

m Correo Magnífico

EL PODER DEL E-MAIL

UN PLAN PASO-A-PASO RÁPIDO, ECONÓMICO Y
FÁCIL DE LOGRAR RESULTADOS!



UN CURSO DE DANIEL KATZ



MÓDULO 1

**ENCUENTRA TU
NICHOS Y EMPIEZA
ESTE CAMINO JUNTO
A NOSOTROS!**

MÓDULO 1 – ENCUENTRA TU NICHOS DE MERCADO

3

¿QUÉ ES UN NICHOS DE MERCADO?

5

REQUISITOS PARA UNA ÓPTIMA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

6

FACTORES DE SEGMENTACIÓN

8

5 CONSEJOS PARA ELEGIR UN NICHOS DE MERCADO RENTABLE

12

3 HERRAMIENTAS PARA ENCONTRAR UN NICHOS DE MERCADO

21

NICHOS DE MERCADO RENTABLES A DÍA DE HOY

¿QUÉ ES UN NICHO DE MERCADO?

INTRODUCCIÓN BÁSICA AL CONCEPTO DE NICHO DE MERCADO

PUNTO DE PARTIDA

Cómo en cualquier tipo de decisión que tomamos en la vida, debemos encontrar el enfoque, y el camino que queremos seguir.

En el mundo de los negocios, y en nuestro caso, las campañas de e-mail marketing, debemos establecer una hoja de ruta, y el primer punto indispensable, es nuestro COI, (Cliente Objetivo Inicial).

IMPACTO

El impacto de esta decisión, radica en que todo el transcurso de nuestro negocio dependerá directamente de a quién enfoquemos nuestras campañas de e-mail..

Tenemos que encontrar, las vías y maneras primero para elegir cuál va a ser nuestro perfil seleccionado, y cómo estudiar si nos interesa trabajar hacia él.



DESARROLLO

Nosotros dede Correo Magnífico, vamos a explicaros las características de la segmentación de mercado, os vamos a dar consejos y herramientas para localizarlos y poder escoger los que sean más beneficiosos para vuestros negocios y proyectos en red.

"EN ESTE MÓDULO ENCONTRARÁS HERRAMIENTAS, GUÍAS Y CONSEJOS PARA ENCONTRAR, SELECCIONAR Y DESARROLLAR ESTRATEGIAS ENFOCADAS A TUS FUTUROS CLIENTES."

El término de nicho de mercado es utilizado en todos los aspectos y variantes del MARKETING.

Es en esencia, uno de los puntos iniciales, en la creación de cualquier negocio o proyecto, y adquiere una mayor relevancia, en negocios on-line, ya que no solo nos permite una clasificación de los clientes, por gustos, elementos en común, sino que nos permite un mayor conocimiento de los mismos, y nos proporciona información de sus hábitos y necesidades.

Pero, **¿Qué es realmente un nicho de mercado?**

En su definición más académica un nicho de mercado se considera como "Una porción bien definida de un segmento de mercado mayor. Dentro de la segmentación de mercado las personas comparten características y necesidades similares."

Es decir, son grupos de personas clasificados por sus características comunes.

Nuestra tarea inicial es la de buscar que características son las que nos interesan de un grupo de individuos y a partir de ahí encontrar cuáles nichos de mercado tienen esas características, encontrar necesidades que no estén siendo satisfechas, y si nuestra competencia, quienes lo están tratando de hacer o ya lo están realizando, no lo hacen de una forma adecuada.

"EN ESTE MÓDULO ENCONTRARÁS HERRAMIENTAS, GUÍAS Y CONSEJOS PARA ENCONTRAR, SELECCIONAR Y DESARROLLAR ESTRATEGIAS ENFOCADAS A TUS FUTUROS CLIENTES."

En este punto, podréis tener preguntas acerca de la selección de un nicho de mercado.

A continuación vamos a daros, algunas de las características que nosotros consideramos son básicas, para la elección de un buen nicho de mercado.

Estas características os ayudarán a la hora de identificar y clasificar los nichos de mercado que podéis llegar a considerar más relevantes e interesantes, para vuestro proyecto on-line, en nuestro caso, nuestro proyecto de E-mail Marketing.

Los elementos y características más importantes que debe tener un nicho de mercado son las siguientes:

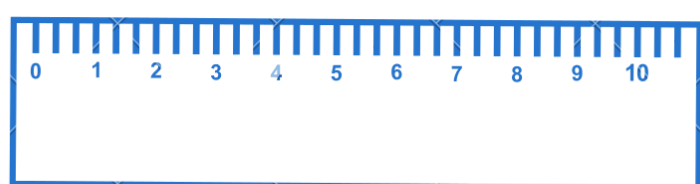
- 1 DEBE CONSIDERARSE UNA PORCIÓN BIEN DEFINIDA DE UN SEGMENTO DE MERCADO MAYOR**
- 2 DEBE CONSIDERARSE UN CONJUNTO DE PERSONAS O EMPRESAS BIEN DEFINIDO**
- 3 DEBEN COMPARTIR NECESIDADES SIMILARES**
- 4 DEBEN DEMOSTRAR INTERÉS EN CUBRIR SUS NECESIDADES**
- 5 DEBEN DEMOSTRAR TENER LA CAPACIDAD ECONÓMICA PARA PODER SATISFACER SUS NECESIDADES**
- 6 EL MERCADO DEBE TENER UN TAMAÑO ADECUADO Y UNA ACCESIBILIDAD INDICADA PARA LA ENTRADA DE NUESTROS SERVICIOS**



