MICG
MARKETING & INVESTMENT CONSULTING GROUP

MARKETING & INVESTMENT CONSULTING GROUP

2020

www.micg.mn

КОМПАНИЙН ТУХАЙ

2009 онд байгуулагдсан цагаасаа хөрөнгө оруулалтын төсөл боловсруулах, бизнесийн судалгаа хийх чиглэлд тусгайлан анхаарч ажилдаг компани юм.

ТУРШЛАГА

Бид 10 гаруй жилийн туршлагад үндэслэн Монголын бизнесийн зөвлөх үйлчилгээний салбарт шинэ технологи, шилдэг шийдэл санал болгон ажиллаж байна.

МЭРГЭШСЭН ЗӨВЛӨХ

Манай компани харилцагчдын сэтгэл ханамжийн өндөр байлгаж, урт хугацааны тогтвортой харилцааг бий болгосоор байна. Бид бол мэргэшсэн бизнесийн зөвлөхүүд юм.

ЭРХЭМ ЗОРИЛГО

Байгууллагын шинэ үеийн төлөө олон улсын түвшинд хүрсэн, бодит маркетингийн судалгаа, сургалт, бизнесийн зөвлөх үйлчилгээг үзүүлнэ.

МЭДЭЭЛЭЛ ЦУГЛУУЛАХ ЧАДВАР

Судалгааны анхдагч мэдээллийг чанартай, өндөр хяналттай цуглуулдаг

БИЗНЕСИЙН ӨНДӨР ТҮВШНИЙ ЗӨВЛӨХҮҮД

Эдийн засаг, социологи, бизнесийн удирдлагаар мэргэшсэн зөвлөхтэй

ХУРИМТЛУУЛСАН ТУРШЛАГА, АРГА ЗҮЙН ЧАДВАР

Эдийн засаг, бизнесийн 10 гаруй жилийн туршлагатай хамт олон

МАРКЕТИНГ, ХӨРӨНГӨ ОРУУЛАЛТЫН ЗӨВЛӨХ КОМПАНИ

Бид худалдаа үйлдвэрлэл, бизнес хөгжүүлэлтийн салбарт судалгааны болон процессын шинжтэй туршлагатай бөгөөд бизнес эрхлэгчдэд нарийвчилсан зөвлөгөөг өгч чаддагт компанийн үйлчилгээний үнэ цэнэ оршдог.

Захиалагчийн хэрэгцээ шаардлагыг нарийн тодорхойлж, гол асуудалд төвлөрдөг.

Бизнесийн асуудлыг бодитоор шийдвэрлэж чадахуйц зөвлөмж боловсруулж, юу хийх ёстойг хэлж өгөх болно.

Менежментийг туршлагатай учир судалгааг үр нөлөө, ихтэй байдлаар харж чаддаг.

ТҮҮХЭН ЗАМНАЛ

2009
Компани үүсгэн байгуулагдаж Бүх төрлийн судалгаа, Төсөл, төлөвлөгөө боловсруулж эхэлсэн.

2012
“Монгол судлаач” эрдэм шинжилгээний хурлыг зохион байгуулав.

2014
Голландын PUM төсөлд хамрагдаж олон улсын мэргэжлийн зөвлөхтэй болсон.

2019
BIG DATA analysis буюу их өгөгдөлд шинжилгээ хийх, цуглуулах, боловсруулах хийх зөвлөх үйлчилгээ нэвтрүүлэв.

СУДАЛГААНЫ ҮНЭ ЦЭНЭ

Судалгаа хийснээр дараах 4 үнэ цэнийг бий болгоно.

СУДАЛГААНЫ ҮНЭН БОДИТ БАЙДЛЫН ҮНЭ ЦЭНЭ

Зөв мэдээлэл хангалттай цуглуулах, нягт нямбай дүгнэлт хийх, мэргэшсэн байдал зэрэг нь ажлын чанарыг нэмэгдүүлдэг.

ТУРШЛАГЫН ҮНЭ ЦЭНЭ

Аливаа судалгааг хийхэд түүнийг зөв ойлгох, хэрхэн судалгаагаа хийхээ мэддэг байх нь давуу тал болдог бөгөөд хугацаа, зардал хэмнэх, нарийн уялдаа холбоотой үр дүн гарах давуу талтай.

