



Aula 17/04/2024

Nichar ou não: eis a questão



O que é nicho

Existem várias definições, mas vamos simplificar: é uma parte do mercado.

Quem é o nosso mercado: empresas e profissionais autônomos.

Uma parte deles, por exemplo, pode ser:

Infoprodutores

Manicures

Dermatologistas

Profissionais da saúde



Ou seja:

Quando você nicha, você escolher ser social media de um segmento específico.

Não necessariamente uma profissão, como social media de pediatras. Pode ser também um tipo de profissional, como infoprodutores (que são pessoas que vendem produtos digitais).

Quando nichar

Na minha opinião, em 3 casos:

- Você trabalhava nessa área que deseja atender. Exemplo de uma Maravilhosa: ela era enfermeira de UTI neonatal e, hoje, é social media de pediatras (pois tem mais mercado que enfermeiras e os conhecimentos são bem parecidos).
- Você atendeu clientes nessa área e gerou resultados.
- Você se identifica com essa área, tem facilidade em criar conteúdo e foi se especializando ao longo do tempo.

Benefícios de nichar:

- Você tem mais facilidade para criar conteúdo, sua produção é mais rápida e assertiva.
- Você cria conteúdos melhores e, consequentemente, gera mais resultados.
- Você se torna referência na área.
- Os seus clientes começam a indicar os colegas de profissão, acaba ficando mais fácil fechar clientes.

Prejuízos de nichar:

- Precisa ter muito cuidado para não ter conteúdos iguais ou extremamente parecidos. Principalmente se lançar uma novidade: pra qual cliente você vai fazer um conteúdo? Pra todos? Beleza, mas qual abordagem em cada um? Fica uma saia justa.
- Clientes podem achar ruim justamente por isso. Enquanto alguns pedem experiência no nicho, outros preferem exclusividade.
- É mais difícil conseguir clientes no começo.

Desafio

- Pose de filósofa justamente pra você refletir sobre isso: pra você, vale a pena nichar?