REQUISITOS PARA UNA ÓPTIMA SEGMENTACIÓN DE MERCADO

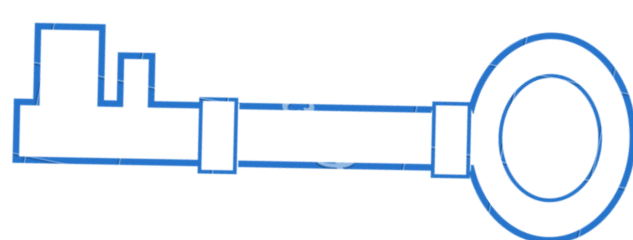
Para nosotros, existen 3 requisitos indispensables, para que la segmentación de mercado, y el nicho obtenido sean óptimos. Tiene que ser, **MEDIBLE, ACCESIBLE y SUSTANCIAL.**

MEDIBLE



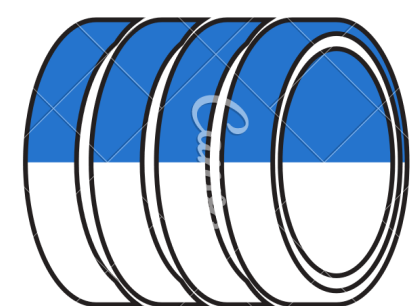
Nosotros entendemos por medible que el nicho de mercado, **se puede definir y determinar** por aspectos como tamaño, perfiles de los componentes de cada segmento y poder de compra. Elementos que dan características comunes a los individuos del nicho.

ACCESIBLE



El nicho de mercado tiene que ser accesible, **tener una vía de entrada libre de complicaciones**, que se pueda llegar a las personas o empresas que lo forman de forma eficaz, con todas las herramientas y estrategias de marketing que vamos a desarrollar.

SUSTANCIAL



Para nosotros que el nicho sea sustancial nos indica que, **el nicho de mercado tiene que ser lo suficientemente grande y rentable**, como para que podamos ofrecer nuestros servicios y productos a los miembros del nicho de mercado.

FACTORES DE SEGMENTACIÓN

Los factores de segmentación, nosotros los entendemos cómo las diferentes preguntas, que podemos hacer directamente a los nichos de mercado, y que ellos nos responden para poder entender mejor, quién los conforma, cómo actúan y cómo piensan.

Estos factores de segmentación, **nos ayudan a reducir, a acotar nuestra búsqueda del tipo específico de personas a las cuáles enfocar nuestro negocio on-line.**

También es usado para la localización de Clientes Objetivos Iniciales y Potenciales, en cualquier tipo de negocio o empresa.

Los más importantes, os los vamos a enumerar aquí, en la siguiente página os vamos a dar algunas de sus características principales.

GEOGRÁFICO

**USO DEL
PRODUCTO**

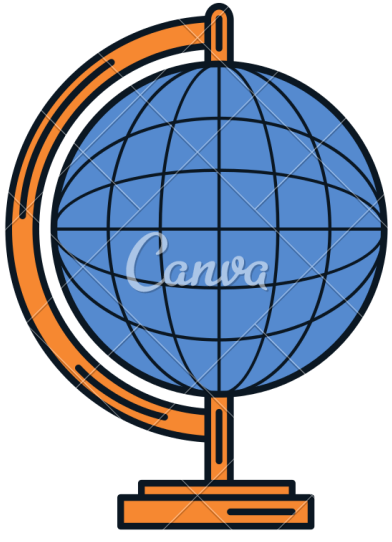
DEMOGRÁFICO

**ESTILO DE
VIDA**

PSICOLÓGICO

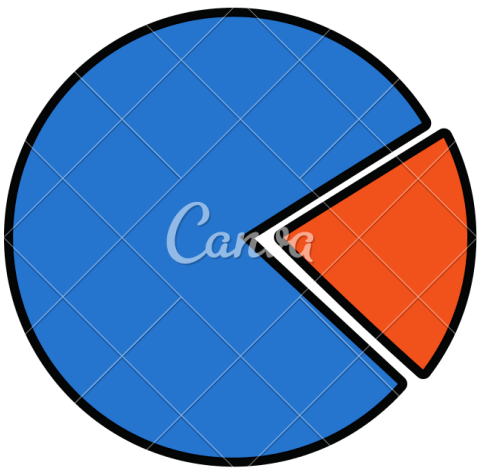
**BENEFICIOS
DEL PRODUCTO**

FACTORES DE SEGMENTACIÓN



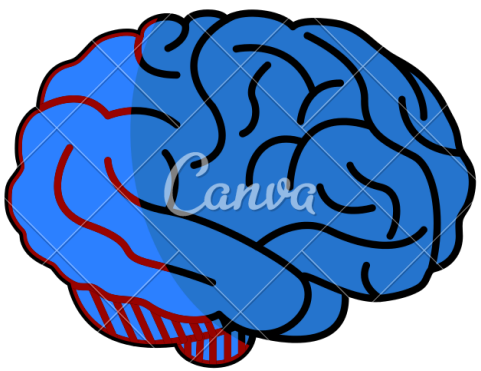
GEOGRÁFICO

- Áreas de distribución del producto
- Diferencias culturales
- Movilidad Geográfica



