



Ministry of Culture, Sports,
Tourism and Youth of Mongolia



MONGOLIA TOURISM
ORGANIZATION
Legal entities of public law

TOURISM WEEK 2025



ДИЖИТАЛ МАРКЕТИНГИЙН ШИЙДЛҮҮД

MONGOLIA
· ALWAYS · MOVING ·

DIGITAL

шилжилт, технологи
нэвтрүүлэлтийн зорилго

**1. Байгууллагын
бүтээмжийг дээшлүүлэх
чиглэлээр**

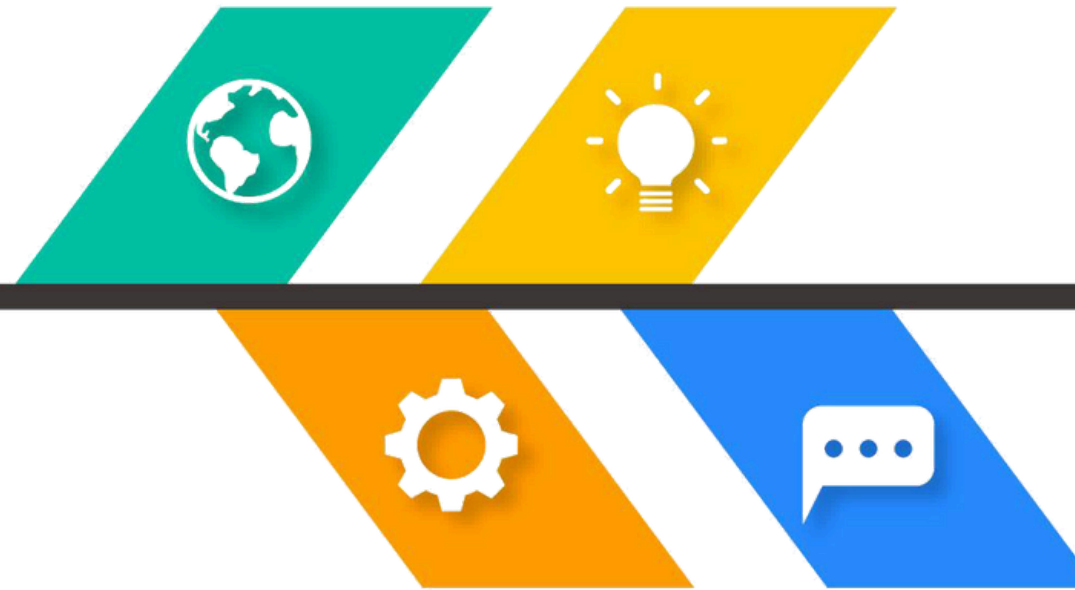
ERP - Байгууллагын нөөц
удирдлагийг
технологжуулах

**2. Үйлчлүүлэгчтэй
харилцах харилцааг
нэмэгдүүлэх зорилгоор**
CRM - НЭВТРҮҮЛЭЛТ

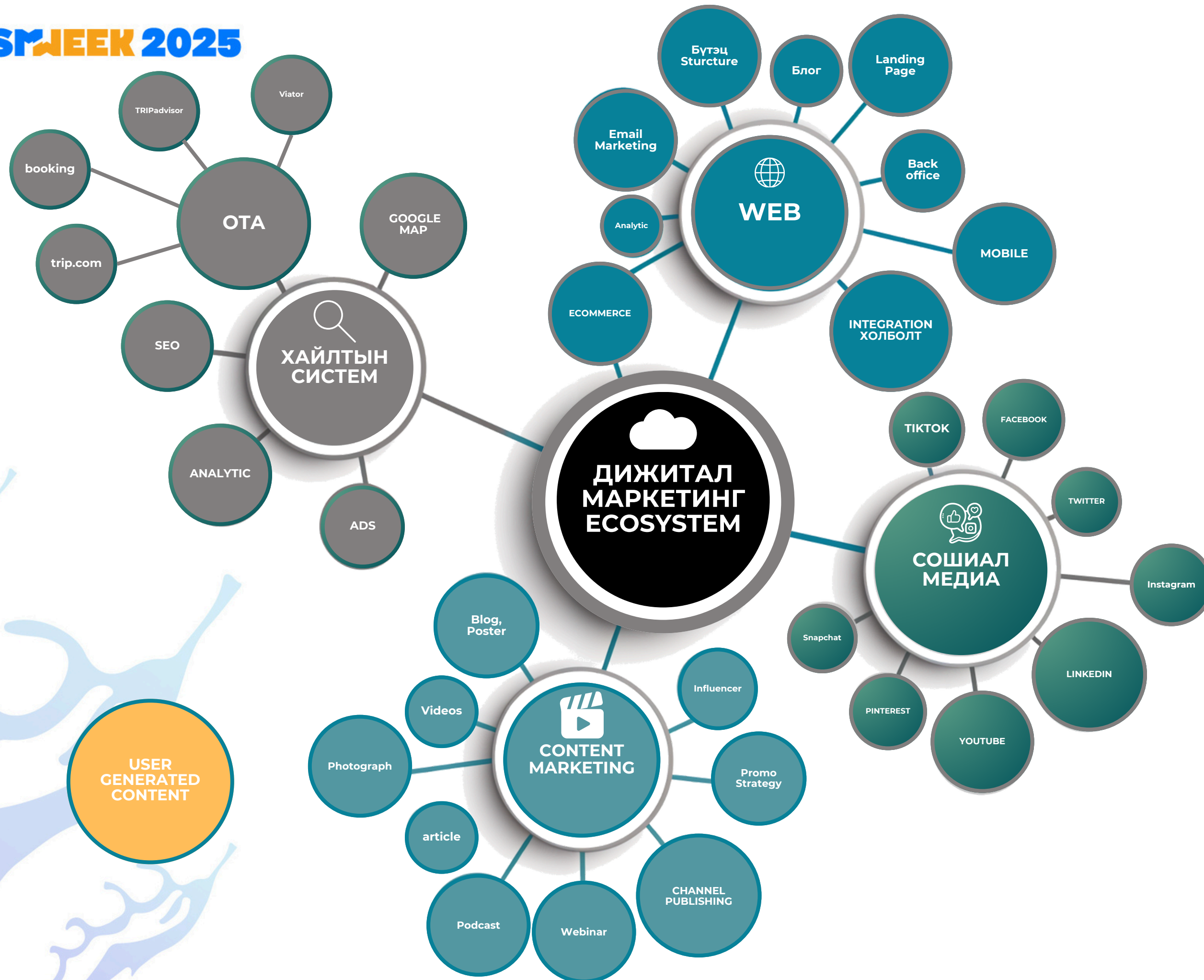
**3. Ажилчдын бүтээмжийг
нэмэгдүүлэх зорилгоор**

