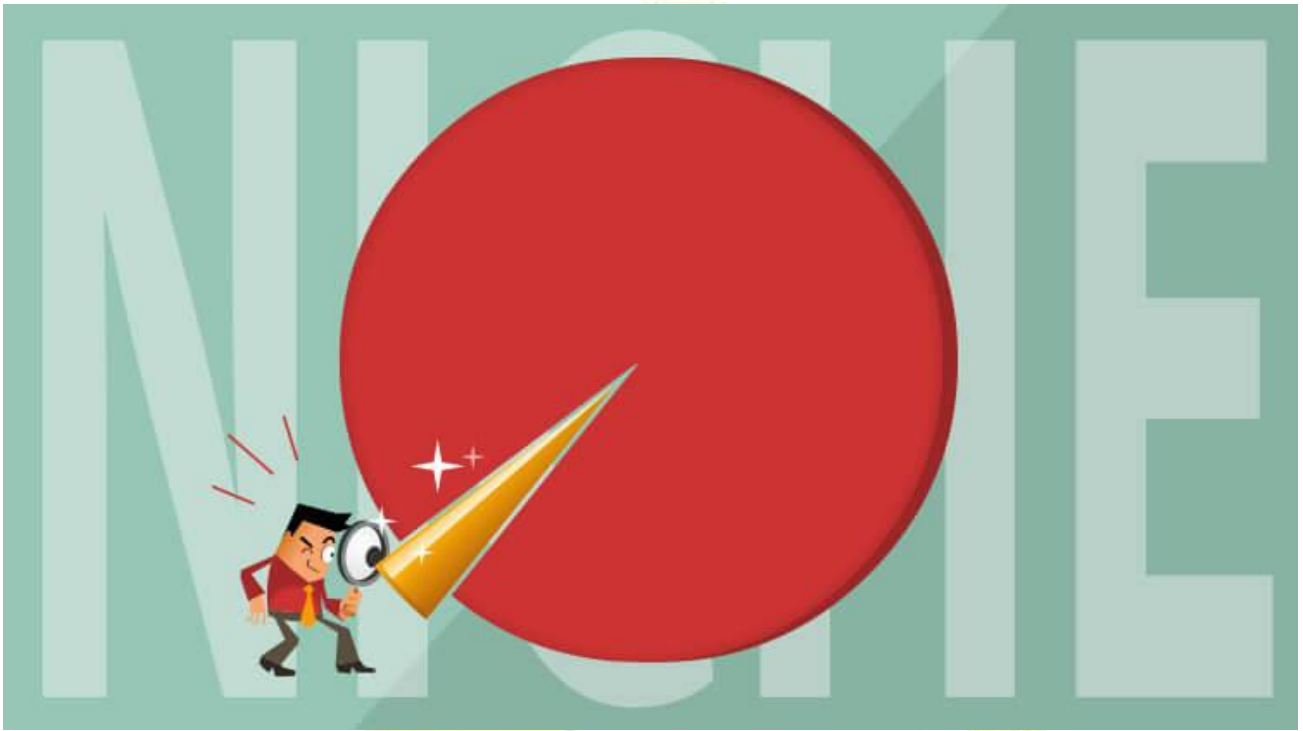




آژانس خلاقیت و تبلیغات فاتح

## نیچ مارکت



آژانس خلاقیت و تبلیغات فاتح نیچ مارکت و اهمیت آن برای کسب و کار را در ادامه توضیح می دهد.

با یک مثال ساده برای فهم راحت شروع میکنیم.

فرض کنید که شما به تازگی سایت کسب و کار خود را طراحی کرده و تصمیم گرفته اید، به دنیای فروش آنلاین محصولات الکترونیکی وارد شوید. قصد شما فروش موبایل به صورت آنلاین است، اما از همان اول و با جستجوی عبارتهای کلیدی مربوط به این محصول در گوگل مانند: خرید موبایل، خرید گوشی، موبایل LG و ..