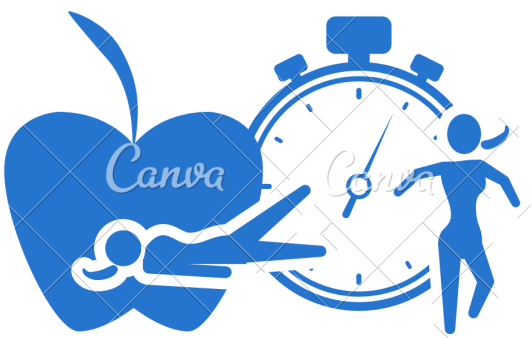
DEMOGRÁFICO

- Edad
- Sexo
- Nivel educación
- Renta Doméstica
- Clase Social
- Estado



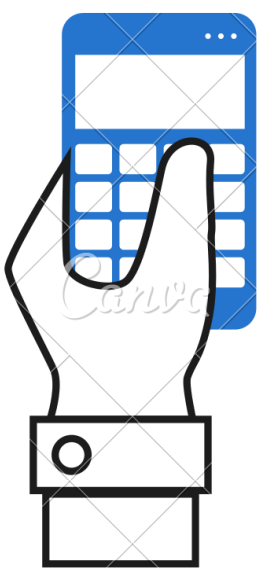
PSICOLÓGICO

- Personalidad
- Estilo de percepción
- Actitudes acerca de si mismo



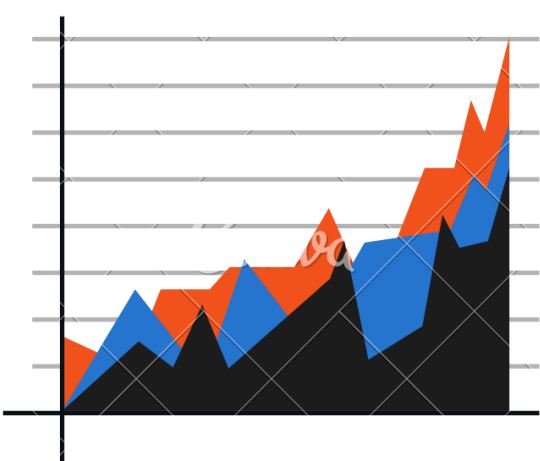
ESTILO DE VIDA

- Grupos de referencia
- Roles Sociales
- Correlación entre variables Demográficas y Psicológicas.



USO DEL PRODUCTO

- Frecuencia de uso para un producto
- Lealtad a la marca
- Actitudes hacia el producto



BENEFICIOS DEL PRODUCTO

- Rendimientos o prestaciones esperadas
- Necesidades cubiertas por el producto
- Percepciones de marca
- Satisfacción

5 CONSEJOS PARA ELEGIR TU NICHOS DE MERCADO

1 CUÁLES SON TUS CONOCIMIENTOS, APTITUDES & VENTAJAS COMPETITIVAS

Lo primero que tienes que realizar en este momento, es identificar, e interiorizar cuáles son tus **fortalezas, capacidades, talentos y recursos.**

Puede ser un punto complicado de inicio, un consejo que te damos nosotros, si en algún momento te quedas en blanco, es que acudas a amigos o familiares, compañeros de trabajo, cualquier persona que te conozca.

Ellos van a ser capaces de identificar en ti, tanto virtudes, como desventajas, lo cuál va a ser muy provechoso para lo que está por venir.

2 QUÉ ES LO QUE TE MOTIVA, ESPECIALIZÁTE!

En este punto es muy importante, que sigas con la introspección que te proponíamos antes en el apartado anterior.

¿Qué es lo que te motiva, que te gusta, qué te atrae?

Identificalo, mimalo, y aplícalo para poder encontrar tu nicho y segmentación indicado para tí.

Escoge el nicho en el que te sientas más a gusto, y sigue hacia adelante.

5 CONSEJOS PARA ELEGIR UN NICHOS DE MERCADO RENTABLE

3 ¿TIENE FUTURO EL NICHOS QUE HAS ELEGIDO?

Desde Correo Magnífico te recomendamos **Investigar, Analizar y Elegir**, al menos 2-3 nichos de mercado que te resulten atractivos.

A continuación te ofrecemos un listado de preguntas, que nosotros realizamos para comprobar el futuro de los nichos preseleccionados.

- ¿Existe la necesidad real de compra?
- ¿Hay empresas o negocios atendiendo este nicho?
- ¿Cuál es el número de negocios atendiendo el nicho?
- ¿Es suficientemente grande el tamaño del nicho?
- ¿Hay un nivel de riesgo elevado ?
- ¿Tiene temporalidad este mercado?

4 ¿ESTÁS CAPACITADO PARA OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO A ESTE NICHOS?

Este punto nos permite averiguar, si nuestros productos realmente, pueden ofrecer una solución a las necesidades de nuestros Clientes Potenciales.

Te ofrecemos de nuevo las preguntas para que averigues si tus productos son adecuados a la necesidades de este nicho.

- ¿Tiene fácil vía de entrada el nicho elegido?
- ¿Son muy elevados los costes de penetración de este mercado, deberán hacerse inversiones posteriores?
- ¿Tienes una ventaja clara, en relación a tu competencia?

5 CONSEJOS PARA ELEGIR UN NICHO DE MERCADO RENTABLE

5 ¿TE VAS A SENTIR A GUSTO ATENDIENDO ESE NICHO DE MERCADO?

Este es un punto muy subjetivo, pero al fin y al cabo el más importante en todo este camino eres tu mismo.

No hay nada mejor que dedicarse a lo que nos gusta.