Ажилчдын бүтээмж, зөв
дадал суулгах, нэмэгдүүлэх
апп,

**4. Бүтээгдэхүүн үйлчилгээг
төгөлдөржүүлэх зорилгоор**



Дижитал маркетинг ECOSYSTEM



Booking Engine

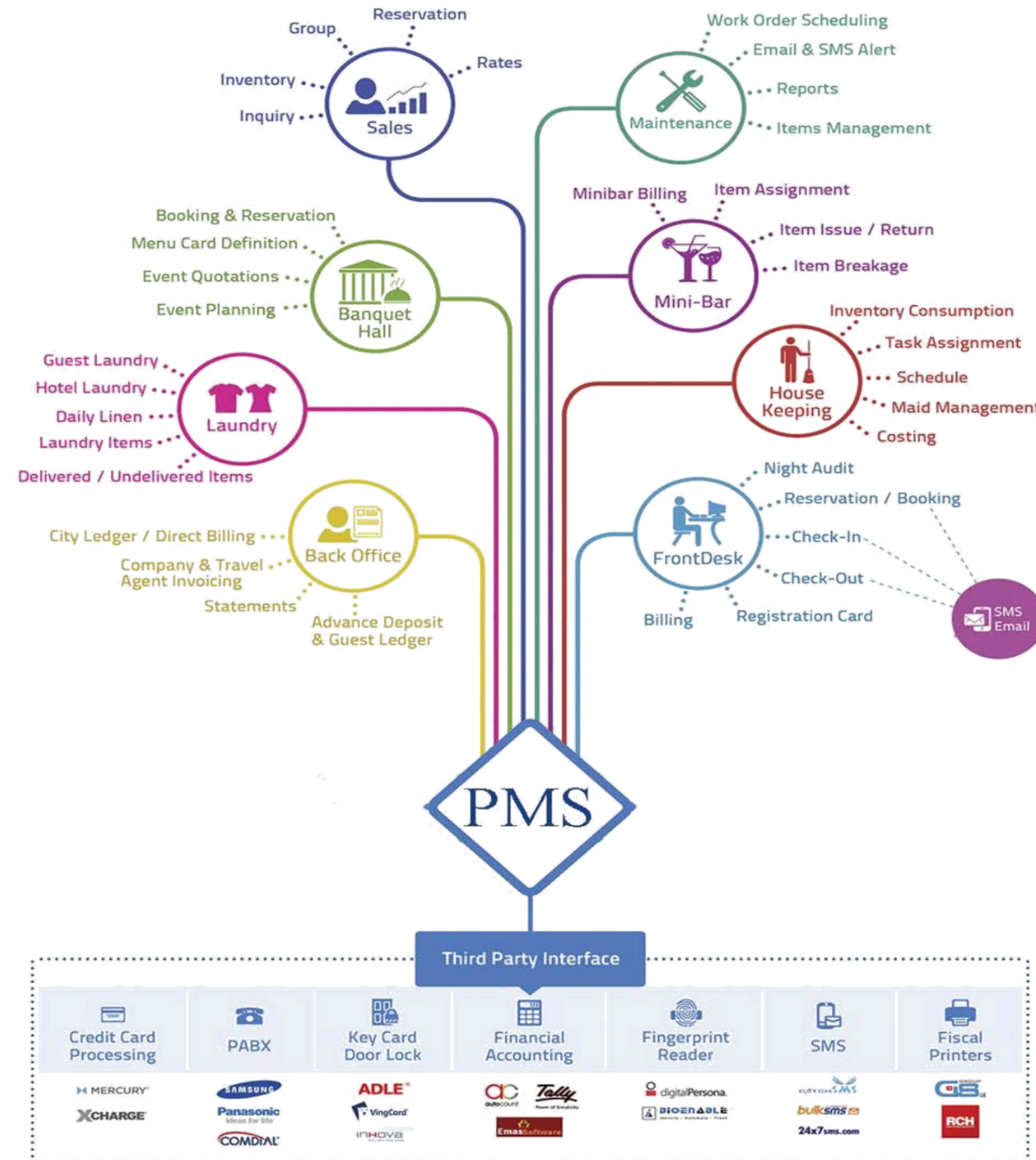
CRM & CHANNEL MANAGER

CHATBOT AUTOMATION

CALLCENTER

PMS

ЗОЧИД БУУДАЛ ECOSYSTEM



1. ҮЙЛЧЛҮҮЛЭГЧ ХААНААС МЭДЭЭЛЭЛ АВЧ БАЙНА ГЭДГИЙГ АЖИГЛАХ

Үйлчлүүлэгчийн сегмент ЧУХАЛ. Үйлчлүүлэгч байнга хувьсан өөрчлөгддөг. Монголчуудын 80% нь Сошиал платформуудаас сонголт хийдэг.

2. АЖИЛЧДЫН ХЭРЭГЦЭЭ ШААРДЛАГА

Үйлчилгээ борлуулж байгаа, сурталчилж байгаа ажилчид санаачлан дижитал хэрэгсэлүүдийг нэхэж эхлэдэг.

3. ХАРИЛЦАГЧИД

Ханган нийлүүлэгчид, банк санхүү, туслан гүйцэтгэгч байгууллагуудтай хамтран ажиллахын тулд зайлшгүй нэвтрүүлэх шаардлага үүсдэг.

