

Strategie di Business Con il Marketing di Nicchia

Introduzione

Ciao,

oggi ho intenzione di trattare un argomento assai delicato:

“Strategie di Business con il Marketing di Nicchia”

Ti assicuro che stai per scoprire uno dei più grossi segreti tenuto nascosto da molti Infomarketers.

Non so se mai sentirai qualcuno dirti quello che ora ti svelerò in questo eBook, però posso garantirti che, mettendo in pratica tutti i consigli che ti darò, sarai avanti anni luce rispetto a molti tuoi concorrenti, e che da queste tecniche dipenderà il tuo successo in qualsiasi Business.

Con il “Nuovo Internet Marketing” ha preso vita un nuovo termine associato al Business Online.

Questo è il marketing di nicchia



Cos'è il Marketing di Nicchia ?

Marketing di Nicchia: consiste nell'adattare l'offerta precisamente a una o più **Nicchie di Mercato**.

Cos'è una Nicchia di Mercato ?

Nel linguaggio del marketing la **Nicchia di Mercato** viene definita come: un gruppo di persone con interessi simili, passioni simili, desideri simili e bisogni simili.

Io il Marketing di Nicchia lo suddivido in due parti:

-  Proporre stesso prodotto a più nicchie di mercato.
-  Proporre più prodotti alla stessa nicchia di mercato.

In questo eBook ti parlerò in particolare del primo punto.

E cioè, come aumentare le tue fonti di guadagno soltanto facendo alcune modifiche ad un tuo prodotto, ed in questo modo coprire più nicchie di mercato.

Senza fare tanto rumore questa nuova tecnica di fare business, sta in realtà entrando nelle vite di moltissimi infomarketers italiani, segnandone le abitudini di proporre gli infoprodotti, così come il modo di vendere, pubblicizzare e specialmente condividere informazioni.

Nelle prossime pagine imparerai esattamente che cosa sia il Marketing di Nicchia, e come puoi sfruttare i suoi numerosi vantaggi per avere successo nel tuo Business Online.

Il maggior successo dei Marketers Online e' dato da coloro che si basano sulla distribuzione dei loro prodotti direttamente alle nicchie di mercato.

E ormai risaputo che il Marketing di Nicchia è il sistema più proficuo tra tutte la tipologie di marketing, utilizzato per creare un business redditizio.

Prima di cominciare ti faccio un paio di domande chiave, che ti faranno riflettere molto. Una volta finito di leggere questo eBook, troverai la risposta definitiva a tanti tuoi dubbi e perplessità :

Hai un sito di vendita che si rivolge a tutti?

oppure,

Hai intenzione di realizzare un business online?

Mentre stai preparando il tuo piano di marketing pensi:

“Tutti saranno interessati ai miei prodotti ”

Peccato..., questa è la strategia peggiore di fare business, dovrai fare molta fatica per raggiungere tutti, e avrai dei risultati veramente scarsissimi.

Visto i tempi che stiamo vivendo, con il nuovo internet marketing, dovresti cambiare totalmente il modo di fare business.

La soluzione è molto più semplice di quanto tu puoi immaginare, ed è questa: **“Invece di pensare a creare un prodotto che possa interessare tutti, dovrai trovare il modo di fare tanti prodotti con lo stesso argomento, riferito però a più tipi di persone. In pratica definire il tuo prodotto per varie Nicchie di Mercato”**.

Leggendo questo eBook, avrai il modo di capire quanto è importante rendere di nicchia un prodotto, e capirai il vero valore di questo tipo di Business.

Devi sapere che i prodotti di nicchia possono essere moltiplicati e resi più redditizi, adattandoli e personalizzandoli per le piccole nicchie o addirittura ancora meglio, per le sotto nicchie.

Un semplice caso di marketing della Nintendo

In questo capitolo permettimi di farti un esempio dal "mercato offline", e poi, continuando la lettura ti spiegherò come applicare questo "segreto" per il tuo marketing online:

Per la sua festa del compleanno, mia figlia mi ha chiesto come regalo il Nintendo DS Lite®, una console per i videogame.