با رقبای بسیار بزرگی مثل دیجی کالا و دیجی آنلاین روبرو می شوید. چگونه می خواهید با این سایت های قدرتمند، که هر کدام ماهانه میلیون ها تومان برای بازاریابی برند و محصولات خود هزینه می کنند، رقابت کنید؟ و اصلا چگونه در میان آنها از بازار فروش محصولات الکترونیکی و موبایل سود مالی به دست آورید؟ جواب این است: نیچ مارکت یا بازاریابی گوشه ای!

### نیچ مارکت چیست؟

یکی از انواع مارکت، نیچ مارکت است که بخش کوچکی از یک بازار بزرگتر با نیازها، ترجیحات و هویت خاص خود است و به نوعی با بازار بزرگتر متفاوت است.

نیچ مارکت یک استراتژی بسیار کارآمد برای کسب و کارهای کوچکی است که می خواهند با هزینه کم، محصول یا خدماتشان را به بخش خاصی از بازار معرفی کرده، و به فروش برسانند. خیلی ها و به ویژه استارتاپ ها به نیچ مارکت (یا نیش مارکت) تنها بعنوان راهبردی برای ورود به بازار، معرفی محصول به مشتری و دریافت بازخورد نگاه می کنند؛ در حالی که سازمان های بزرگ از این استراتژی حتی در صورت داشتن درآمد بالا، برای افزایش حاشیه سود استفاده می کنند.

در ادامه با مزایای نیچ مارکت آشنا می شویم.

- رقابت را کاهش می دهد

کسب و کارهای های کوچک ممکن است شناخت کافی از یک نیچ مارکت بخصوص را نداشته باشند، و کسب و کارهای بزرگ شاید نخواهند توجه خود را به سمت این بازار جلب کنند. لازم است بدانید که هر دو مورد گفته شده ممکن است شرایط همیشگی نباشند؛ زمانی که یک کسب و کار بتواند یک نیچ (Niche) سودآور را شناسایی و برپا کند، دیگران به سرعت وارد این حوزه می شوند.

- شناخت مخاطب ساده تر و حرفه ای تر انجام می شود

یکی از مزایای طلایی نیچ مارکت شناخت ساده تر مخاطب است. شناخت مخاطب، پیش نیاز موفقیت در هر کسب و کار است. تا ندانید، مخاطبان شما دقیقا چه افرادی با چه ویژگی های مشترکی هستند چگونه می خواهید به نیاز آن ها برسید و کسب درآمد کنید؟ شناخت بازار هدف، زمان نسبتا زیادی می گیرید. به این ترتیب، هر چه تعداد آن کمتر باشد، کارتان سریع تر پیش می رود.

[اگر برای شناخت بازار هدف کسب و کار خود، نیاز به راهنمایی دارید مقاله ما را در این خصوص مطالعه کنید.](#)

- متمرکز کردن فعالیت های کسب و کار

هدفگیری گروه مخاطبان باریک تر به کسب و کارها این اجازه را می دهد تا فعالیت های خود را صرف خدمات رسانی به نیازهای بخصوص مشتریان خود کنند.

- ارائه تخصص و برند شدن

ورود تخصصی به یک زمینه کاری، باعث می شود تا شما در بین مخاطبان آن حوزه سریعآ شناسایی شده و تبدیل به یک برند شوید.

- به سرمایه کمی نیاز دارید

نفوذ در یک بازار بزرگ بی شک کار آسانی نیست و به سرمایه و انرژی زیادی نیاز دارد. اما اگر توجه خود را تنها روی گوشه کوچکی از بازار معطوف کنید، قطعآ با سرمایه کمتر هم می توانید کسب و کارتان را راه اندازی کنید و از آن کسب درآمد کنید. مانند تعداد زیادی از کسب و کارهایی را که می بینیم با سرمایه خیلی کم از صفر شروع کرده و به جایگاه و درآمد خوبی هم رسیده اند.

