


Nicho de mercado



Aprenda como identificar **nichos de mercados de sucesso** e saiba como fazer muito dinheiro com isso.

JORNADA DA M^{ON}ETIZAÇÃO

**YOUTUBE
MILIONÁRIO**

Apresentação

E aí galera, tranks? Peter aqui.

Se eu te perguntasse por que algumas pessoas não empreendem, qual seria sua resposta? Talvez alguns de vocês digam que é porque não querem se arriscar e preferem ter uma carteira de trabalho assinada. Outros diriam que é porque muitos não têm o conhecimento necessário para empreender.

Mas a experiência me mostra que a maioria dos meus seguidores sentem o desejo de empreender, mas não empreendem por não saberem o que podem fazer de negócio. Não conseguem decidir o nicho para dar esse passo inicial! Não sabem quais são os problemas que irão encontrar, se dará algum resultado financeiro ou se será uma grande cilada. Por isso que muitos nunca tomam a decisão de começar um negócio.

A mesma coisa acontece com quem tem o desejo de ter um canal no YouTube e transformar esse canal em uma empresa.

Transformar em um empreendimento rentável!
Muitos não começam o canal por não saberem o melhor nicho.

Escolher o nicho pode parecer uma decisão fácil para alguns, mas para outros não é tão simples assim. Primeiro, porque é uma questão de paixão, habilidade e demanda.

Imagine que você é alucinado por jogar gamão. Essa é sua paixão e você é muito bom nisso. Será que daria para começar um canal de gamão e transformar esse canal em uma marca de sucesso com milhões de seguidores?

Se sua resposta for: “eu nem sei o que é esse jogo gamão”, isso já responde a minha pergunta. Quantas pessoas se interessam por esse tema e são apaixonados por gamão? E assim começa a dificuldade de muitos em relação à escolha do nicho do seu canal.

Se você tem um canal pessoal que só amigos acompanham e você não tem nenhum interesse em transformar esse canal em um negócio, a

escolha do nicho não é um problema e você pode fazer o que quiser. Mas a escolha do nicho passa a ser crucial quando falamos em transformar o canal em uma empresa.

Alguns tem inúmeras paixões e habilidades e ficam em dúvida qual é o melhor nicho. Outros não sabem identificar a sua paixão e habilidade e optam por um nicho que seja lucrativo (mesmo não gostando do nicho!). Será que escolher um nicho apenas por ser lucrativo será o bastante para ter sucesso? Qual é a melhor maneira para identificar o nicho certo para começar um canal, para começar uma empresa?

É para responder estas questões que este e-book foi elaborado. Foi pensando em te ajudar a escolher o nicho certo para você começar a empreender.

Boa leitura!

Peter Jordan.

Introdução

+ + + + +
+ > Mercado,
+ segmento, nicho
+ e subnicho

Quando decidimos começar uma empresa, a primeira coisa que fazemos é analisar o mercado e definir um nicho.

Para entendermos melhor isso, preciso te falar o que é mercado, segmento do mercado, o nicho e o subnicho. No passado bem distante (e não, não vivi nessa época!), falar em mercado era falar de um único estabelecimento para venda e compra de produtos e insumos diversos.

Hoje, quando falamos de mercado não falamos mais de uma loja física, mas de um conceito mais amplo, pois mercado é tudo! Mercado é um conjunto de pessoas interessadas em comprar, trocar ou alugar algo. Este algo pode ser um produto físico, um produto digital ou um serviço. Eu diria até que o mundo como um todo é o mercado!

Dá para vender para o mundo todo? Fica difícil, não é? Por isso precisamos escolher um nicho.

Aquela parcela de clientes que possuem um mesmo interesse. Pessoas que possuem necessidades e desejos em comum.

O mercado como um todo pode ser segmentado em vários interesses comuns. Imagine que estejamos falando de um mercado que gosta de tecnologia. São pessoas que possuem interesse em produtos tecnológicos, estes podem ser computadores, smartphones, games entre outros.

Isso significa que smartphones é um nicho de mercado. Mas esse nicho também possui algumas particularidades que podem te ajudar a criar estratégias de marketing mais assertivas.

Pense no nicho de smartphones e responda: o que exatamente a pessoa busca em um aparelho? Quais são os interesses desses consumidores? Quem está comprando? O que está comprando? Por que está comprando?

