

Focar em um nicho de mercado pode te fazer vender mais. Entenda porquê!

Vamos começar este texto com uma pergunta: você prefere ser só mais um peixe em um aquário com outros iguais a você, ou prefere ser o único da sua espécie?

O que queremos dizer com essa analogia é que, na maioria das vezes, a melhor maneira de se destacar no mercado é escolhendo um [nicho de mercado](#) para trabalhar, ao invés de disputar espaço com grandes empresas que oferecem o mesmo tipo de serviço que você.

Pensando nisso, no post de hoje, vamos mostrar o que é um nicho de mercado e porque você deve trabalhar com essa estratégia para alavancar seus negócios!

Você verá:

- O que é um nicho de mercado?
- Quais são as vantagens de escolher um nicho?
- Como escolher seu nicho de mercado?
- Quais ferramentas ajudam a encontrar seu nicho?
- Por que é importante ter um nicho para seu negócio?

No final deste post, esperamos que você consiga começar a aplicar estratégia de nichos de mercado em seu negócio. Vamos lá?

O que é um nicho de mercado?

O nicho é como se fosse um recorte de uma área de atuação maior com a qual você deseja trabalhar. Ele pode ser genérico, como flores, ou específico, como flores artesanais de plástico.

É de acordo com sua escolha de nicho de mercado que você conseguirá pensar em estratégias para captar a atenção de seus clientes em potencial. Afinal, quando você define seu nicho, é possível determinar a [persona](#) certa para seu produto.

É claro que você pode escolher áreas de atuação mais abrangentes. Porém, quando você foca em um [micro nicho](#) (que é uma especificidade dentro de um nicho maior), você consegue atender demandas negligenciadas em um segmento macro, além de criar estratégias muito mais assertivas.

Agora que você já sabe o conceito de nicho, vamos apresentar algumas vantagens que você terá ao escolher trabalhar com essa estratégia.

Quais são as vantagens de escolher um nicho?

Tornar-se relevante em um nicho, às vezes, é mais fácil do que disputar um mercado mais amplo, principalmente se seu negócio está no início. Entre as vantagens estão:

Menor concorrência

Uma das principais vantagens de trabalhar em um mercado segmentado é a ausência de grandes concorrentes, já que nichos específicos são menos explorados. Se você é dono de uma editora de livros, terá mais facilidade em se tornar um líder de vendas se optar por um tipo específico de literatura, como literatura sobre marketing.

Público mais qualificado para sua oferta

As pessoas que acharem seu site também estarão mais qualificadas para comprar seu produto, pois buscaram por um termo semelhante no Google. O usuário que buscou literatura técnica sobre marketing, geralmente, está entre as fases de consideração e conversão de seu funil de vendas, porque já reconheceram que têm um problema. Então, é bem mais provável que essas pessoas realmente comprem o que você tem a oferecer,

do que se fosse um usuário buscando apenas por literatura em geral.

Pionerismo

Muitas pessoas têm receio de começar a empreender em certos nichos por acharem que eles estão saturados. Porém, mesmo que você pense em um nicho maior, quando você consegue segmentá-lo, você também tem a chance de identificar demandas do público que não estão sendo atendidas pelas grandes marcas.

Vamos te dar um exemplo:

Pense no mercado de produtos veganos. Há dez anos, existiam poucos restaurantes com opções voltadas para esse público, e hoje em dia, existem indústrias especializadas na criação desses alimentos.

A grande área de atuação nesse exemplo é a alimentícia, que pode parecer uma área saturada. Porém, houve uma [inovação nesse nicho saturado](#) e, agora, o mercado de produtos veganos está em alta.

Com a ajuda da internet é ainda mais fácil descobrir as necessidades do seu público-alvo. Basta fazer uma visita nas redes sociais de seus concorrentes e ver quais são as reclamações recorrentes dos consumidores. Essa pode ser uma excelente ideia de nicho para explorar.

Como escolher seu nicho de mercado?

Agora que você viu as vantagens de trabalhar com um nicho de mercado, você deve estar ansioso para encontrar um que seja procurado e, conseqüentemente, lucrativo.

Para encontrar a melhor opção, você precisará fazer uma pesquisa nos principais motores de busca e em ferramentas como o Google Trends e o [Google Alerts](#). Durante essa pesquisa, você pode encontrar tanto nichos que já são muito explorados, e podem até mesmo estar saturados, como nichos relativamente novos, sobre os quais não há muita informação disponível.

Para um nicho ser considerado promissor, ele precisa:

Resolver uma dor

O produto ou solução que você quer oferecer soluciona um problema? Se a resposta for positiva, as pessoas não ligarão de pagar por ele.