САНХҮҮГИЙН ҮНЭ ЦЭНЭ

Зөв зохион байгуулагдсан судалгаа төслийн ажил нь хөрөнгө оруулагч болон бусад талуудыг эрсдэлээс сэргийлж оновчтой ажиллах боломжийг олгодог.

ЭРСДЭЛИЙГ БУУРУУЛНА

Бизнесийн оновчлолыг нэмэгдүүлж, эрсдлийг бууруулна.

ҮЙЛЧИЛГЭЭ

Мэргэжлийн судалгаа, зөвлөх үйлчилгээний "Эм Ай Си Жи" ХХК нь дараах үндсэн бүтээгдэхүүн үйлчилгээг үзүүлж байна.

БИЗНЕСИЙН СУДАЛГАА

Хэрэгцээ шаардлагад нь нийцүүлсэн тусгайлсан судалгаа

ТӨСӨЛ, ТӨЛӨВЛӨГӨӨ БОЛОВСРУУЛАХ

Бизнес төлөвлөгөө, Стратеги төлөвлөгөө, Хөрөнгө оруулалтын төсөл (ТЭЗҮ)

НИЙГЭМ, УЛС ТӨРИЙН СУДАЛГАА

Олон нийтийн санаа бодол
Рейтингийн судалгаа

СУРГАЛТ, ЗӨВЛӨХ ҮЙЛЧИЛГЭЭ

Бизнес төсөл боловсруулах
Судалгаан аргазүй

ЗАХ ЗЭЭЛИЙН СУДАЛГАА

Та хэрэглэгчийн худалдан авах зан төлөв, тухайн бараа, бүтээгдэхүүнд хэдэн төгрөг төлөх сонирхолтой байхаа хамаарахгүйгээр зах зээлийн судалгаа хамгийн эхэнд хэрэгтэй болно.
Танд ямар төрлийн зах зээлийн судалгаа хэрэгцээтэй байгааг мэдэхийн тулд, судалгааны төрөл тус бүрийн зорилго, хэзээ хэрэглэх талаар товч мэдээлэл хүргэж байна. "Зах зээлийн судалгаа" гэдэг нь тоон мэдээлэл цуглуулах гэсэн үг биш цугласан мэдээлэлд шинжилгээ үйл явц болон аргачлал юм. Зах зээлийн судалгаа хийх үйл явцад дараах аргачлалууд багтана. Үүнд:

- Зах зээлийн сегментчлэл (Market segmentation)
- Бүтээгдэхүүний туршилт (Product testing)
- Зар сурталчилгааны туршилт (Advertising testing)
- Сэтгэл ханамж болон үнэнч байдлын гол хөдөлгөгч хүчин зүйлсийн анализ (Key driver analysis for satisfaction and loyalty)
- Хэрэглэхэд тохиромжтой байдлын туршилт (usability testing)
- Танигдсан байдал болон хэрэглээний судалгаа (awareness and usage research)
- Үнийн судалгаа (pricing research) зэрэг судалгаа багтана

ЗАХ ЗЭЭЛИЙН СЕГМЕНТЧЛЭЛ (MARKET SEGMENTATION)

Зах зээлийг хэсэгчлэх буюу сегментчилэн хуваахад бид ерөнхийдөө хэрэгцээ, үнэт зүйлс, хандлага, зан чанар болон хүн ам зүй дээр тулгуурлан судалгааны асуулгыг боловсруулдаг. B2B буюу бизнесээс бизнест үйл ажиллагаа явуулж буй компани байгууллагын хэмжээ, орлого, бүтээгдэхүүний категори зэрэг тухайн салбарт хамааралтай асуулгыг фирмографик (байгууллага зүй, жишээ нь хүн ам зүй гэдэгтэй ижил)-н судалгаа хийх шаардлага гардаг.
Маркетингийн үйл ажиллагаа нь бүх бизнес болон хэрэглэгчдэд хүрч, харилцах боломжгүй байдаг. Иймд зах зээлийн сегментчлэлийн нэг чухал зорилго бол илүү үр дүнтэй, хүртээмжтэй маркетинг хийх боломжийг бий болгох юм.

БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ТУРШИЛТ (PRODUCT TESTING)

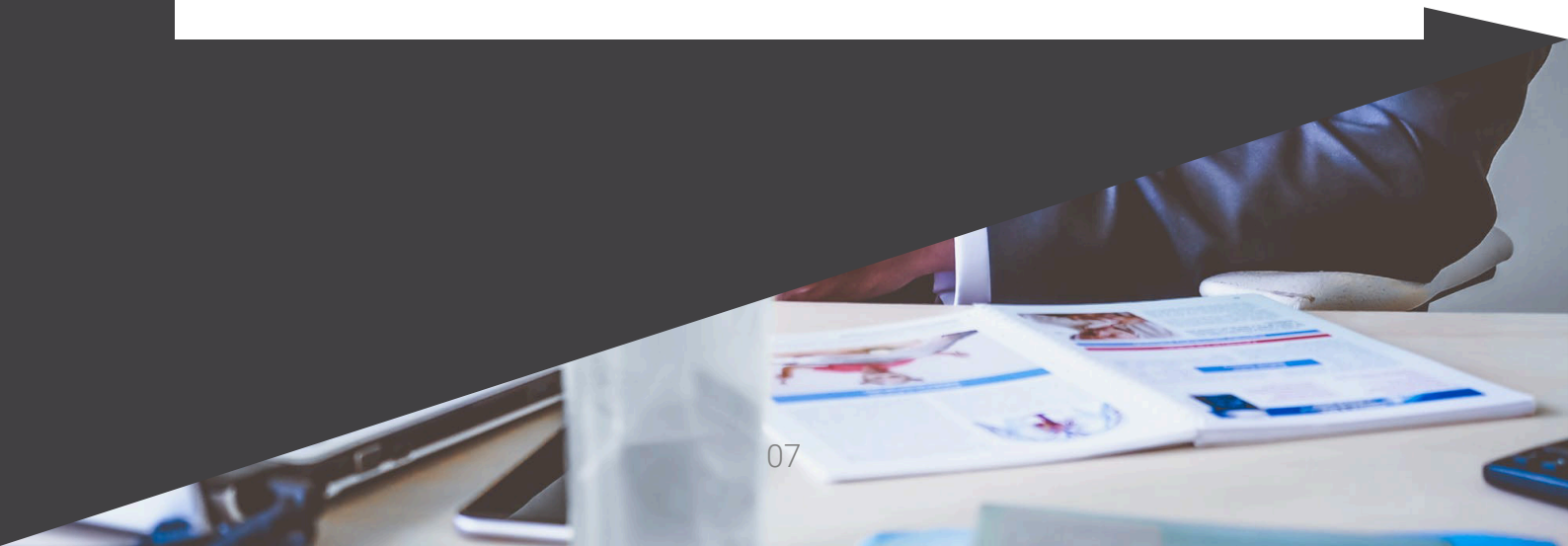
Бүтээгдэхүүн үйлчлүүлэгчийн хэрэгцээнд нийцэх эсэхийг илүү тодорхой ойлгон ухаарах нь бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт болон маркетингийн үйл ажиллагаанд аль алинд чухал. Энэхүү туршилтын судалгаагаар бүтээгдэхүүний насжилтыг туршин тодорхойлох боломжтой байдаг. Судалгааны эцсийн үр дүнд бүтээгдэхүүнийг зах зээлд гарахын өмнө "Зах зээлд нэвтрэх" эсэх шийдвэр гаргахад шаардлагатай мэдээллийг цуглуулж чадна. Ингэснээр цаг хугацаа, хөрөнгөө хэмнэдэг.