Normalmente, quando falamos em estratégias de marketing estudamos o mercado para identificar alguns critérios importantes, o que inclui: dados geográficos (onde eles moram); de

perfil (como eles são); de estilo de vida (o que eles fazem); e de personalidade (como eles agem).

Todos esses critérios também são estudados quando pensamos em avatar, em definição da persona.

Quem compra o celular é sempre o mesmo tipo de avatar? Será que não tem aquela pessoa que decide pela compra entre A e B pelo custo? Será que não tem aquela pessoa que prefere um smartphone com uma câmera top? Não tenho dúvidas também que algumas pessoas compram seus smartphones não pelas suas funcionalidades, mas pelo status de ter um determinado modelo de aparelho.

São personas diferentes dentro de um mesmo nicho. Percebe? Por isso que, quando estamos começando uma empresa, quando estamos começando um canal no YouTube já com o objetivo de transformá-lo em uma marca, precisamos estudar o mercado, o segmento, o nicho, os subnichos e o avatar.

Agora vou fazer um teste com você para saber se entendeu bem. Quais seriam os nichos dentro do mercado voltado para a saúde? Pense um pouco antes de continuar a leitura. Pensou? Provavelmente você listou vários nichos dentro desse mercado, não é?

Quando falamos em saúde, já podemos dividir logo de cara entre saúde mental e saúde física. Dentro da saúde física temos o segmento fitness e o nicho de emagrecimento, por exemplo. Mas será que todas as pessoas que buscam emagrecer não podem ser divididas ainda em subnichos?

Subnicho são grupos menores de pessoas que possuem um mesmo interesse em comum. Por exemplo, sabemos que homens e mulheres possuem metabolismos diferentes, não é? Isso significa que o nicho de emagrecer já pode ser dividido por metabolismos.

Mas será que todos os homens têm os mesmos interesses de formas de emagrecer? Será que todas as mulheres são iguais, com hábitos e necessidades iguais? Será que só existe uma única forma para todas as mulheres

emagrecerem? Claro que não! Por isso é preciso subnichar. Entender quem é realmente o público e as particularidades que o diferencia de outros subnichos.

É neste sentido que começamos a entrar no universo do subnicho. E é aqui que o bicho pega quando falamos de um canal de YouTube. O grande erro das pessoas é subnichar demais ou subnichar de menos.

Começar um canal falando do nicho de emagrecimento de uma forma geral pode ser uma estratégia difícil, pois é um mercado muito amplo com pessoas com necessidades diferentes. Emagrecimento para cardíacos é a mesma pegada de emagrecimento depois da gravidez? Por isso é interessante você iniciar o seu canal pensando em subnicho e não necessariamente em um nicho. Mas a dica de ouro é:

“ **Comece com um subnicho, crie uma audiência engajada e depois, aos poucos, amplie o seu horizonte dentro de seu nicho.** ”

Quais são as vantagens desta estratégia?

+++++



O valor investido será menor do que se quiser atingir uma audiência maior em um segmento mais abrangente.



Você consegue direcionar a sua conversa e ter maior engajamento com sua audiência.



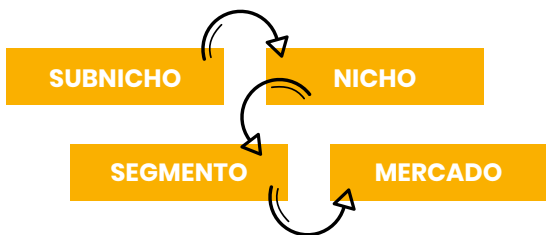
Você sai do aspecto de generalista para ser um especialista.

Quando sua audiência te vê como um especialista em emagrecimento após a gravidez, por exemplo, isso gera mais autoridade.

Mas Peter, emagrecimento após a gravidez não possui um número menor de pessoas? Sim, porém são pessoas com um interesse em comum e que podem engajar mais.

Quanto maior for o engajamento, maior a retenção do seu vídeo, maior será o watch time (tempo assistido) e isso faz a pessoa procurar mais vídeos do seu canal, o que aumentará a CTR (a taxa de cliques de impressões). E esse conjunto de RETENÇÃO + CTR + WATCH TIME, quando ficam todos altos, faz o algoritmo do YouTube perceber relevância no seu canal e o prioriza em relação à sua concorrência. Esse é o segredo de crescimento de qualquer canal.

