

## Nicho de Mercado

### NOTAS IMPORTANTES

1. Un nicho de mercado es aquel conjunto de prospectos de clientes, que están dispuestos a pagar, por el producto o servicio que ofreces la cantidad que necesitas para que tu negocio sea rentable.

2. Elegir tu nicho de mercado es muy importante. Si no lo haces correctamente, tu negocio tendrá serios problemas para lograr el éxito financiero.

Incluso puede llegar a un fracaso completo, el cual es el peor escenario y al que nadie quiere llegar.

3. Si el producto o servicio que deseas ofrecer ya existe, tienes que saber dónde encontrar a tus prospectos de clientes ideales. Lo cual no siempre es tan obvio como puede parecer, necesitas hacer un estudio concienzudo de esto para tener la seguridad de que vas por buen camino.

4. En el caso de que el producto o servicio que venderás sea innovador, es mejor asegurarte de que se creó pensando en cubrir un deseo o solucionar una necesidad de un nicho de mercado específico.

En caso contrario estás arriesgando tiempo y dinero que muy probablemente pierdas en el intento de iniciar un negocio sin saber si el producto o servicio realmente cubre una necesidad o deseo del mercado.

5.- Cubriendo las necesidades o deseos del mercado

Seguramente los dos puntos anteriores pueden parecer obvios, pero muchas veces olvidamos que nuestro producto o servicio debe cubrir una necesidad o deseo del mercado.

Notas tomadas del artículo "[Nicho de Mercado, ¿Qué es y para qué sirve?](#)" Autor: Ing. Edgardo Moya

Publicado en [www.ConsultorEmpresarial.com](http://www.ConsultorEmpresarial.com)

© [www.ConsultorEmpresarial.com](http://www.ConsultorEmpresarial.com)

Nuestro producto o servicio no es para todo el mundo, si así lo piensas, muy probablemente, tendrás problemas para hacer rentable tu negocio.

6.- Sea cual sea el nicho de mercado seleccionado, tiene ciertas características como:

- Edad
- Genero
- Nivel socioeconómico
- Nivel cultural
- Lenguaje particular

¡Sí!, cada nicho de mercado puede tener un lenguaje particular probablemente lleno de tecnicismos o de términos coloquiales.

Y cuando te dirijas a ellos tienes que hablarles en su propio lenguaje.

7.- ¡Si quieres ser todo para todos, terminas siendo... nada!

Un producto o servicio raramente puede ser considerado como algo que todo el mundo comprará y consumirá.

Esto por varias razones, entre ellas:

- Rango de edad de los consumidores.
- El precio que están dispuestos a pagar.
- Calidad del producto o servicio.
- Facilidad de uso o consumo.
- Estatus.

Debes tener muy claro a quién le vas a vender y enfocarte totalmente a ese grupo para tener éxito.