- در صورت داشتن سایت یا فروشگاه اینترنتی؛ سئوی سایت آسان تر است

سایت های قدرتمند، هزینه زیادی را بابت سئوی سایت خود روی عبارت های کلیدی مختلف می کنند. در نتیجه رقابت با آنها مطلقآ کار راحتی نیست؛ اما باید بدانید که موتور جستجوی گوگل، برای سایت های تخصصی ارزش بیشتری قائل است. یعنی اینکه شانس شما برای سئو شدن روی کلمات کوچکتری مانند "باتری موبایل" یا "فروش قاب موبایل" زمانی که به صورت تخصصی وارد حوزه آن شده باشید، بسیار بیشتر از سایتی مثل دیجی کالا است.

- محکم کردن جای پا

محکم کردن یک موقعیت در یک نیچ مارکت Niche Market می تواند به یک کسب و کار کمک کند تا پیشنهادات خود را با اعتماد به نفس بیشتر به بازارهای جدیدتر و بزرگ تر ارائه کند.

### بهترین زمان استفاده از نیچ مارکت

- بازار برای محصولات شما اشباع شده است.
- در صورتی که تعداد رقبای کسب و کار شما زیاد است.
- کسب و کار قدرتمندی دارید، ولی به دنبال ایجاد تمایز نسبت به رقبا هستید.
- تازه به این صنعت وارد شده و قدرت و سرمایه زیادی ندارید.

### چگونه نیچ مارکت کسب و کار خود را پیدا کنید؟

#### • به علایق خود توجه کنید

برای یافتن حوزه‌های مورد علاقه و مرتبط با تخصص خود و همچنین ایده پردازی در زمینه نیچ مارکت‌ها لازم است زمانی را اختصاص دهید. میتوانید به سوالاتی مانند زیر پاسخ دهید تا علایق خود را کشف کنید:

- چه استعدادهایی دارید؟
- یادگیری کدام موضوعات برای شما جذاب است؟
- در اوقات فراغت ترجیح می دهید به چه کارهایی مشغول باشید؟
- رویکرد شما در حل مشکلات چگونه است؟
- آیا دوستان یا آشنایانتان در زمینه خاصی از شما مشورت می گیرند؟

با پاسخ دادن به چنین سوالاتی می‌توانید لیستی از نیچ مارکت‌های متناسب با تخصص و علاقه خود را تهیه کنید.

#### • نیازها و چالش‌های مخاطبان را پیدا کنید

بعد از مرحله ایده یابی، باید از مشکلات و نیازهای بازار هدف آگاه شوید تا متوجه شوید چگونه باید از حوزه مورد علاقه خود، محصول یا خدمتی ایجاد کنید که قادر به رفع این نیازها باشد. برای یافتن به این موضوع به این سوال پاسخ دهید: که چه عاملی انگیزه اصلی مخاطبان شما برای استفاده از محصول یا خدمت شما خواهد بود؟ با این کار می‌توانید به ایده‌های بهتری برای ایجاد ارزش بیشتر در نیچ مارکت خود دست یابید.

#### • درباره رقبا تحقیق کنید

در این مرحله لازم است رقبای بالقوه خود را در بازار شناسایی کنید و بدانید کدام برندها در حوزه‌ای مشابه با شما در حال فعالیت هستند، چرا که عدم شناسایی آنها ممکن است در آینده چالش برانگیز باشد یا سهم بازاریتان را کاهش دهد.

#### • نیچ مارکت و میزان سودآوری آن را تعیین کنید

قبل از مرحله اجرا، ایده‌های شما باید از نظر سودآوری بررسی شده باشند. در نظر گرفتن این فاکتورها میتواند به شما کمک کند:

- مشخصات دموگرافیک مشتریان
- ارزش‌ها و علایق مشتریان
- محل زندگی آنها
- کیفیت محصول

○ قیمت

● محصول یا خدمت خود را تست کنید

قبل از تولید زیاد محصولات خود لازم است آن ها را تست کنید. همچنین درباره محصولات فیزیکی می توانید نمونه های محصول را در اختیار مخاطبان هدف خود قرار دهید و از آنان بازخورد بگیرید. اطلاعات حاصل از مرحله تست به شما کمک می کند تا نقاط قابل بهبود را بیابید، اشکالات را رفع کنید و پر قدرت تر ادامه دهید.

اگر برای ارتقاء کسب و کار خود به راهنمایی نیاز دارید با ما تماس بگیرید.