Бүтээгдэхүүн туршилт судалгааг хийснээр тодорхойлох зүйлс:

- Хэрэглэгчдийн шинэ бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг сонгох байдлыг харгалзан амьдрах чадварыг тодорхойлох
- Өрсөлдөгч буюу бусад ижил төрлийн бүтээгдэхүүн үйлчилгээнээс ирж болох боломжит аюул тодорхойлох. Өрсөлдөх давуу талаа бий болгох
- Хамгийн өндөр орлоготой боломжит бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг тодорхойлох
- Бүтээгдэхүүнийг зах зээлд нэвтрүүлэхээс өмнө (эсвэл дахин нэвтрүүлж буй тохиолдолд) хамгийн эхэнд хийгдэх шаардлагатай хөгжүүлэлтийг гаргах
- Зорилтот хэрэглэгчдэд бүтээгдэхүүний аль онцлог хамгийн чухал болохыг илрүүлэх.
- Бүтээгдэхүүн үйлчилгээний талаарх ойлголтыг өөрчлөх эсвэл нэмэгдүүлэх зорилгоор зах зээлд гаргах маркетингийн санааг гаргах.

ЗАР СУРТАЛЧИЛГААНЫ ТУРШИЛТ (ADVERTISING TESTING)

Бүтээгдэхүүний туршилттай нэгэн адил зар сурталчилгааны компанит ажлын туршилт нь таны үнэ цэнтэй цагийг болоод мөнгийг хэмнэнэ. Боломжит компанит ажлыг хэрэглэгчдэдээ шууд хүргэх болон тэдний хариу үйлдлийг мэдсэнээр үр дүнтэй сурталчилгаа бүтээхэд анхаарлаа төвлөрүүлэх боломжтой болно.



СЭТГЭЛ ХАНАМЖ БОЛОН ҮНЭНЧ БАЙДЛЫН АНАЛИЗ (SATISFACTION AND LOYALTY ANALYSIS)

Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжийг тогтмол анхаарч, судалж байх нь үйлчлүүлэгчдээ хадгалж үлдэх, нэмэгдүүлэх хамгийн сайн арга юм. Энэхүү судалгааны аргачлалаар хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж, бүтээгдэхүүн үйлчилгээг цаашид хэрэглэх магадлал болон гол хөдөлгөгч хүчин зүйлсийг тодорхойлдог.

Сэтгэл ханамж болон үнэнч байдлын анализыг хийснээр тодорхойлох зүйлс:

- Ямар хүчин зүйлс үнэнч байдал, бусдад санал болгох байдал, давтан худалдан авалт, бүтээгдэхүүн онцлог, компанийн үйл ажиллагаа, хэрэглэгчийн үйлчилгээ болон үнэ зэрэгт нөлөөлдөг болохыг тодорхойлох.
- Тогтмол хугацаанд хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж, бусдад санал болгох байдал, болон алдаа дутагдлыг хянаж байх.
- Харилцагчаа алдахад хүргэж болзошгүй бүтээгдэхүүний дутагдал, харилцагчийн үйлчилгээ болон процессын талаар урьдчилсан сэрэмжлүүлгийг өгч байх.
- Өөрчлөгдөж буй хэрэгцээг хангахын тулд сайжруулах шаардлагатай бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний асуудлыг тодорхойлох.

БРЭНДИЙН ТАНИГДСАН БАЙДАЛ БА ТҮҮНИЙ ХАМРАХ ХҮРЭЭ (BRAND AWARENESS AND REACH)

Сайн боловсруулсан аргачлалын дагуу брэндийн мэдлэг ойлголтын талаар судалгааг хийснээр маркетингийн компанит ажлын үр дүнгийн талаар хэмжилт хийх боломжтой болно. Брэндийн мэдлэг ойлголтын судалгаа танд дараах зүйлсийг хэмжихэд туслах болно.

