврын бэлтгэл, Цагаан Сарын өмнөх	Engagement, Sales
3-р сар	Цагаан Сар — гол сар	Sales
4-р сар	Хаврын шинэчлэл, шинэ launch	Product Launch
5-р сар	Эхийн баяр, хаврын санал	Sales
6-р сар	Зуны бэлтгэл, сурагч	Seasonal
7-р сар	Наадам, брэнд контент	Awareness
8-р сар	Сургуулийн бэлтгэл	Sales
9-р сар	Намрын шинэ бараа	Product, Sales
10-р сар	Намрын тусгай санал	Promotion
11-р сар	Жилийн эцсийн их борлуулалт	Sales
12-р сар	Шинэ жилийн бэлтгэл, талархал	Relationship

Энэ checklist нь танай маркетинг бүрэн байгаа эсэхийг шалгах хэрэгсэл.

БРЭНД БА ОНЛАЙН БАЙРШИЛ

- ☐ Брэндийн нэр, лого, өнгө тогтоосон
- ☐ Гол өгүүлбэр бичсэн ("Бид яагаад биднийг сонгох вэ")
- ☐ Facebook хуудас бүрэн бөглөсөн
- ☐ Google Business Profile үүсгэсэн
- ☐ Google Maps-д байршил тогтоосон
- ☐ Шинэ зураг 7 хоног тутамд нэмдэг
- ☐ Канвагийн Brand Kit үүсгэсэн

КОНТЕНТ БА ПОСТ

- ☐ Долоо хоногт 4-5 пост хийдэг
- ☐ 40-30-20-10 пирамид баримталдаг
- ☐ Постоо нэг дор Даваа гарагт бэлддэг
- ☐ Бүх постыг Meta Business Suite-д schedule хийдэг
- ☐ Комментар, мессежид 24 цагт хариу өгдөг
- ☐ Хэрэглэгчийн зураг (review) сард 1 хийдэг

ЗАР СУРТАЛЧИЛГАА

- ☐ Зарын 3-түвшний funnel тогтоосон
- ☐ Зорилтот хэрэглэгч тодорхойлсон
- ☐ Сарын зарын төсөв тогтоосон
- ☐ Зарны зураг чанартай
- ☐ Зарын үр дүн 7 хоног тутамд шалгадаг
- ☐ Үр дүнгүй зарыг 7 хоногт зогсоодог

ХЭМЖИЛТ

- ☐ Сарын маркетингийн төсөв тогтоосон
- ☐ Сарын тайлан 1-ний өдөр гаргадаг
- ☐ ROI тооцдог
- ☐ Өмнөх сартай харьцуулдаг
- ☐ Жилийн маркетингийн календарь байгаа

Та эндээс маркетингийн зураг олж, 5 бөглөх хуудас бөглөсөн. Цаашид founder та юу хийх ёстой вэ? Доорх 3 түвшний template family-аас тохирох tier-ийг сонго.

Маркетинг бол постлолт биш. Байр суурь.

— NSMA

Декшн tree — танай хэрэгцээнд аль tier тохирно?

1. Та өөрөө 4-6 цаг тасралтгүй гаргах боломжтой юу?

Тийм → Lite. Үгүй → Standard/Pro.

2. Багаа хамт стратегия тогтоох уу?

Тийм → Standard (workshop). Founder ганц бол Lite/Pro.

3. Жилийн маркетингийн зардал ₮5M+ юу?

Тийм → Pro. Үгүй → Lite/Standard.

4. Эргэлзэж байна уу?

→ info@nsma.mn руу 1 өгүүлбэрээр бичнэ үү. 24 цагт хариу.

	Lite	Standard	Pro
Үнэ	₮290,000	₮890,000	₮2,490,000
Хуудас	13	18	24
Зөвлөхийн оролцоо	Үгүй	2 цагийн workshop	4 цагийн advisory + 3-cap follow-up
Format	Email DOCX+PDF	Email + Zoom/биеэр	Email + 3 live session
Хэнд тохиромжтой	Founder өөрөө	Багаараа цэгцлэх	Стратегийн нягт нямбай

Эхлэх 3 алхам

1. Танай tier-ээ сонго (эргэлзвэл preview татаж үз)
2. info@nsma.mn эсвэл +976 7010 8038 руу холбог
3. 24 цагт template хүлээж авах эсвэл огноо тохиороно

ХОЛБОГДОХ: info@nsma.mn · +976 7010 8038 · www.nsma.mn

NSMA · Монголын УУГАН Маркетингийн Компани · 2009 оноос

Coca-Cola, JTI, Unitel, MCS Group, Monos, Pharmavision, Golomt Bank, APU зэрэг 35+ том брэндийн туршлагатай

© 2026 NSMA. NEW · STRATEGIC · MARKETING · ADVISORY. Гарын авлага хувилбар v3.1.