Mas tome muito cuidado para não subnichar demais. Você precisa ficar atento para não subnichar para um número muito inexpressivo de audiência. A lógica é começar pequeno, mas pensando grande (preparando terreno):



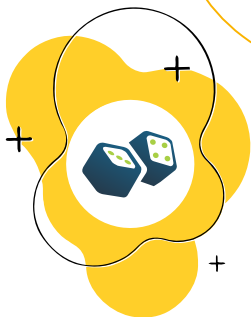
Quer mais um exemplo? Pense em um canal de tutorial. Será que se eu subnichar meu canal para manutenção de ar-condicionado não ficará muito subnichado? Pode ser que sim e que você não consiga criar muitos conteúdos para fazer vídeos diários durante anos!

Mas e se você cria um canal de tutoriais voltados para manutenção de uma forma geral ou voltado para cursos profissionalizantes e dentro desses cursos tiver o de ar-condicionado? Aí já começa a ser um nicho mais fácil para crescer.

Tenha em mente que nada te impede de começar com o ar-condicionado e depois ir aumentando. Mas tudo depende da forma que você trabalha a sua audiência, para que não haja uma resistência quando você começar a ampliar o seu leque de conteúdo dentro do seu canal.

Meu canal Ei Nerd, por exemplo, fala de universo geek, cultura pop entre outras coisas. Estou no ramo de entretenimento, mas esses tópicos não são as únicas formas de entretenimento.

Eu poderia falar de hobbies de uma forma geral no meu canal? Poderia, mas será que se eu falar de hobbies como colecionador de selos a audiência iria gostar? Haveria milhares de views e likes?



Talvez se os selos forem de animes, pode até ser que tenha uma super aceitação, do contrário pode não fazer sentido para a minha audiência e eles vão pular fora do meu canal. Então pense no seu nicho como uma empresa e em uma esteira de produtos que pode ser tanto como afiliado quanto como produtor. Por exemplo:

1. Começo meu canal fazendo vídeos sobre emagrecimento após a gravidez (trabalhando o meu marketing de conteúdo, construindo e engajando com minha audiência);

2. Ofereço um produto para a audiência (como afiliado ou como produtor). Aqui posso já fazer uma oferta de um produto pago ou ofertar uma isca digital (amostra grátis). Caso eu ofereça

uma amostra grátis, farei isso em uma landing page (página de captura de dados de potenciais clientes, tal como: nome, e-mail e telefone).

3. Faço uma campanha direcionada. Com os dados desses leads (potenciais clientes) posso fazer uma campanha direcionada para ofertar algum produto posteriormente. A probabilidade de conseguir fechar vendas com leads é muito maior, pois são potenciais clientes que já mostraram interesse no seu produto.

“Esse é o segredo de escolher um nicho como uma empresa!”

Exemplos de nichos

+ + + + +
+ > Descubra
+ os nichos
de sucesso

Quando estamos falando de nichos para canais de YouTube, precisamos lembrar que o público procura dois tipos de conteúdo: informação ou entretenimento. Todos os nichos do YouTube podem ser divididos nestas duas categorias. Mas dentro delas existem alguns mercados que podem ser mais promissores, tais como:

INFORMAÇÕES

- Dinheiro e finanças;
- Saúde e beleza;
- Amor e relacionamentos.

Vamos analisar o mercado voltado para dinheiro e finanças? Dentro desta área temos algumas opções, tais como:

- Ganhar dinheiro com marketing digital;
- Ganhar dinheiro como investidor;
- Ganhar dinheiro como trader;
- Ganhar dinheiro fazendo carreira;
- Ganhar dinheiro passando em concursos públicos.

ENTRETENIMENTO

Estilo de vida (hobbies, games, cultura pop, música, esporte, idiomas, pets, desenvolvimento pessoal, comédia, etc.).

Esses são alguns dos grupos dentro da área “dinheiro”, mas você conseguiria identificar outros subgrupos dentro de cada um desses listados acima? Analise o marketing digital e liste quais são os subgrupos que podem ter. Talvez você tenha listado alguns desses aqui:

- Ganhar dinheiro como afiliado;
- Ganhar dinheiro como social media;
- Ganhar dinheiro com produtor,
- Ganhar dinheiro como freelancer;
- Ganhar dinheiro como copywriter;
- Ganhar dinheiro como conteudista e roteirista.