Брэндийг эргэн санах (brand recall): Хэрэглэгч танай брэндийг зөнгөөрөө санадаг уу?
Брэндийн танигдсан байдал (brand awareness): Олон брэндүүдээс хэрэглэгч танай брэндийг ялган сонгож чадах уу?
Брэндийн ялгарал (brand identity): Брэндийн ялгарлыг маркетингийн баг бий болгодог. Энэхүү үзүүлэлт нь бүтээгдэхүүнийг амжилттай байгаа эсэхийг тодорхойлоход чухал байдаг.
Брэнд имиж (brand image): Брэндийн таних тэмдэг гэдэг бол брэнд өөрөө бол брэнд имиж нь дангаараа хэрэглэгчийн ойлголт дээр суурилдаг. Энэ хоёрын ялгааг хянах нь танай маркетингийн компанит ажил болон үйл ажиллагааны зөрүүг харуулна.
Брэндэд итгэх түвшин (brand trust): Мэдээллийн эрин зуунд, та брэндийн итгэх түвшнийг харуулах бүртгэл хөтлөх нь чухал юм. Таны брэнд итгэл даахуйц харагдахгүй бол та хэрэглэгчээ тогтоон барих тал дээр хүндхэн асуудалтай тулгарах болно.
Брэндэд үнэнч байдал (brand loyalty): Үнэнч хэрэглэгчид нь брэндийн талаар эерэг мэдээллийг бусдад түгээж байдаг. Иймд үнэнч байдлын түвшнийг тодорхойлж, өөрчлөлт ямар давтамжтай явагдаж байгааг судлах хэрэгтэй.
Хэрэглэгчийн хүн ам зүйн хүчин зүйлс (customer profile): Суурь хэрэглэгчийн нас, хүйс, орлого, амьдралын орчин өөрчлөгдөх нь бүтээгдэхүүн болон маркетингийн бодлогыг шинэчлэхэд хүргэж болно.

ҮНИЙН СУДАЛГАА
(PRICING RESEARCH)

Хэрэгчдээс өвөрмөц, онцлогтой бүтээгдэхүүнийг худалдан авах боломжтой үнийн сонголтыг гаргаж энэхүү судалгаа хийдэг. Улмаар нэгдсэн анализ (conjoint analysis) боловсруулагддаг. Энэхүү судалгаа нь танд аль онцлог шинж чанар танай хэрэглэгчдэд хамгийн үнэ цэнийг бий болгож, юунд мөнгө төлөхөд бэлэн байгааг тодорхойлоход тусална.
Өрсөлдөгчийн үнийн бодлогын талаар үндсэн судалгааг нэгтгэснээр, эдгээр судалгаанууд нь танай бүтээгдэхүүн үйлчилгээний үнийн бодлогод чухал нөлөө үзүүлэх боломжтой.

ХАМТЫН АЖИЛЛАГАА

ИДЭВХТЭЙ ҮЙЛ АЖИЛЛАГАА ЯВУУЛЖ БУЙ САЛБАРУУД

25 **БАНК САНХҮҮГИЙН ЗАХ ЗЭЭЛ**
Банкны харилцагчийн зан төлөвийн судалгаа, хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж

33 **ҮҮРЭН ТЕЛЕФОН**
Үүрэн телефон хэрэглэгчийн сегментчлэлд гарч буй өөрчлөлтийн судалгаа

43 **ХУДАЛДАА, ҮЙЛДВЭРЛЭЛ**
Гоо сайхны бүтээгдэхүүн зах зээлд нэвтрүүлэх судалгаа, шийдэл
Уурхайн борлуулалтад үнийн хэлбэлзэл таамаглаж ашиглах судалгаа

60 **БАРИЛГА, ОРОН СУУЦ, БАРИЛГЫН МАТЕРИАЛ**
Оффисын эрэлт хэрэгцээний өөрчлөлтийн судалгаа
Орон сууц сонгоход нөлөөлж буй хэрэглэгчийн зан төлөвийг борлуулалтад ашиглах судалгаа
Барилгын материалын зах зээл: Цемент, арматур, бетон, будаг, эмульс

47 **БУСАД**
Уламжлалт анагаах эмчилгээний багтаамж нарийвчилж тодорхойлох судалгаа