TOTAL
POPULATION



3.47
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+1.4%
+48 THOUSAND

URBANISATION

69.2%

CELLULAR MOBILE
CONNECTIONS



5.13
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+6.1%
+293 THOUSAND

TOTAL vs. POPULATION

147.8%

INDIVIDUALS USING
THE INTERNET



2.91
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+1.4%
+40 THOUSAND

TOTAL vs. POPULATION

83.9%

SOCIAL MEDIA
USER IDENTITIES



2.50
MILLION

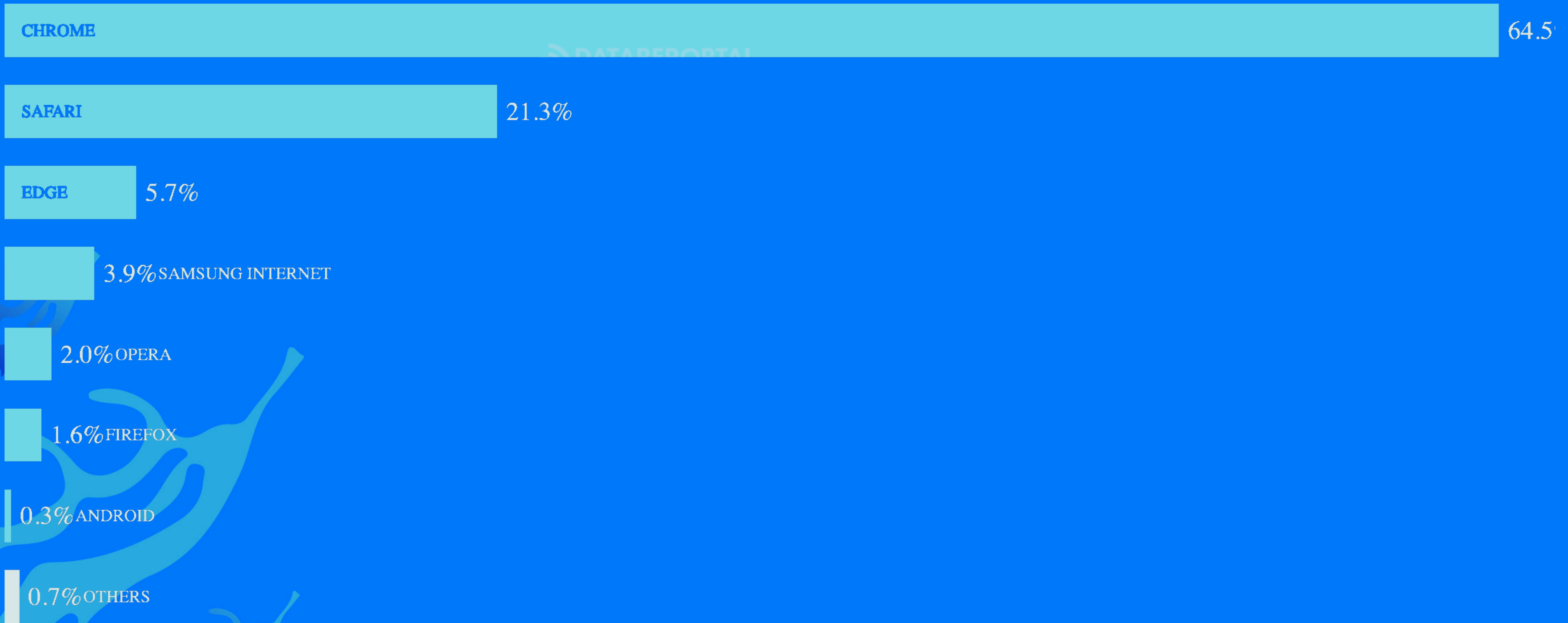
YEAR-ON-YEAR CHANGE

+8.7%
+200 THOUSAND

TOTAL vs. POPULATION

72.0%

Хайлтын системдэх Web Browser

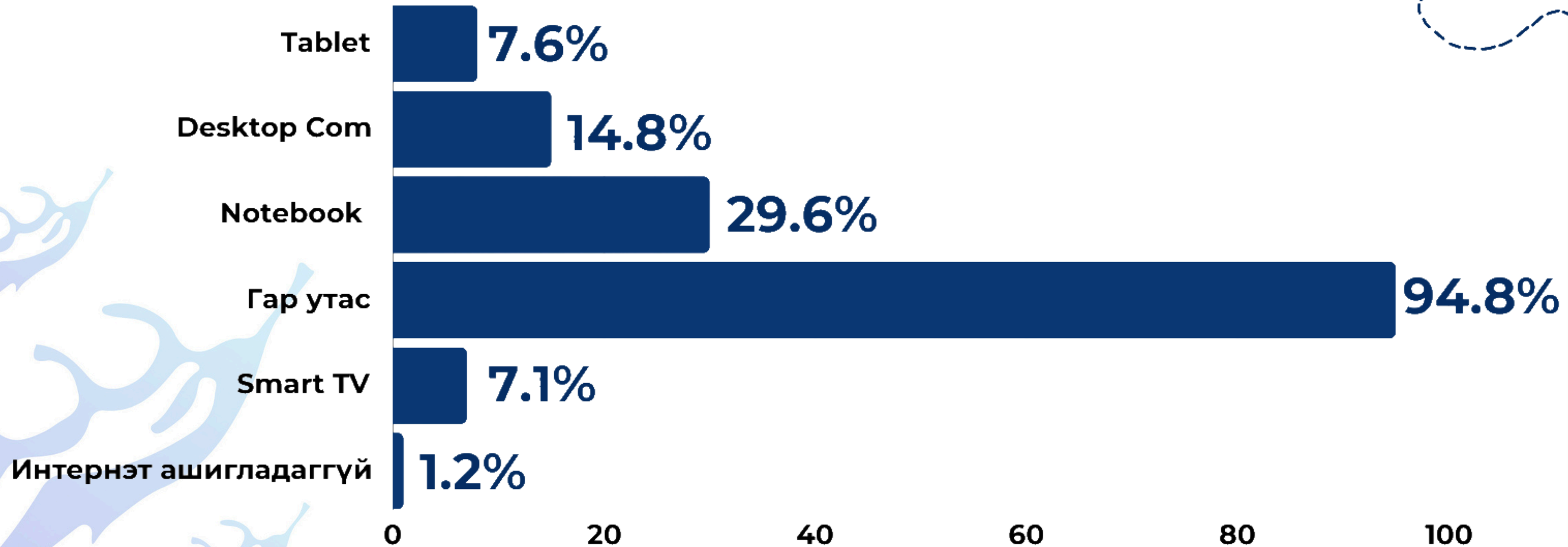


Хайлтын систем

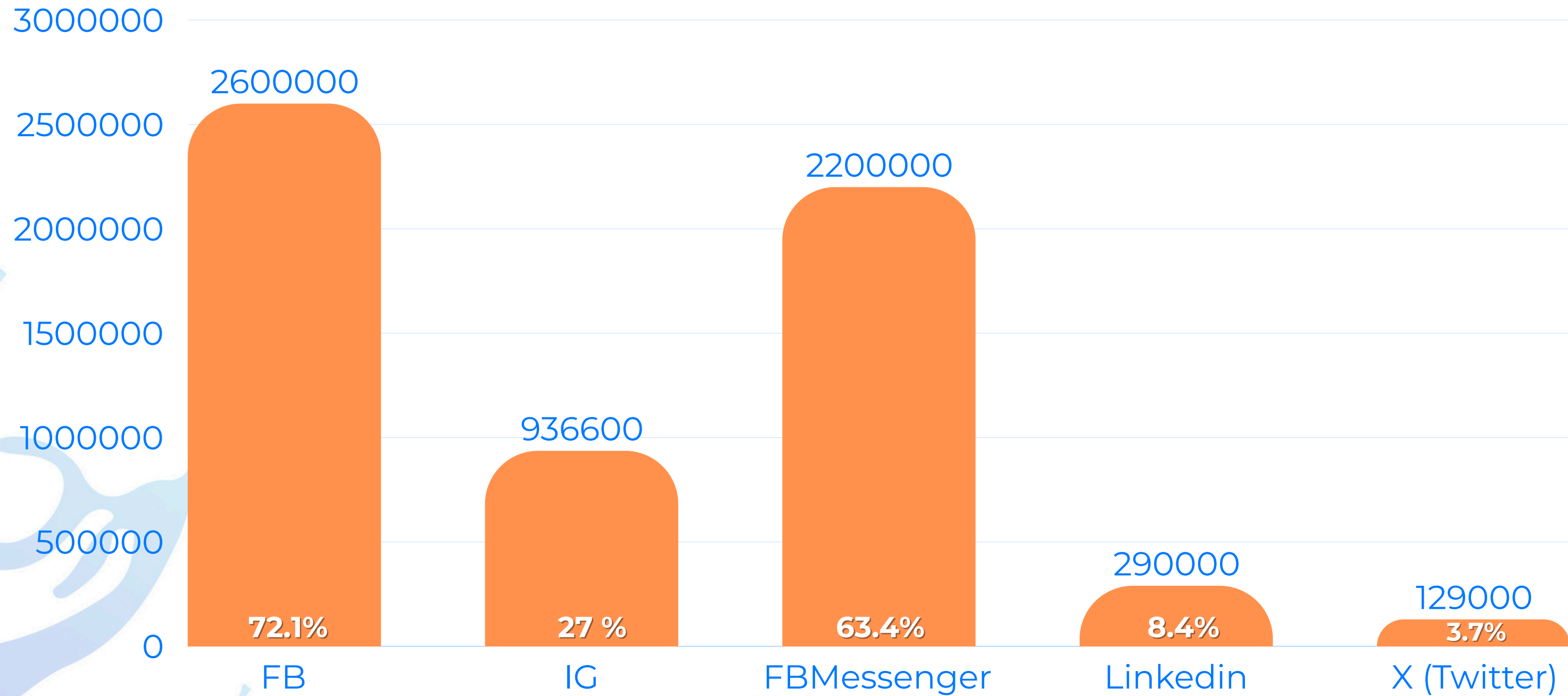


Source: datareportal.com

Та интернэт орохдоо ямар төхөөрөмж ашигладаг вэ ?



Монголын сошиал медиа хэрэглэгчийн тоо - 2024он



Суваг	GEN Z	GEN Y	GEN X	B.Boomer	
Facebook	98.8%	100.0%	100.0%	96.4%	=