Mi sono detto,
va bene, però assieme bisogna regalarle anche qualche
videogame.

E mi sono messo ad indagare che cosa poteva piacergli.
Ti devo confessare una cosa, io sono rimasto ancora a
Pacman e Space Invaders.

Tra tanti giochi che si trovano in giro, il suo preferito era:

Giulia Passione Veterinaria®



Ok, vado in un negozio specializzato e sorpresa delle sorprese, sono rimasto sbalordito dalla quantità di videogame che si trovano in giro.

Beh, sono rimasto indietro direi.

Ma quello che voglio dirti è un'altra cosa.

Guardando dal punto di vista del marketing, ho notato delle strategie che mi hanno fatto illuminare molti concetti di fare marketing.

L'idea del business mi è venuta quando ho visto che oltre al video gioco Giulia Passione Veterinaria c'erano anche altri dalla serie Giulia:

Giulia Passione Baby Sitter®



Giulia Passione Cucina®



Giulia Passione Stilista®



Giulia Passione Pop Star®



E così via.....

A questo punto ti domanderai -"Si ma cosa c'entrano i videogame con il Marketing di Nicchia".

C'entrano e come, vedrai.

Tra l'altro ti faccio ancora alcuni esempi della stessa linea che ho trovato sul mercato americano.

In Italia li chiamiamo "Giulia passione...", invece in America li chiamano "immagine"

Chissà, vai a capire perché cambia il nome tra un mercato e un altro.

Una ragione c'è ma non ti faccio perdere altro tempo a spiegarti il marketing dei nomi e tutto quello che gira attorno.

Ecco, ti elenco alcuni:

Imagine Animal Doctor®



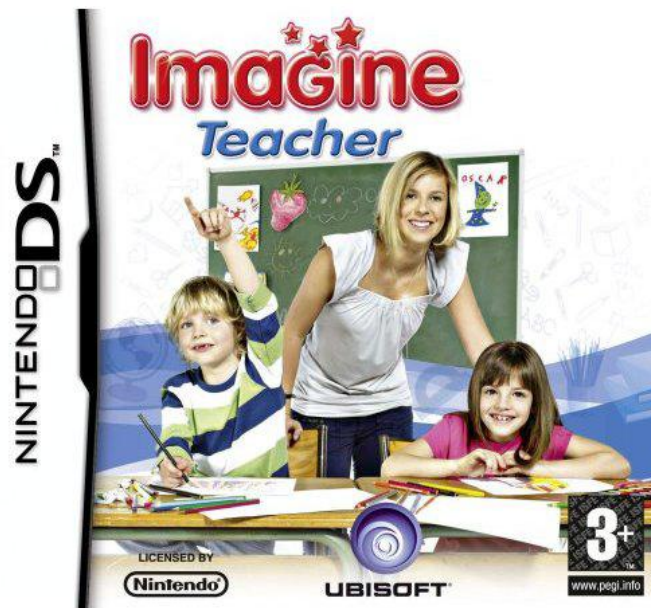
Imagine Figure Skater®



Imagine Babyz®



Imagine Teacher®



E adesso dopo che hai visto quante varietà di videogame per la stessa console ci sono, spero che hai capito quale è la strategia di marketing che sta mettendo in pratica la Nintendo ?

Semplicemente sulla base di Giulia, sono stati creati più video giochi in modo da soddisfare le varie passioni che le bambine possono avere.

Quindi, con la base dello stesso prodotto, ma con alcune modifiche, hanno creato dei prodotti per più Nicchie di Mercato.

Bene, passiamo adesso all'secondo capitolo di questo eBook.

Il pasticciare e il Marketing di Nicchia

Con questo esempio vorrei farti capire, quanto sia semplice aumentare le tue entrate, facendo veramente piccole modifiche ai tuoi prodotti.

Anzi, in questo caso, facendo solo dei piccoli cambiamenti di presentare i prodotti verso il cliente.

Io ho un amico che fa il pasticciare.