Con esa premisa es muy importante que identifiques, **los productos y servicios que más se adapten a ti.**

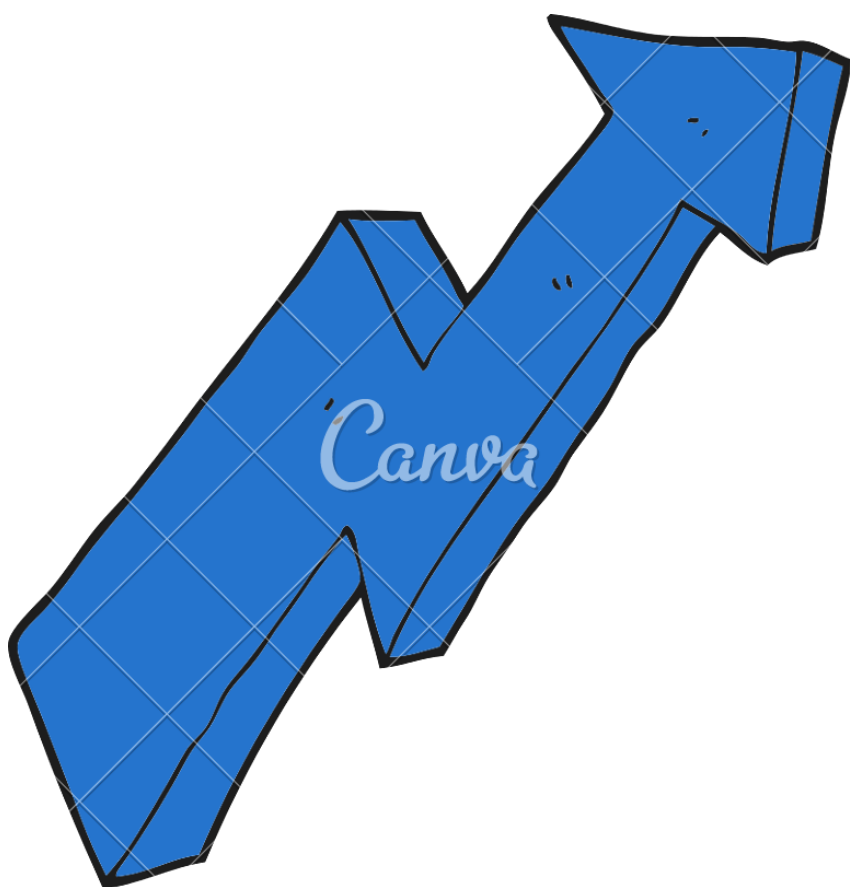
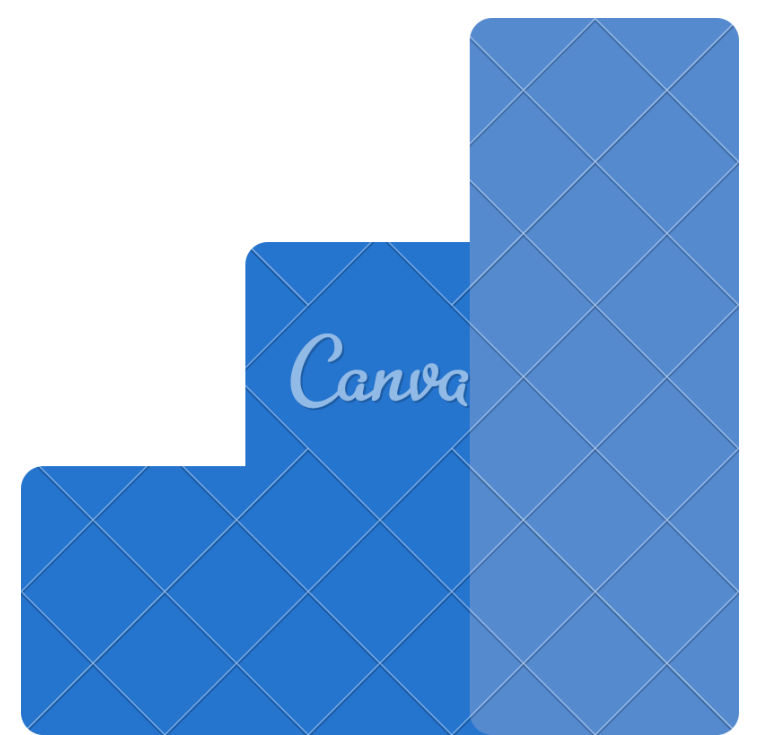
De misma forma, debes **identificar y trabajar con los nichos de mercado con los que te sientas más identificado** o más a gusto con ellos.

El camino que quieres emprender es una carrera de fondo, vas a dedicarle horas, y mucho esfuerzo.

Es importante identificar, que lo que no nos gusta esta relacionado con la gente que atendemos y con los productos que les ofrecemos.

Mantén el foco de importancia a que quieres hacer y cómo quieres hacerlo.

3 HERRAMIENTAS PARA ENCONTRAR UN NICHOS DE MERCADO RENTABLE



3 HERRAMIENTAS PARA ENCONTRAR UN NICHOS DE MERCADO RENTABLE

Te ofrecemos 4 maneras que empleamos en Correo Magnífico, para seguir haciendo el estudio, de búsqueda de un nicho adecuado para nuestro negocio de e-mail marketing.

No son, tan sólo herramientas individuales, sino que cuando se combinan hacen una función de filtrado primordial para ir seleccionando nuestros nichos favoritos.

Creemos que os pueden dar muy buenos resultados, y por eso os la presentamos.

Las 4 maneras que hemos seleccionado para este módulo, son las siguientes.:

Tu experiencia profesional y tu día a día

Google Correlate

Google Trends

Tendencias en webs de referencia

3 HERRAMIENTAS PARA ENCONTRAR UN NICHOS DE MERCADO RENTABLE

1 EXPERIENCIA PERSONAL & PROFESIONAL

La experiencia personal, ofrece un valor incalculable en un proceso de elección cómo el que tenemos por delante. Te proporciona, el conocimiento sobre ti mismo, acerca de tus virtudes, y tus faltas, de lo que te gusta de lo que te disgusta, y sobretodo de cómo actúas y te enfrentas a los retos que tienes por delante.