Телевиз	79.3%	89.8%	93.0%	89.3%	
Youtube	100.0%	91.3%	75.0%	60.7%	
Мэдээллийн веб сайтууд	93.9%	88.3%	78.0%	64.3%	=
Лавлах утас	81.7%	80.1%	74.0%	57.1%	
Инстаграм	96.3%	81.6%	53.0%	25.0%	∨∧
ФМ, Радио	56.1%	65.8%	69.0%	50.0%	∨∧
Подкаст	82.9%	70.4%	43.0%	28.6%	∨∧
Влог	75.6%	70.4%	49.0%	21.4%	∨∧
Сонин, сэтгүүл	54.9%	64.8%	61.0%	57.1%	∨∧
Лайвстрийм	70.7%	62.2%	49.0%	28.6%	
Tik Tok	68.3%	53.6%	37.0%	14.3%	∨∧
Твиттер	50.0%	55.6%	40.0%	17.9%	
Клуб Хаус	57.3%	51.0%	31.0%	17.9%	
Линкедин	50.0%	46.9%	37.0%	25.0%	=

ХЭРЭГЛЭЭ ИХ
 ХЭРЭГЛЭЭ БАГА

∨∧ СУВГИЙН ХЭРЭГЛЭЭ НАСНЫ ЯЛГАМЖТАЙ
= СУВГИЙН ХЭРЭГЛЭЭ НАСНЫ ЯЛГАМЖГҮЙ

Сонирхолтой байх... 🤔

ACCOUNT WITH A FINANCIAL INSTITUTION



98.2%

FEMALE 99.0% MALE 97.3%

CREDIT CARD OWNERSHIP



7.0%

FEMALE 7.9% MALE 5.9%

DEBIT CARD OWNERSHIP



87.2%

FEMALE 89.8% MALE 84.3%

MOBILE MONEY ACCOUNT (E.G. MPESA, GCASH)



