

DEFINE TU NICHO DE MERCADO

Consumidores con características similares que no tienen satisfechas sus demandas y necesidades con las ofertas existentes



1 ¿Los principales proveedores del sector no lo ofrecen?

Hay que tener cuidado con los nichos que, aunque puedan tener demanda pueden no resultar rentables y de ahí que no se oferten actualmente.

2 Detectar un nicho de mercado para tu empresa

Aportar gran rentabilidad al enfocar las campañas hacia estos consumidores.

3 Diferenciarse, aportar un valor añadido

Tu producto o servicio debe diferenciarse en algo del ofrecido por tu competencia, debes aportar un valor añadido.

4 Medir popularidad

Mediante algunas herramientas de Internet podemos llegar a saber cuáles han sido las búsquedas que se han producido en torno a nuestro producto/servicio.