Tus estudios, tu formación y tu experiencia laboral previa, te da los conocimientos y herramientas que has ido acumulando durante todos esos años de preparación,

Con estas dos combinadas, puedes ser capaz de identificar, que quieres hacer, cómo hacerlo, y sobretodo adaptarlo de la forma más perfecta a tí mismo.

En Correo Magnífico, entendemos que el éxito de una idea de negocio está en encontrar un problema que merezca la pena ser solucionado.

Así que en tu día a día, ¿qué problemas encuentras? Piensa en ello, y cuando tengas respuestas a esa pregunta, visualizarás la características que comparten esas necesidades y problemas, y que tipo de personas pueden tener esa misma problemática, es decir, un nicho de mercado.

3 HERRAMIENTAS PARA ENCONTRAR UN NICHOS DE MERCADO RENTABLE

2 GOOGLE CORRELATE

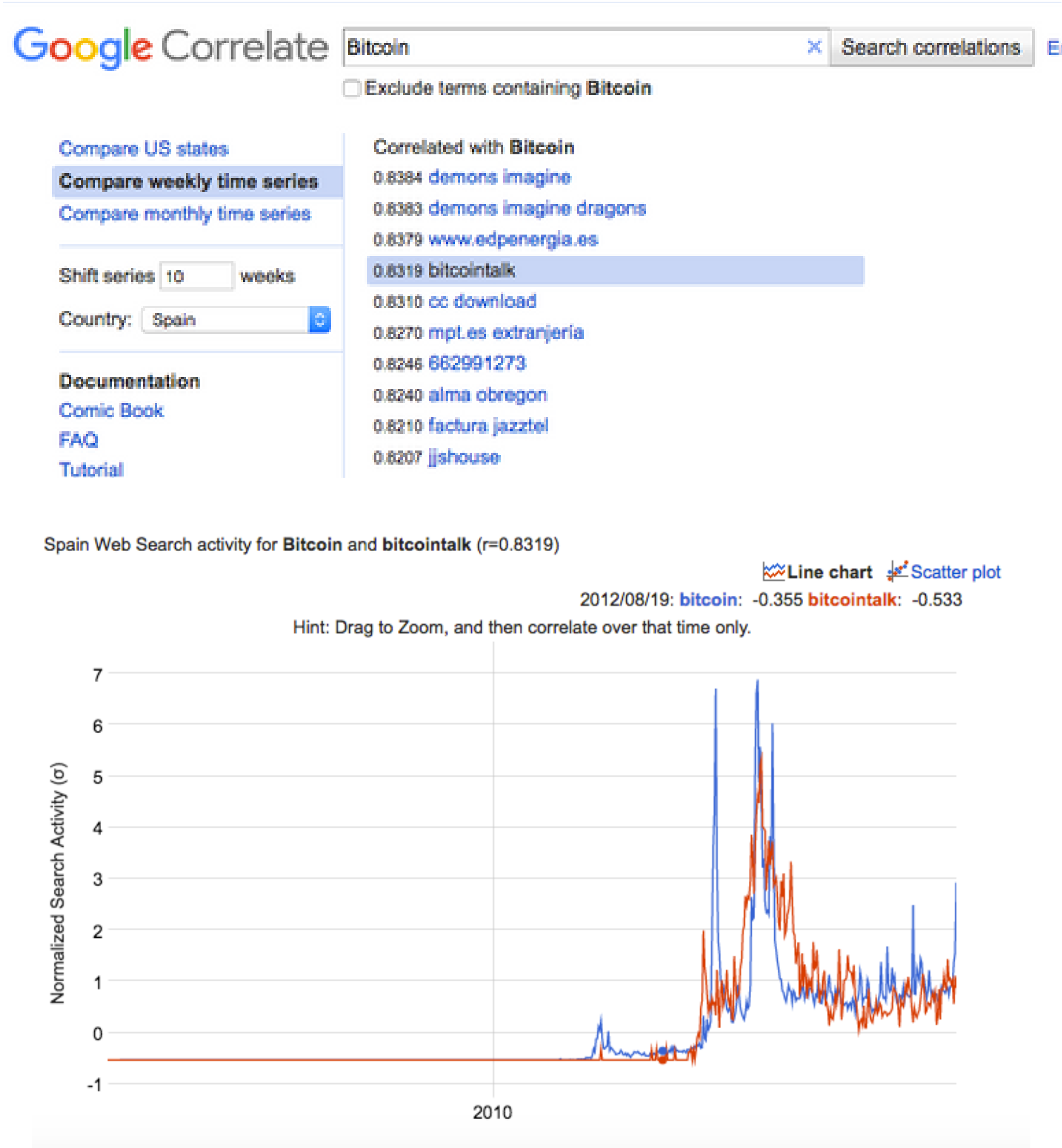
Google Correlate es una herramienta gratuita que nos proporciona google que nos permite encontrar la cantidad de búsquedas que se han realizado en un período de tiempo con las palabras claves que ingresamos, y también otras opciones extra que la herramienta considera que tienen un elevado nivel de correlación con el término que hemos introducido.

Con esta herramienta, podemos averiguar:

- **Nivel de interés de búsqueda en un espacio de tiempo**
- **Si el término sigue en auge, o está dejando de ser interesante.**
- **Términos de relevancia, y con un amplio grado de correlación**

Os ponemos un ejemplo para que podáis ver tanto , los niveles de interés, términos correlativos, y si esta en auge. Vamos a utilizar el término, BITCOIN, en España.

3 HERRAMIENTAS PARA ENCONTRAR UN NICHO DE MERCADO RENTABLE



Cómo podeis comprobar, en nuestro país fue un término muy buscado hace unos 2-3 años, y ahora está volviendo a coger fuerza.