58.8%

FEMALE 60.1% MALE 57.4%

MADE A DIGITAL PAYMENT (PAST YEAR)



90.8%

FEMALE 92.4% MALE 89.0%

MADE A PURCHASE USING A MOBILE PHONE OR THE INTERNET (PAST YEAR)



42.4%

FEMALE 49.9% MALE 34.2%

USED A MOBILE PHONE OR THE INTERNET TO SEND MONEY (PAST YEAR)



65.7%

FEMALE 69.7% MALE 61.2%

USED A MOBILE PHONE OR THE INTERNET TO PAY BILLS (PAST YEAR)



43.5%

FEMALE 47.3% MALE 39.3%



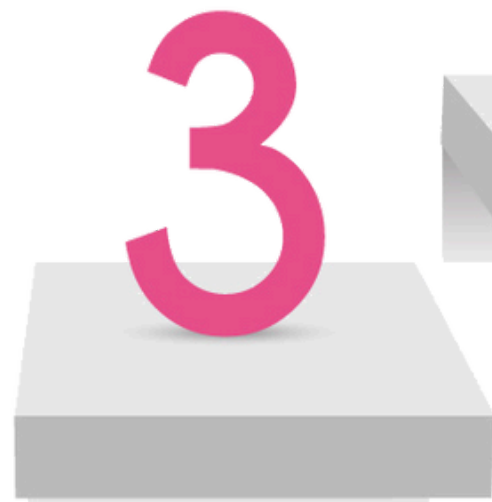
**ОДООГИЙН НӨХЦӨЛ
БАЙДЛЫГ ҮНЭЛЭХ**

Зах зээлд өөрийн эзлэж буй байр сууриа бодитоор үнэлэх. Ямар түвшинд байгаа, чухлын зэрэгээ үнэлэх.



**ШИЙДЛҮҮДЭЭ
ТОДОРХОЙЛОХ**

Бидэнд байгаа асуудлуудыг шийдэж болох технологийн шийдлүүдийг тодорхойлох. Сошиал платформууд, автоматжуулалтын олон сонголтууд дундаас одоогийн үйлчлүүлэгч болон ирээдүйн үйлчлүүлэгч хаана байж болохыг харж тодорхойлно.



ТЕСТИЙН ҮЕ ШАТ

Хэн хэрэгжүүлэх нэгжийг тодорхойлж өгнө. Мөн гарч болох хүн хүчний нөөц, хүн цагийг тодорхой болгох



ТУРШИЛТИЙН ҮЕ ШАТ

Тодорхой хугацаанд үнэгүй ашиглаж болох хувилбарыг аль болох сонгоод тухайн технологийг нэвтрүүлснээр гарч ирсэн өөрчлөлт, статусыг харьцуулж харах



**НЭВТРҮҮЛЭЛТИЙН
ҮЕ ШАТ**

Гүйцэтгэлийг хэмжихийн тулд цаг хугацаа, үе шат, KPI-тай холбож, ажлын байрны тодорхойлолттой уях



INSPIRATION

Хийх үйлдэл

- Найзуудынхаа аяллын постерыг сошиалаас харах
- Аялах газраа олох
- Явах гэж байгаа тухайгаа найзууддаа болон гэр бүлийнхэндээ мэдэгдэх

Үйлдэл хийх онлайн сувгууд

- Хайлтын систем
- MetaSearch
- OTA's
- Traveller review website
- Social Media

Аялагчийн мэдрэмж



It's time to get away



SHOPPING

- Зочид буудал, нислэгийн үнэ судлах
- Үнийн харьцуулалт хийх
- Сэтгэгдэлүүдийг унших

- OTA's
- Travel Agent
- Supplier Website
- Metasearch

Too many options...



BOOKING

- Хамгийн боломжит нөхцөлийг сонгож, хөтөлбөр эцэслэнэ
- Нислэг захиалга
- Зочид буудал захиалах
- Нэмэлт захиалга

- 1-3 төрлийн платформуудыг харьцуулж аяллаа захиалдаг
- Website
- Email
- Chat messaging

Is this the best time to book?



PRE-TRIP

- Аялалд бэлдэнэ
- Аяллын үеэрх нэмэлт ү/а төлөвлөх
- Нэмэлт захиалга

- Traveller review
- OTA's
- Tours & Excursion website
- Supplier website

It's booked!



IN-TRIP

- Хөтөлбөрөө шалгах
- Ресторан болон бусад үзмэрийн газар харах
- Нэмэлт захиалга

- Chat Messaging
- Traveler review website
- Social Media

How long is the security line?



Let's explore!



POST TRIP

- Буцах нислэг
- Ачаагаа бэлдэнэ
- Сэтгэгдэл үлдээх

- Traveller review website
- OTA's
- Social Media

Time to go home.



Glad to be home.



OTA



- Нислэг, аялал, зочид буудал гэх мэт төрөлжсөн үйлчилгээг цогцоор нь нэг платформоор санал болгодог
- Хэрэглэгч ганцхан вэбсайтаар орж зуун зуун зочид буудал, аялал жуулчлалын бүтээгдэхүүний үнийг харж сонголтоо хийдэг
- Хэрэглэгчдэд зориулсан хямдрал урамшуулалын идэвхжүүлэлт байнга зарлагддаг
- Борлуулалтын суваг болгон, бусад сувгуудтай интегрэшн хийх боломжтой
- Захиалга хийх болон төлбөр төлөх үйлдэл ойлгомжтой.

- Төлбөр буцаалтын систем асуудалтай.
- Хэт их сонголттой
- Аль нэг талын алдаанаас болж захиалга *overbooked, no show* болох эрсдэл өндөр
- Хамгийн үйлчилгээ сайтайгаар биш үнээр эрэмблэгддэг

WEB



- Зочинтой ямар нэг саад бэрхшээл учрахад шууд тохиролцож болдог
- OTA-д байхгүй зарим нэг фромоүшн, нэмэлт програмуудыг санал болгодог.
- Эздийн зүгээс ямар нэг нэмэлт төлбөр, комисс өгөхгүй
- Хүссэнээрээ удирдаж болдог

- Цаг хугацаа, хөрөнгө мөнгө ихээр зарцуулна
- Ажиллагаа их шаарддаг
- Хэрэглэгчдийн худалдан авалтад өртөх нөлөөлөл бага

VS

01

- ХЭНД
ЗОРИУЛАН
БҮТЭЭЖ БАЙГАА
БЭ?