Realizar um desejo antigo de sua audiência

As pessoas compram produtos por diferentes motivos, entre eles, [se sentir bem consigo mesmas](#). O nicho de produtos para emagrecimento, por exemplo, atende uma demanda bem específica, que é de conquistar o corpo perfeito.

Essas duas dicas são as principais para que você tenha certeza de que seu nicho é promisso. Porém, há outras informações que podem te ajudar a escolher o nicho de mercado certo para você, e é sobre elas que vamos falar a seguir.

Escolha um tema que você domina

Algo que você deve levar em consideração para escolher seu nicho é se você conseguirá agregar valor à vida de seus clientes com aquele produto ou serviço que está oferecendo.

Você não precisa ter um curso superior para ensinar sobre determinado assunto, desde que tenha alguma experiência relevante para compartilhar com as pessoas.

Para encontrar esse nicho, você pode fazer listas de temas que gosta e, mais tarde, reduzir essa lista para tarefas que você realmente sabe desempenhar bem.

Analise se é um nicho rentável

Com suas opções em mãos, é preciso avaliar quais são as possibilidades de gerar renda a partir daquelas atividades, afinal, você não quer trabalhar muito para não ter nenhum [retorno financeiro](#), certo?

Uma forma de fazer isso é pesquisar [palavras-chave](#) relacionadas a seu nicho e avaliar os primeiros lugares da busca. Se existirem muitos anúncios para esse tipo de produto ou serviço, há grandes chances de se tratar de um segmento

lucrativo.

Conheça sua concorrência

Aproveite que você já está no site de seus concorrentes e analise como eles lidam com os próprios clientes. Veja o que eles estão fazendo e pense em formas diferentes de abordar o mesmo problema, e entregar mais valor para sua audiência.

É sempre bom lembrar que avaliar sua [concorrência](#) não quer dizer copiar o que eles estão fazendo, pois o intuito de escolher um nicho é exatamente se diferenciar dos demais.

Quais ferramentas ajudam a encontrar seu nicho?

Para achar nichos de mercado, você precisa subdividir sua área de atuação principal. Veja no exemplo abaixo.

Beleza > Cosméticos > Maquiagem > Maquiagem para a pele negra.

A pesquisa em um nicho mais amplo renderá ideias de segmentos menores, e dentro dessas particularidades de cada área geral, você encontrará micro nichos pouco explorados, e assim, sucessivamente.

Algumas ferramentas podem te ajudar a encontrar esses recortes. Vamos falar um pouco mais delas agora.

Barra de pesquisa do Google

Você já reparou que, quando começa a digitar uma palavra na barra de pesquisa do Google, a própria ferramenta completa sua frase?

No caso de maquiagem, como você pode ver, aparecem as opções: maquiagem para festa, maquiagem passo a passo, maquiagem para casamento.

Essas sugestões são baseadas em buscas reais feitas por outros usuários.

Ou seja, você pode usar o Google para descobrir uma opção de nicho de mercado. Mas para que esse método funcione, você precisa abrir uma guia anônima no seu computador. Caso

contrário, o Google vai reconhecer seus padrões de busca e te dará opções baseadas em suas buscas, e não em interesses de outras pessoas.

Google Keyword Planner

Se você tem uma conta no Google Adwords, pode utilizar o Google Keyword Planner para encontrar sugestões de outras palavras-chave, baseado no termo pesquisado por você. A ferramenta também te entrega o volume de buscas mensais dessa palavra, o que é muito útil para identificar se aquele nicho tem demanda.

Ubersuggest

O Ubersuggest é uma ferramenta na qual você digita um termo genérico e a plataforma sugere várias palavras-chave específicas, relacionadas ao termo pesquisado, a partir de consultas reais feitas pelos usuários no Google. Além das palavras-chave, você recebe informações sobre o volume de buscas, custo por clique e concorrência de cada um, no caso do tráfego pago.

Por que é importante ter um nicho para seu negócio?

De forma simples e direta, ter um nicho é fundamental para não desperdiçar tempo e recursos tentando atingir um [público que não tem interesse pelo tipo de produto ou serviço que você quer oferecer](#).

Essa escolha influenciará todo seu negócio, desde a criação de seu produto até a forma como você o disponibilizará.

Além disso, como dissemos no início deste post, ter um nicho de mercado bem definido te ajuda a fazer escolhas mais assertivas para cada estratégia de vendas e marketing que você fizer. Isso significa que seu nicho te ajudará a controlar com bastante sabedoria seus gastos em seu negócio.

Independentemente do nicho de mercado que você escolher, seja

ele específico ou não, saiba que é possível trabalhar para que você consiga se destacar entre seus concorrentes.

E se você ainda não escolheu em qual área atuará e quer algumas ideias, leia também nosso post com [23 ideias simples para trabalhar em casa](#).

Guest post produzido pela equipe da Hotmart.