Qual é a conclusão que podemos chegar? A verdade é que todo mundo quer ganhar dinheiro, mas nem todo mundo escolhe a mesma forma para ganhar dinheiro!

O que eu preciso que você entenda para escolher o nicho do seu canal, o nicho da sua empresa, é que não há necessidade de você se prender às nomenclaturas “mercado”, “segmento”, “nichos” e “subnichos”. A nomenclatura não faz diferença para o sucesso da sua empresa. O que faz total diferença é você saber analisar se está falando com uma audiência certa.

Então analise o seu nicho com base no seu potencial para gerar retorno financeiro. Não deixe grande demais ou pequeno demais.

Em saúde, por exemplo, temos várias opções em que o retorno financeiro é promissor, isso inclui: cura de doenças, nutrição, emagrecimento, atividade física, bem-estar, beleza entre outros.

Já em amor e relacionamentos, os campeões de audiência são os que ajudam a solucionar dores, solucionar problemas. Isso pode estar relacionado ao amor, casamento, divórcio, filhos, a amizade, ao trabalho e até mesmo autoajuda.

E a pergunta que muitos me fazem: tem um passo a passo ideal para eu escolher meu nicho?

Tem sim!



Passo a passo

> Escolhendo
o nicho ideal

1. TRABALHE COM O QUE VOCÊ GOSTA

Trabalhar com algo que a gente detesta pode ser uma punição. Mas se trabalhamos com algo que nos interessa, algo que somos apaixonados e que somos muito bons? Isso deixa o trabalho muito mais fácil e prazeroso.

Por isso, quando falamos de escolher um nicho, você pode escolher com base na sua paixão e habilidade, mas lembre-se que sua paixão precisa trazer dinheiro também.

A lógica é simples: se você gosta muito com esta sua paixão, provavelmente há mais pessoas que também estejam dispostas a gastar. Então lembre-se da fórmula mágica:

$$\begin{array}{ccccc} \text{PAIXÃO} & + & \text{HABILIDADE} & & \\ & & & + & \\ & + & \text{DEMANDA} & = & \text{RIQUEZA} \end{array}$$

Pense na sua paixão e habilidade como um negócio e depois você poderá afunilar ou expandir conforme a sua necessidade. Comece pequeno, mas pensando grande!

É bem provável que nesta pesquisa você encontre várias opções. Liste cada uma das opções e siga os próximos passos.

2. ENCONTRE UM MERCADO PAGADOR

É possível que dentre as várias opções que você listou no passo anterior, algumas não tenham um mercado pagador. E no que se trata de um canal do YouTube como uma marca (como uma empresa) o segredo para encontrar o sucesso é encontrar um mercado pagador. Existem uma infinidade de nichos populares para você escolher, mas nem todos serão altamente lucrativos.

Encontre um mercado pagante e ofereça um produto para esse mercado. Lembre-se:

“ O sucesso consiste em ter estratégias e táticas de marketing de nicho baseadas em pesquisas detalhadas e no engajamento com os seus clientes em potencial.

Engaje ao ponto de criar clientes não apenas felizes, mas leais. Daqueles que ficam dispostos a comprar todos os produtos que você ofertar.

Eu tenho alguns clientes assim. Alguns que não perdem nenhuma maratona e adquirem vários cursos. Você também pode ter clientes assim, mas antes precisa seguir o próximo passo.

3. PESQUISE E ESTUDE O MERCADO

Este é o momento para você separar os mercados que você gosta, que tem maiores possibilidades de ter audiência pagante e fazer uma boa pesquisa e um bom estudo deste mercado. Onde a maioria dos canais erram e por isso não conseguem um bom nível de engajamento? Não fazem uma pesquisa inicial adequada. Escolhem um nicho sem analisar o mercado. Sem analisar a viabilidade do canal como uma empresa.

“ **Não desperdice seu tempo e recursos na tentativa de ter bons resultados. Pesquise e planeje o seu sucesso!** ”

Se você é um empreendedor inteligente, você irá começar o seu canal voltado para clientes de nicho e fará antes uma pesquisa de mercado detalhada. Analisará não apenas a concorrência, mas também o comportamento da sua audiência antes mesmo de começar o seu canal. À medida que você começar a publicar conteúdos, você analisará seus dados estatísticos e o comportamento de sua audiência para aprimorar mais os seus resultados e possibilidades de ganhos. Não se esqueça de considerar na sua pesquisa que há produtos que são mais fáceis de vender do que outros.