02

- ЯМАР ТӨРЛИЙН
МЭДЭЭЛЭЛ
ТЭДЭНД ХҮРГЭХ
БЭ?

03

- МЭДЭЭЛЛЭЭ
ХЭРХЭН
ОЙЛГОМЖТОЙ
ЭНГИЙН ЗОХИОН
БАЙГУУЛАХ БЭ?

04

- ВЭБЭЭР
ДАМЖУУЛАН
ЯМАР ҮЙЛДЭЛ
ХИЙХ БЭ?

АНХААРАХ ЗҮЙЛС:

- BRANDING
- ГАР УТСААР ХАРАГДАХ БҮТЭЦ
- ВЭБ-ийн ҮНДСЭН ХАРАГДАХ БҮТЭЦ
- БЛОГИЙН БҮТЭЦ
- Google Analytic, Search Console

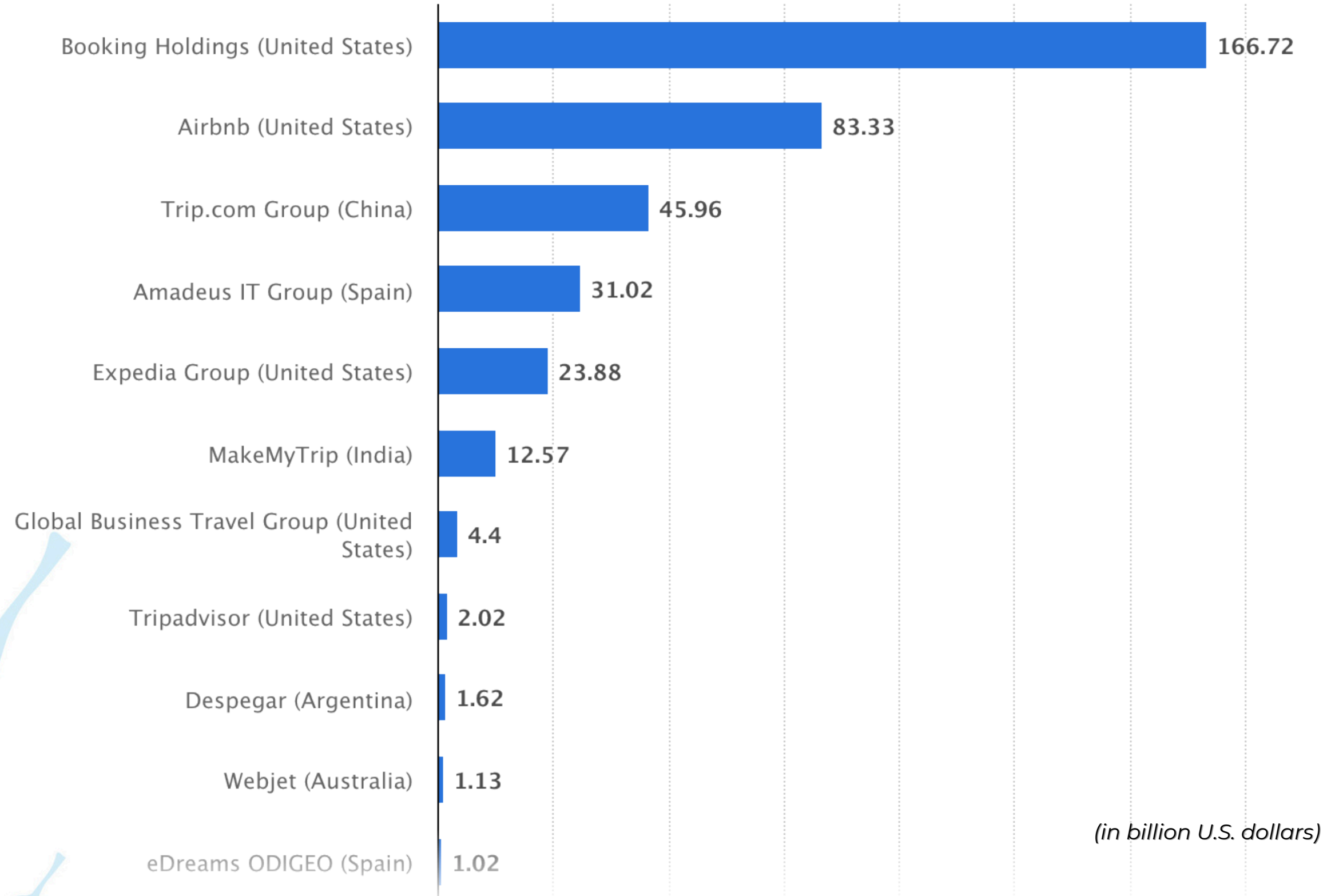


Аялал жуулчлалын бэлтгэн нийлүүлэгчдийн нэрийн өмнөөс олон нийтэд аялал, жуулчлалтай холбоотой үйлчилгээг цахим хэрэглээгээр дамжуулан хэрэглэгчдэд борлуулж дундаас нь ашиг хүртэх зарчмаар үйл ажиллагаа явуулдаг хуулийн этгээдийг хэлнэ.

АЛГОРИТМ ХЭРХЭН АЖИЛЛАДАГ БЭ ?

- 1. Хямдралтай үнийг харуулах**
- 2. Хамгийн олон review цуглуулсанг харуулна**
- 3. Хамгийн сайн үнэлгээтэйг харуулна**

TOP OTA REVENUE - 2024



2024 онд дэлхий даяар 1.4 тэрбум хүн улс хооронд аялаж, олон улсын аялал жуулчлалын зах зээл 1.6 триллион долларын орлого олжээ. Энэ нь 2023 оноос 3% өссөн үзүүлэлт юм. 899.6 тэрбум \$-ийг OTA зах зээл эзлэж байна.