ХАРИЛЦАГЧИД

ХҮНС, ХӨДӨӨ АЖ АХУЙ, ХӨНГӨН ҮЙЛДВЭРИЙН ЯАМ

MobiCom

SKYtel

НОМИН ХОЛДИНГ

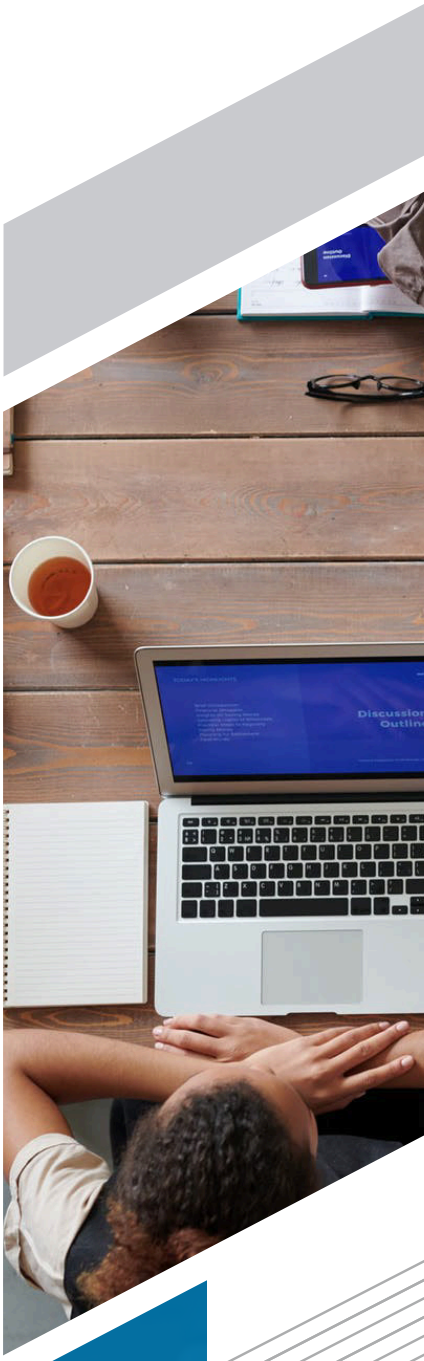
ХАСБАНК

DRAGON HOLDING

ГОЛОМТ БАНК
Сайн сайхныг санхүүжүүлнэ

CHF International

+50 байгууллагууд



ХАМТРАН АЖИЛЛАДАГ ТҮНШ БАЙГУУЛЛАГУУД

- ТАЙВАНЫ ШИНЖЛЭХ УХААНЫ ТЕХНОЛОГИЙН ИХ СУРГУУЛЬ STUST
- МОНГОЛЫН ҮНДЭСНИЙ ХУДАЛДАА АЖ ҮЙЛДВЭРИЙН ТАНХИМ
- БАРИЛГЫН ТӨСӨВЧДИЙН ХОЛБОО
- ГЕРМАНЫ АХМАД ЭКСПЕРТҮҮДИЙН СҮЛЖЭЭ
- МОНГОЛЫН БИЗНЕСИЙН ЗӨВЛӨЛ
- САНХҮҮ ЭДИЙН ЗАСГИЙН ИХ СУРГУУЛЬ

ХЭРХЭН ХАМТРАН АЖИЛЛАХ ВЭ?

СУДАЛГААНЫ ТӨСӨЛ БОЛОВСРУУЛАХ
Захиалагч талаас бүхий л шаардлагатай мэдээллийг авч судалгааны удирдамж боловсруулах (Талууд ажлаа ойлголцож хүрээг зөв тодорхойлох)

АЖИЛ ГҮЙЦЭТГЭХ ГЭРЭЭ БАЙГУУЛАХ
Ажил гүйцэтгэх гэрээнд талууд саналаа тусгах, гэрээ байгуулж ажлаа эхлүүлэх

СУДАЛГАА ХИЙХ ҮЙЛ ЯВЦ
Гэрээний дагуу хийгдэж буй ажлаа үе шаттай танилцуулах

ТАЙЛАН ХҮЛЭЭЛГЭЖ ӨГӨХ
Ажлаа бүрэн гүйцэтгэж судалгааны тайланг хүлээлгэж өгөх, зөвлөгөө өгөх

MICG
MARKETING & INVESTMENT CONSULTING GROUP

+976 91111511, +976 99058841
sales@micg.mn
www.micg.mn
Монгол улс, Улаанбаатар хот, Хан-Уул дүүрэг,
3-р хороо, Чингэсийн өргөн чөлөө, 1702 тоот

facebook.com/MICGmn
twitter.com/MICGmn
youtube.com/MICGmn