Uno de los términos que nos da de muy buena correlación es el de bitcointalk, una plataforma donde se hablan de temas relacionados con BITCOIN.

Para concluir, con esta herramienta seréis capaces de encontrar, términos que estén relacionados con lo que estáis buscando en vuestros nichos, y además averiguar si ahora suscita ese interés que estamos buscando.

3 HERRAMIENTAS PARA ENCONTRAR UN NICHO DE MERCADO RENTABLE

3 GOOGLE TRENDS

Google Trends también es una herramienta de libre acceso y gratuita que nos ofrece Google. Nos Permite conocer el nivel de búsqueda de un término (keyword) durante un período de tiempo determinado.

También nos permite identificar las variaciones en las búsquedas en valores relativos.

¿Hasta aquí parece que google trends & Google correlate son prácticamente identicos, cierto?

Los elementos diferenciadores que nos ofrece Google trends son los siguientes:

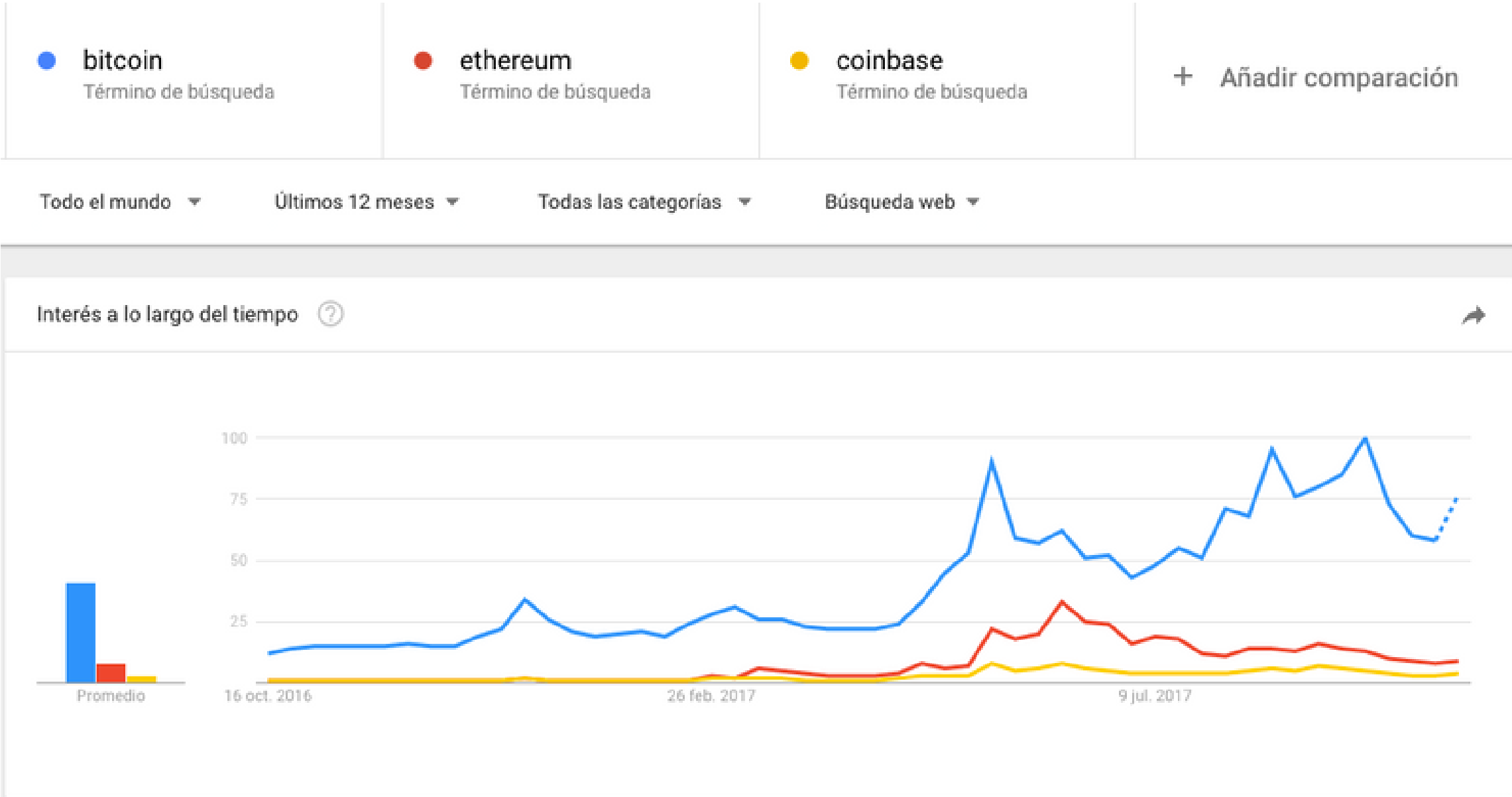
- Nos ofrece la posibilidad de comparar de dos a cinco términos y poder identificar, en valores relativos, el desarrollo de cada uno de ellos.

Ahora os vamos a enseñar coo resulta de útil esta herramienta y la información que nos ofrece.

Seguiremos con el ejemplo que hemos utilizado en la herramienta Google Coorelate, BITCOIN, y añadimos los términos ETHEREUM & COINBASE.