Tempo fa mi ha chiesto un parere su come fare ad aumentare i suoi guadagni, perché ormai da tempo, con la crisi che c'è in giro, avvertiva delle difficoltà che le persone hanno nel spendere.

Sapendo che mi occupo di marketing, ogni volta che ci incontravamo mi chiedeva: " dammi qualche consiglio..., spiegami questa cosa..., come posso fare per..., e così via".

Dopo un po' di tempo sono tornato da lui e la mia risposta è stata:

Devi rendere i tuoi pasticcini di nicchia.

Alla mia affermazione, lui è rimasto per un attimo fermo, poi disse:

Si ma i miei pasticcini piacciono a tutti, come faccio a renderli di nicchia.

Questo significa che venderò ancora meno

Allora ci siamo messi ad un tavolino, e gli ho spiegato per bene cosa doveva fare.

Lui mediamente preparava 30-40 tipi di pasticcini, che in realtà, maggior parte erano dolci tradizionali di varie zone d'Italia.

In pratica cosa ha dovuto cambiare, anziché esporre in vetrina dei vassoi a caso, li doveva sistemare in modo che ognuno rappresentava una zona tipica Italiana.

Per esempio:

Dolci tipici Napoletani,

Dolci tipici Siciliani,

*Dolci tipici Toscani,
Dolci tipici Piemontesi,
Dolci tipici Veneziani, ecc...*

E così ha creato delle nicchie di dolci.

Con le stesse paste che faceva prima, però sistemate come dolci tipici di varie zone, ha aumentato le sue vendite, cambiando soltanto il modo di presentarle alla clientela.

Credimi, facendo esattamente questa piccola modifica, nel giro di pochi mesi, i suoi guadagni sono aumentati notevolmente.

Come mai? Ti domanderai.

Semplicemente, le persone che comprano da lui, adesso sanno già cosa trovano nelle vetrine, poi da l'impressione che sia una pasticceria che fa dolci tipici, anziché la solita pasticceria che propone i soliti pasticcini.

Più semplice di così... ----

La straordinaria storia di Monopoli

Per farti capire meglio, ti racconto un'altra mia esperienza, che è ancora più straordinaria.

Wow, questo sì che è un caso studio da tenere in considerazione.

A me piace moltissimo

Si tratta di un'altro prodotto che ha fatto storia negli Stati Uniti riguardo al Marketing di Nicchia.

Questo è quello che gli americani chiamerebbero **"The Big Idea"**.

In questo capitolo ti voglio parlare del classico gioco da tavolo Monopoli, che tutti quanti conosciamo.

Qualche anno fa mi trovavo a New York. Passeggiando sulla 5^a strada ho deciso di entrare a **F.A.O. Schwarz**, il più grande negozio di giocattoli di New York.

Dicono che è il regno dei bambini, ma spesso ci sono sempre più adulti che ragazzi a fare visita. Insomma due piani di giocattoli, poi immaginarti che spettacolo.

Girovagando tra i scaffali mi sono imbattuto in un reparto pieno con "Edizioni Speciali" di Monopoli, il rinomato gioco della Parker Brothers.

La prima che mi ha colpito e stata l'edizione **King of Rock and Roll®** dedicata a **Elvis Presley**.

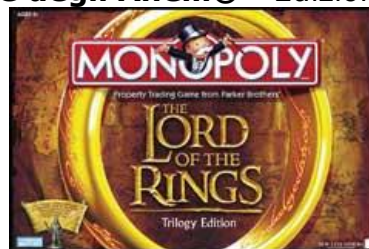


Andando avanti, sono rimasto impressionato quante edizioni speciali avevano tirato fuori.
Ti elenco alcuni esempi!