Isso impactará também na procura de anunciantes para o seu canal. Se o seu canal não oferece nada que possa atrelar a uma venda, o anunciante não vai te procurar para fazer uma publicidade no seu canal. Identifique dentro do seu nicho produtos que sejam mais lucrativos para você e que sua audiência compraria. E quando falamos de vendas, a melhor estratégia para quem quer começar sem gastar muito é vender como afiliado. Estude nas principais plataformas quais produtos podem ser ofertados para a sua audiência. Analise não apenas uma plataforma, mas todas as que você puder ofertar algo. Então pesquise plataformas como Hotmart, Eduzz, Amazon, eBay entre outras. Lembre-se de pesquisar e levantar o maior número de informações e dados não apenas sobre o mercado, mas também sobre a sua audiência.

4. DEFINA UM NICHOU SUBNICHOU

O que nós fizemos até agora?

- Identificamos nichos que gostamos e listamos todos eles.
- Analisamos as possibilidades de ganho em cada um dos nichos e eliminamos da lista os que não há possibilidades de ganhos financeiros.

- Pesquisamos e analisamos cada um dos nichos listados.

Agora é o momento de definir o seu nicho ou o seu subnicho com base no maior potencial de mercado. Isso significa maiores possibilidades de vendas!

Lembre-se que mesmo que você comece com um subnicho, nada impedirá que com o tempo você expanda os seus negócios. Comece pequeno, mas pensando grande!

E como dica final, preciso te falar que existem duas categorias para nichos e duas categorias para clientes.

Em nichos temos os perpétuos (aquele nicho que você consegue vender continuamente o mesmo produto ou vários produtos para o seu cliente) e os de oportunidades (aquele nicho que você faz uma venda e dificilmente conseguirá vender novamente).

Já em cliente nós temos os desesperados (que precisam solucionar um problema imediatamente) e os apaixonados (que possuem alto grau de interesse por afinidade, como hobby ou entretenimento).

Saber combinar as possibilidades te dará maiores oportunidades de ganhos financeiros.

	CLIENTE DESESPERADO	CLIENTE APAIXONADO
NICHO DE OPORTUNIDADE	<p>Aqui você poderá atuar em segmentos como tutoriais, por exemplo. São pessoas que visitam o seu canal para solucionar um problema imediato e podem não voltar a comprar nada.</p> <p><i>Possibilidade de ganho: \$.</i></p>	<p>Aqui você poderá atuar reviews, unboxing, eletrônicos entre outros. São pessoas que gostam do conteúdo e podem comprar mais produtos que você oferta.</p> <p><i>Possibilidade de ganho: \$\$.</i></p>
NICHO PERPÉTUO	<p>Aqui você poderá atuar no mercado de dinheiro e saúde. São pessoas que buscam uma solução imediata para um problema e podem continuar comprando os seus produtos.</p> <p><i>Possibilidade de ganho: \$\$\$\$.</i></p>	<p>Aqui você atuar no ramo de entretenimento como mercado pet, aeromodelismo, games entre outros.</p> <p><i>Possibilidade de ganho: \$\$\$.</i></p>

Como você pode ver, cada combinação de nicho e cliente lhe trará possibilidades de ganhos financeiros, mas alguns são mais promissores do que outros. Então estude muito bem o seu mercado e a sua audiência. Defina seu nicho ou subnicho e mantenha-se firme no foco! Ei Nerd já foi pequeno uma vez e hoje... bom, você sabe o que é hoje!

+++++
Peter Jordan

JORNADA DA MONETIZAÇÃO

**YOUTUBE
MILIONÁRIO**

Velho e Sábio que muitos acham que é apenas um Youtuber, mas ele vive de Internet desde 1.999 e possui diversos negócios online, entre os mais famosos são o site Cifras e os canais Ei Nerd, Peter aqui e Nerds de Negócios.



/einerdtv



@peterjordan100



@petjordan



@petjordan

“E esse é o meu desejo para o seu canal: foco, persistência e sucesso! Juntos chegaremos lá!”