5 HERRAMIENTAS PARA ENCONTRAR UN NICHO DE MERCADO RENTABLE

Interés a lo largo del tiempo



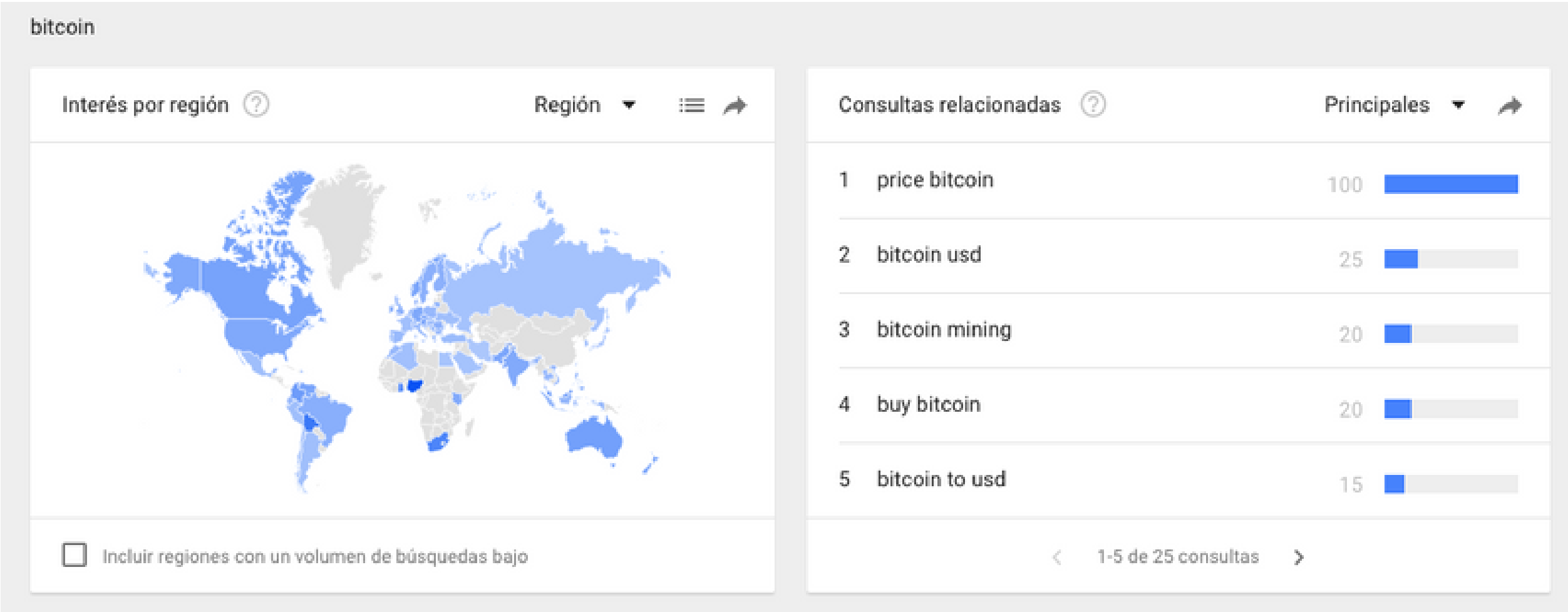
Interés por Región



Esta es la información que obtenemos de la plataforma de una forma global, con los tres términos que hemos relacionado. A continuación os vamos a enseñar la información que nos proporciona de forma individual a cada uno de los términos introducidos.

3 HERRAMIENTAS PARA ENCONTRAR UN NICHO DE MERCADO RENTABLE

Interés Por región y Consultas principales Relacionadas



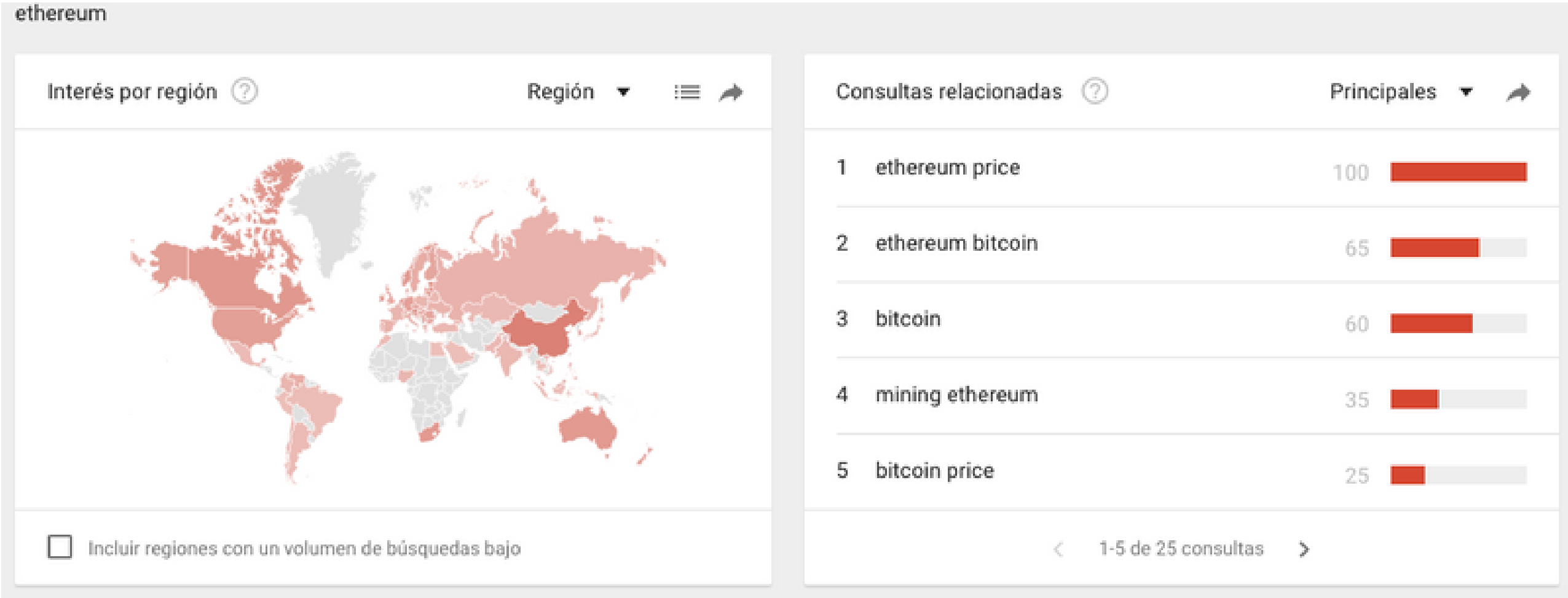
Interés Por región y Consultas principales Relacionadas