Pokemon® - Edizione Speciale



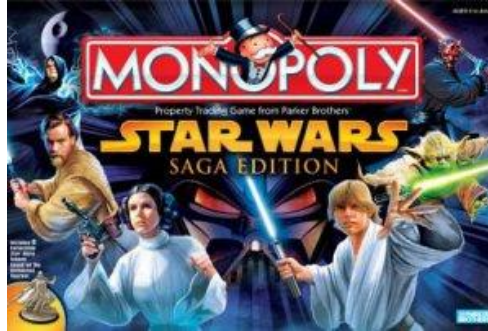
Il Signore degli Anelli® - Edizione Speciale



Nascar® - Edizione Speciale



Guerre Stellari® - Edizione Speciale



Garfield® - Edizione Speciale



Harley Davidson® - Edizione Speciale



Il Mago di Oz® - Edizione Speciale



E la lista potrebbe andare avanti all'infinito.
Ma quando ho trovato l'edizione:

I Simpson® - Edizione Speciale,



non ho potuto resistere alla tentazione e l'ho comprata subito, senza pensarci due volte.

Fu allora che mi ha colpito la strategia del Marketing di Nicchia messa in pratica dalla Parker Brothers.

Per renderlo di nicchia il gioco da tavolo Monopoli, lo hanno personalizzato, facendo soltanto lievi modifiche, e con questa mossa i loro profitti si sono moltiplicati !

Pensaci. **Io ho già una copia del Monopoli** a casa, con la quale ci gioco raramente.

Sicuramente non comprerei mai un'altra copia del modello classico di Monopoli.

Ma, quando ho visto "**I Simpson® edizione limitata**", l'ho comprato.

Perché?

Perché è un mio interesse specifico.

Comprandolo ho soddisfatto una mia passione che ho su tutto il mondo dei Simpson.

Come rendere di nicchia un prodotto

Adesso proviamo a capire meglio con un esempio online:

Supponiamo che tu vendi un prodotto di "**Time Management**".

Ci sono tanti in giro, quindi non sei l'unico che vende un prodotto sul tema della gestione del tempo.

A questo punto, la domanda più importante da porsi è:

"Per quale motivo un potenziale cliente dovrebbe acquistare da me anziché dalla concorrenza?"

Risposta nr. 1

Perché sto facendo un marketing migliore rispetto ad altri?

Questa è un'ottima risposta, però c'è di più.

Risposta nr.2

Perché gli faccio un'offerta che non può rifiutare e deve cogliere l'occasione?

Anche questa è altrettanto buona come risposta, ma non basta.

Risposta nr.3

Il più grande segreto per avere un prodotto di successo è "**personalizzarlo, farlo su misura**" modificarlo in modo da riuscire a raggiungere solo una Nicchia di Mercato.

O ancora meglio, se con il tuo prodotto puoi coprire più fasce di mercato, non esitare a farlo, studiatene profondamente le varie Nicchie a cui vuoi rivolgerti, e fai in modo di soddisfare i bisogni e i desideri di tutte quelle Nicchie che riesci a comprendere con i tuoi prodotti.

Per esempio:

- ✔ La gestione del tempo per **Casalinghe**.
- ✔ La gestione del tempo per **Studenti**.
- ✔ La gestione del tempo per **neo Studenti**. (Una nicchia di una nicchia!)
- ✔ La gestione del tempo per i **Medici**. E qui ci sono sotto nicchie a non finire. (dentisti, pediatri, ginecologi....)
- ✔ La gestione del tempo per **Professionisti del settore immobiliare**.
- ✔ La gestione del tempo per **Agenti di commercio**.
- ✔ La gestione del tempo per **Rappresentanti**.

Ti è chiaro il concetto adesso?

Stesso prodotto, ma leggermente modificato e personalizzato su misura per diverse fasce di mercato.

Ora, metti il caso che tu sei un agente immobiliare, ti rendi conto che per portare avanti la tua attività ti serve un programma ben fatto per gestire al meglio il tempo dedicato al tuo lavoro.

Ti metti alla ricerca di vari metodi per il **Time Management**.

Dopo tante ricerche finalmente trovi:

“ La gestione del tempo per agenti immobiliari – Ecco un programma completo per gestire al massimo le tue risorse di tempo”

Che cosa succede?

Lo sai vero, non serve che te lo dico.

Lo compri, a parità di tutte le cose trovate prima, ti scatta la voglia di comprare senza neanche pensare due volte.

Perché lo compri?

Perché hai trovato un prodotto su misura, adatto ai tuoi bisogni.