1 PAGE SCORE 90% дээш байлгах

2 Төлбөрийн нөхцөл & Буцаалт

3 Channel Manager - холболт хийхэд асуудал үүсдэг тул inventory үнэн зөв хувиарлахгүй оруулах

4 Онлайн үнийн стратеги

- ✓ **Upload at least 24 photos**
Done! [Add more photos](#)
- ✓ **Make sure all of your photos are high quality**
Done! [Replace low quality photos](#)
- ✓ **Add or tag a photo of your restaurant**
Done! [Upload](#) or [tag photos](#)
- ✓ **Add or tag a photo of your breakfast options**
Done! [Upload](#) or [tag photos](#)
- ✓ **Add or tag a photo of your property's exterior**
Done! [Upload](#) or [tag photos](#)
- ✓ **Add the languages spoken by your staff**
Done! [Add languages](#)
- ✓ **Add at least 4 photos per room**
Done! [Add more photos](#)
- ✓ **Add high quality photos for all of your rooms**
Done! [Upload new photos](#)
- ✓ **Specify bed sizes for each room**
Done! [Add bed sizes](#)
- ✓ **Specify the room sizes**
Done! [Add room sizes](#)
- ✓ **Add information about your breakfast**
Done! [Add breakfast type](#)
- ✓ **Add restaurant information**
Done! [Add restaurant details](#)
- ✓ **Add room amenities for your rooms**

Property page score

This indicates how much your Booking.com property page appeals to potential guests based on the information and photos you add.

Great work! 100%

Other properties' property page scores:

MB Hotel 92%

SOCIAL MEDIA



1.Friend or Follower

Хамгийн сүүлд Engagement үүсгэсэн хүмүүсээс эхлэж харагдана.

1.Friends

2.Timing

Хамгийн сонирхолтой, сүүлд нийтлэгдсэн, хамгийн өндөр хүртээмжтэйг харуулна.

2.Timing

1.Interest

3.Interest

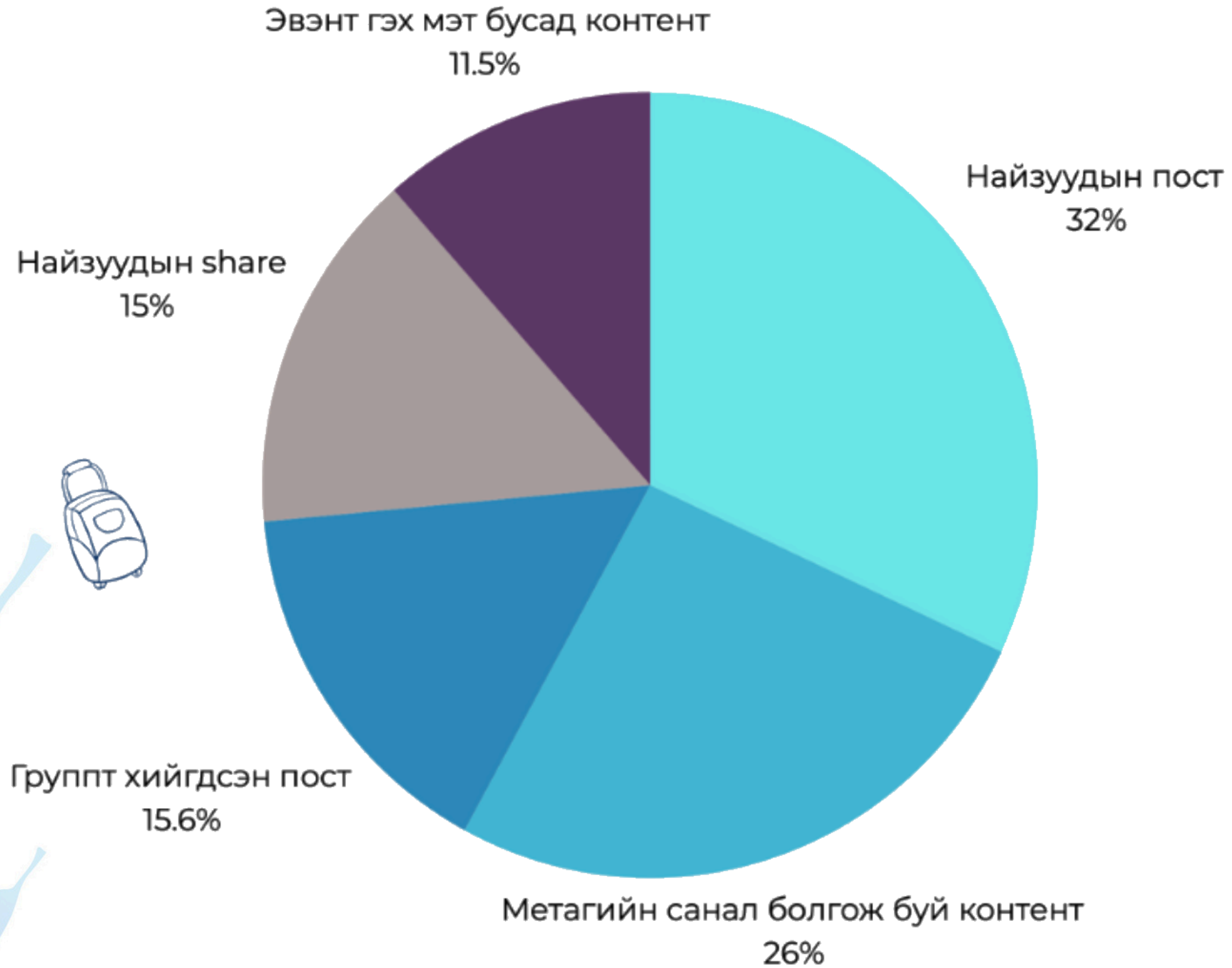
Feeds бол таны зан төлөв, юу дуртайн илрэл.

2.Predict

3.Prediction

Эерэг хандлагатай, эсхүл олон хандалт авсан хамааралгүй этгээдийн мэдээллийг харуулна.

SOCIAL MEDIA - ALGORITHM



IG - Юуг дэмждэггүй бэ ?



Тамга

01

Гуравдагч этгээдийн тамгатай контентоос татгалз.