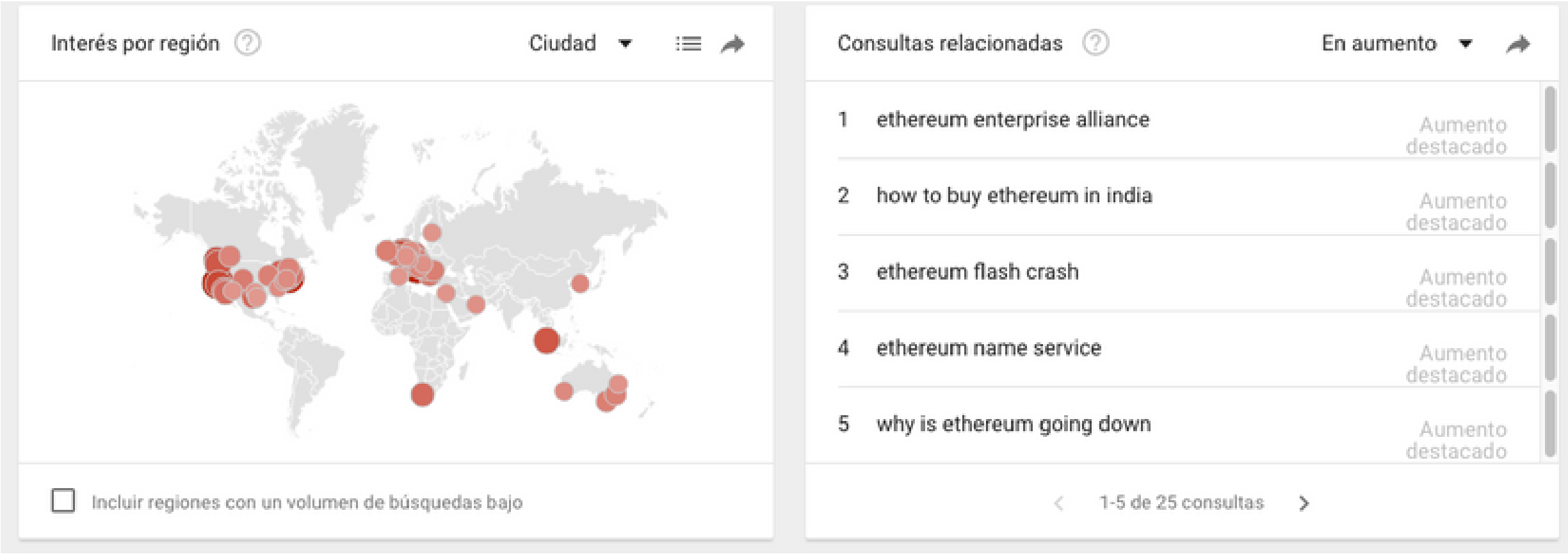
Por cada selección la plataforma nos proporciona información sobre en que países se están realizando más consultas acerca de ese tema, cuales son las consultas principales relacionadas, cuál es el interés por ciudad y también que búsquedas son las que más crecimiento están teniendo actualmente.

3 HERRAMIENTAS PARA ENCONTRAR UN NICHO DE MERCADO RENTABLE

Interés Por región y Consultas principales Relacionadas



Interés Por región y Consultas principales Relacionadas



Con esta herramienta, finalizamos nuestras herramientas recomendadas, esperamos que os hayan sido de uso, y que la sigan siendo en vuestras futuras búsquedas de nichos de mercados y keywords de relevancia.

EJEMPLOS DE NICHOS DE MERCADO QUÉ SON RENTABLES A DÍA DE HOY

1 AFICIONES

Jardinería, Construcción Maquetas, Fotografía, Poker

2 PASIONES

Golf, Fútbol, Cocina, Fitness, Música

3 TENDENCIAS EN ALZA

Comida libre de gluten, Cryptomonedas, Viajes

4 ROMANCE Y AMOR

Citas Online, Atracción de la pareja adecuada, Consejeros Matrimoniales

EJEMPLOS DE NICHOS DE MERCADO QUÉ SON RENTABLES A DÍA DE HOY

1 AFICIONES

Jardinería, Construcción Maquetas, Fotografía, Poker

2 PASIONES

Golf, Fútbol, Cocina, Fitness, Música

3 TENDENCIAS EN ALZA

Comida libre de gluten, Cryptomonedas, Viajes

4 ROMANCE Y AMOR

Citas Online, Atracción de la pareja adecuada, Consejeros Matrimoniales

PARA FINALIZAR ÉSTE MÓDULO

EJERCICIO 1: ANIMESE A ENCONTRAR SU PRIMER NICHOS DE MERCADO PARA SUS CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING, SIGUIENDO LOS EJEMPLOS QUE ACABAMOS DE REVISAR JUNTOS

**SALUDOS, Y NOS
ENCONTRAMOS EN EL
SIGUIENTE MÓDULO**

DANIEL KATZ

 Correo Magnífico