Il primo grande vantaggio !

Adesso, una volta che hai capito come funziona il Marketing di Nicchia ti spiego alcuni vantaggi per cui ne vale la penna a rendere di nicchia un qualsiasi prodotto.

Allora, il primo grande vantaggio è il cash flow.

Rivolgendoti a più fasce di mercato si crea più flussi di reddito, quindi ci saranno più entrate di denaro.

Anziché un unico prodotto, che porta soltanto un flusso di ordini, si può letteralmente cambiare in 5 - 10 o più versioni del prodotto stesso, aumentando le entrate e moltiplicando i flussi di reddito!

Tornando a Monopoli, pensa che cosa sarebbe successo se la Parker Brothers avesse commercializzato solo la versione classica di Monopoli?

Un sacco di perdite in denaro e minori profitti.

E lo sai cosa succede anche a te se decidi di vendere il tuo prodotto in una sola versione, anziché proporlo a più nicchie ?

Pensa alla perdita dei profitti.

Non è un pensiero molto piacevole, vero?

In questo momento magari stai pensando: Mamma mia come farò a rendere di nicchia il mio prodotto !

E qui voglio darti un suggerimento, facendo in modo che tu non impazzirai a capire come fare a modificare un tuo prodotto per renderlo di nicchia.

Questa chicca stampatela bene in testa

“Non è detto che rendere un prodotto di nicchia lo devi fare tu”

Te lo ripeto così capisci meglio:

“ Non è detto che rendere di nicchia un tuo prodotto lo devi fare da solo ”

In questa frase c'è uno dei grandi segreti per fare business.

Se riesci a capirla fino in fondo hai fatto Bingo!

E adesso ti spiego anche cosa intendo dire.

Torniamo all'esempio di prima “ Il programma per la Gestione del Tempo ”

Un prodotto, personalizzato su misura per varie nicchie non è facile farlo, ma se tu vai da un esperto di un certo settore a cui vuoi rivolgerti, e gli dici:

“ ho un programma completo ed approfondito per la gestione del tempo, e sono interessato a rivolgermi alla tua nicchia. Ti faccio qualche domanda per capire meglio cosa interessa a questa nicchia, e una volta finito e sistemato il programma, te ne regalo una copia ”.

Pensi che ti dice di no ? Secondo me sarebbe pazzo a non accettare un offerta del genere. Se rifiuta non c'è problema, vai da qualcun'altro finché ne trovi uno disponibile, e una volta fatta l'intervista con tutte le risposte che ti interessano, avrai il tuo prodotto bello che pronto.

E ti dirò di più !

Nel Marketing Online la collaborazione è fondamentale. Fare delle Joint Venture con partner di una nicchia è la strada più facile per incrementare i tuoi guadagni.

Se pensi che il tuo prodotto possa soddisfare una certa nicchia di mercato, ma che ti è troppo difficile a farlo da solo, crea senza ombra di dubbio delle collaborazioni, e dividi gli introiti.

Avrai solo da guadagnare, e non certo da perdere.



Il secondo grande vantaggio !

Adesso ti voglio fare un ragionamento sulla differenza dei costi per la promozione di un prodotto generico e uno di nicchia.

Supponiamo che tu vendi un prodotto online, e lo vuoi promuovere attraverso Google AdWords, il servizio Pay per Click di Google.

Assolutamente il miglior strumento per pubblicizzare qualsiasi prodotto online.

Se tu lanci una campagna con le parole chiave (keyword) " Time Management o Gestione del Tempo ", sarai in competizione con molti concorrenti e avrai maggiori spese per la tua campagna perché stai utilizzando delle parole chiave generiche.

La soluzione è questa:

Invece di fare pubblicità generica per le parole chiave basata esclusivamente su cose relative alla "gestione del tempo", è possibile fare la pubblicità per parole chiave correlate alla nicchia a cui ti riferisci:

Gestione del Tempo per ...

casalinghe, studenti, agenti di commercio, medici, agenti immobiliari, rappresentanti e così via.