Бусдын контент ашиглах

02

Зайлшгүй хуулж пост хийх хэрэгтэй бол өмнөхөөс ялгарах нэмэлт өөрчлөлт оруулах хэрэгтэй

Reels.

03

Instagram шинэ хүмүүст хүргэх бол 90 секунд болон түүнээс богино хугацаатай бичлэг оруулахыг зөвлөж байна. Гэхдээ 30 секундээс урт бол сайн, 30-60 секунд хугацаатай гэсэн үг.

Бодлогын зөрчил

04

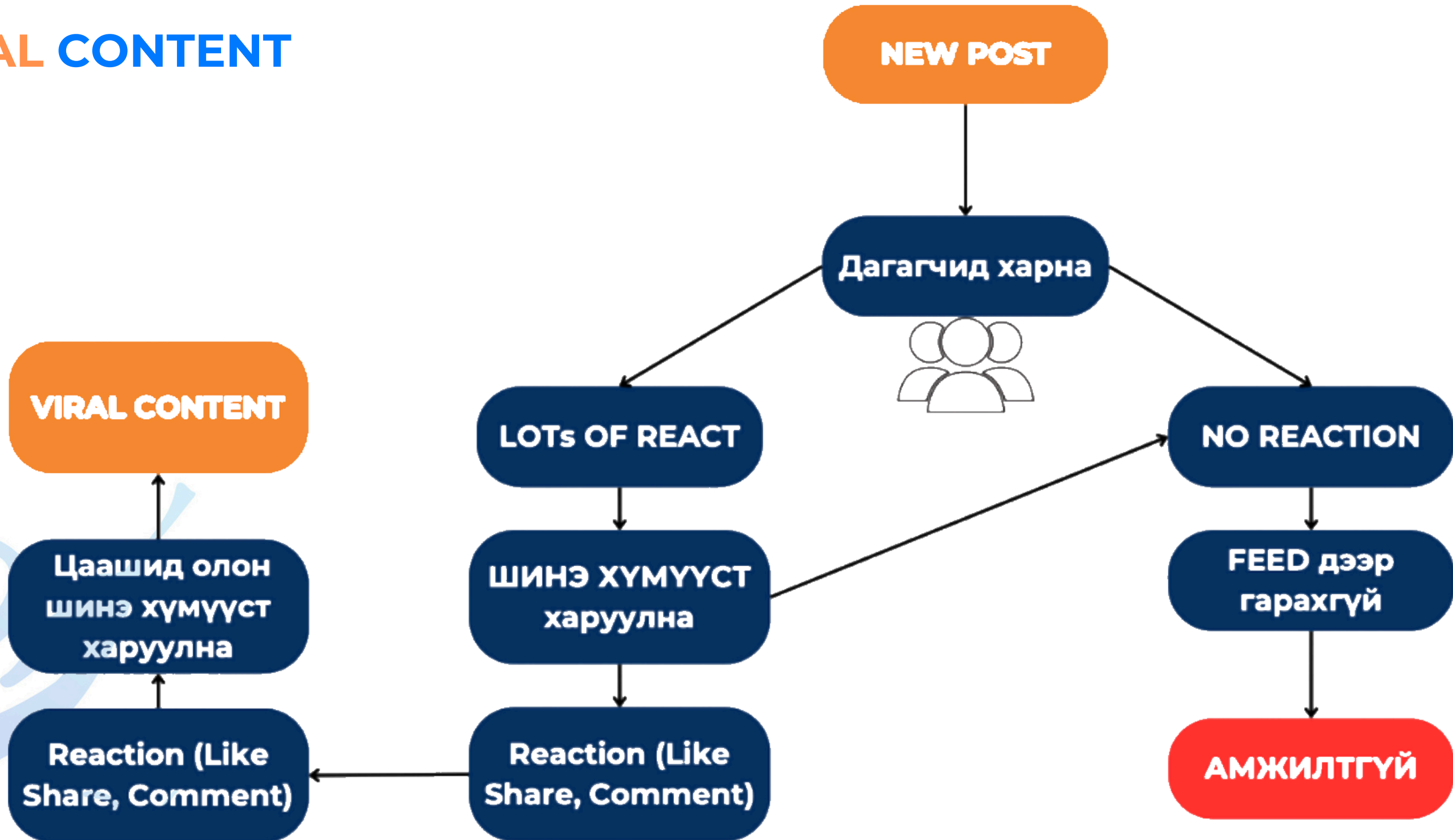
Бодлогын зөрчилтэй контент олон хүнд хүрэхгүй

Өгөөш

05

Хэрэв Instagram таны постыг оролцоог нэмэгдүүлэх арга хэрэглэсэн байна гэж үзэх юм бол бас л олон хүнд хүрэхгүй. Жишээ нь коммент бичихийг хүсэх, таг хий гэх мэт агуулгатай бол хүнд хүрэх магадлал багасна.

VIRAL CONTENT



- 

ЗОРИЛТОТ ХЭРЭГЛЭГЧ РҮҮ ЧИГЛҮҮЛ
- 

PER POST ENGAGEMENT 0.3 БҮҮ хүргэ !
- 

CREATIVE LIMITED Болсон бол СОЛЬ !
- 

Урт хугацаанд ихээр ч биш хэт багаар ч биш бүүст хий
- 

ADS MANAGER Ашиглаарай

\$0.03	Per post engagement
\$0.001	Per post engagement
\$0.001	Per post engagement
\$0.002	Per post engagement
\$0.01	Per post engagement
\$0.002	Per post engagement
\$0.0005	Per post engagement

- Creative limited
- Active
- Creative limited
- Creative limited
- Creative limited
- Active

Гол нь БРЭНДИНГ ЧУХАЛ...



1

Зохиолоо бэлд, бэлтгэл ажил чухал

2

Орчны гэрлийг ашигла, Golden Hour чухал

3

Нэмэлт хэрэглэгдэхүүн ашигла (Gimbal, Light, Microphone)

4

Хялбар эдит хийх хэрэгсэл ашиглах

5

Түгээлтийн суваг, Үр дүнгээ хэмж

АНХААРАЛ ХАНДУУЛСАНД БАЯРЛАГЛАА