Il motivo è molto semplice: le keyword sono come degli oggetti venduti all'asta. Più sono richieste e più alto è il loro prezzo ed è logico che le parole chiave più richieste sono quelle che riguardano argomenti 'popolari'.

Ti faccio un'altro esempio.

In una gerarchia di keyword, è evidente che la keyword "golf" avrà un prezzo più alto della keyword "mazze da golf" e che questa keyword avrà un prezzo più alto di "mazze da golf usate".

Decidere di avviare un'attività online in una nicchia di mercato, non solo ti permetterà di non doverti confrontare con colossi che sono sul mercato da anni, ma ti consentirà anche di acquistare pubblicità a prezzi molto più bassi

Il lavoro consiste nel fare lievi modifiche al prodotto e alle pagine di vendita, personalizzare su misura per lo specifico, e **vendere con profitti maggiori spendendo meno possibile in pubblicità.**

Non male, eh?

Il terzo grande vantaggio !

Ehi, ma c'è ancora di meglio ...

Un'altro vantaggio è... ehi, ma questa è la chicca finale, direi la ciliegina sulla torta.

Leggi fino in fondo e rimarrai stupito dal vantaggio enorme che possa aver reso di nicchia un qualsiasi prodotto.

Pensa e rifletti.

Una versione classica del gioco Monopoli può costare mediamente circa 10-15 euro.

Ma una versione limitata in edizione speciale, con temi specifici viene a costare molto di più. Può arrivare a costare 30€, 50€, 100€ o anche di più!

Se un prodotto viene creato per nicchie specifiche, il prezzo può avere un incremento notevole, poi i potenziali clienti di quella nicchia non esiteranno di comprare.

Un eBook dedicato agli "Autoresponders", risponditori automatici per la gestione di mailing list, potrebbe costare circa 29,00€ se viene proposto a tutta la comunità di Internet che vorrebbe crearsi un business online.

Ma un eBook dedicato agli "Autoresponders per i pianificatori finanziari" potrebbe facilmente costare 2, 3 o fino a 5 volte tanto, perché quella guida è studiata appositamente per una certa nicchia.

Può costare molto di più perché quel tipo di guida sta mirando ad un particolare interesse, solamente per quel tipo di mercato, e che i clienti di quella nicchia il più delle volte sono DISPOSTI a pagare un prezzo maggiore per un prodotto che soddisfi una loro esigenza.

Tu li stai offrendo **"la soluzione ai loro bisogni"**.

Se ci pensi, perché la Parker Brothers sta vendendo la versione del Monopoli ® Edizione Speciale - Elvis Presley a 59,95 dollari, anziché a 12,95 dollari ?



Perché una versione classica non può costare più di 12-15 dollari, ma una versione personalizzata si può vendere con un prezzo molto più alto.

Conclusione

Allora, a questo punto che cosa c'è che ti ferma a personalizzare il tuo prodotto e renderlo di nicchia ?

Nulla direi.

Con questa guida ti ho spiegato quanto è importante rivolgersi alle nicchie di mercato, proporre a loro prodotti su misura e fare in modo di soddisfare i loro desideri o bisogni.

Quindi, per concludere ti faccio un elenco su come procedere per avviare un Business di Nicchia efficace:

- ✔ Trovati una o più "Nicchie di Mercato"
- ✔ Concentrati su di esse.
- ✔ Studia profondamente ogni nicchia.
- ✔ Crea delle Joint Venture con gli esperti del settore.
- ✔ Personalizza i tuoi prodotti.
- ✔ Lancia le tue campagne promozionali.
- ✔ Soddisfa le tue nicchie, vendendo a loro quello che vogliono.
- ✔ Ed in fine, goditi serenamente le entrate di denaro.

In conclusione, posso dirti che da quando mi occupo di marketing questo è il modo più efficace e semplice che io conosco per creare più flussi di profitto con minor costi e maggior introiti !

Sono sicuro che hai trovato utile questo eBook, e spero che hai trovato molti suggerimenti utili per avviare un Marketing di Successo.

Ti saluto e ti auguro Buona Fortuna per il tuo Business !