



小企业如何有效挖掘与把握利基市场？

《妙传媒营销学堂》

*本文为妙传媒团队原创，请勿未经授权转载。



提到”Niche Market (利基市场)”，对营销不熟悉的朋友们可能会有些陌生。在商界，利基市场是个非常重要的概念与领域。那么什么是利基市场呢？

走利基市场路线的企业，通常会选定一个相对较小的产品或服务领域，集中力量进入并努力成为领先者，从当地市场到全国再到全球，同时建立各种壁垒，逐渐形成持久的竞争优势。

在广阔的市场中，大品牌们为凸显自身的产品服务优势各显神通，使竞争变得异常激烈。对于中小企业来说，避免在市场上与强大的竞争对手发生正面冲突，而采取的一种利用营销者自身特有的条件，选择被大企业轻视的小众市场，对该市场的实际需求给予全力满足，从而快速抢占市场，获得领先。这就是发展利基市场的过程。

在利基市场建立自己的王国，企业需要将自己定位为产品/服务的首选提供商。因为与广泛的利基市场相比，狭窄的利基市场，竞争少，更容易统领消费者，所以企业需要这样的自信和定位。总结来说，利基市场的致胜策略是：深而准。

让我们来从以下四个方面来为大家详解利基市场：

- 1. 广泛利基VS狭窄利基
- 2. 如何进入你的利基市场
- 3. 如何把握你的利基市场
- 4. 将小市场做成大事业

Broad Niche V.S. Narrow Niche

Example industries	Broad niche	Narrow niche
Lawyers	Family law affairs	Family law affairs for cross-border marriage
Accountants	Accounting services for technology companies	Accounting services for tech startup companies with a scalable business model
Visa/Immigration Agents	Tourist visa services	Tourist visa services for those whose visa have been declined in the past
Restaurants	Chinese food & drinks	Chinese dumplings with beer
Finance services	Cash loans	24-hour cash loan with no credit check
Online retail	Household hardware	Table legs

1. 广泛利基VS狭窄利基

利基市场也有广泛和狭窄之分，举个例子。比说你是做律师行业的，专攻家庭法，这就是广泛利基市场。如果你的专长是跨境婚姻的家庭法律事务，这就是你的狭窄利基市场。以下是几个常见行业中体现广泛利基和狭窄利基区别的例子：

案例行业	广泛利基	狭窄利基
律师	家庭事务	涉及到跨境婚姻的家庭法律事务
会计	针对科技公司提供的会计服务	针对具备扩张潜力的科技初创公司提供的会计服务
签证/移民机构	旅游签证服务	针对被拒签人群的旅游签证服务
餐厅	中式餐饮	中式水饺配啤酒
经融服务	现金贷款	24小时无信用现金贷款
电商	家居用品	桌腿

你可能会问，我做所有和家庭法相关的业务不挺好吗？为什么还要分的这么细？我们可以记住这样的一个基本定律，越细小的利基市场，越相对容易取得商业成功。因为越窄越小，就越容易被人忽视，市场需求长期不被满足，顾客都如饥似渴呢。

由于狭窄利基市场份额小，市场复杂度较低，企业前期付出成本小，短时间内能完成市场调研目标，有利于企业快速了解和抢占市场。同时，企业可以掌握目标市场行为和消费者的切身需要，针对性的调整自己的产品和服务，从而满足客户的真正需求，是中小企业提高竞争优势的有力武器。

在一个人人都想当专家的市场供应链上，你的目标人群和商业需求抓得越有针对性，你才越有可能真得当上专家，成为那一个顾客痛点一犯，就马上想到你的市场领军人。



Reach the niche market

Understand the two key elements of any niche markets - Needs & Audience.



Needs

- Behaviour-focused element
- What do they do about their needs?
- Tools & platforms to use 📌



Audience

- Profile - focused
- Who are they?
- Tools & platforms to use 📌



2. 如何进入你的利基市场

在选择了准备进入的利基市场后，你需要考虑如何打开该市场。我们现在引入两大关键要素：需求和受众。

需求行为分析：通过研究消费群体在作出购买产品/服务决定时的行为模式，来确定你的切入点。比如用户通过搜索引擎来寻找服务/产品提供商，比如Google, YouTube, Amazon等。这些都是以搜索为导向的平台，同时也是设施相对完善的商家推广平台。

受众群体分析：通过深入了解你的目标市场人群特征，来确定你的切入点。把握用户的年龄性别，地理位置，生活阶段，兴趣以及其他特征等，在营销平台上勾勒出受众群，进行营销投放。Facebook等社交媒体营销工具有较强的受众勾勒能力，是以兴趣为导向的平台。



Capture the niche market

To capture the needs of your niche market audience, combine search engine with social media.

Google

Search marketing as the main driving force;

Social media marketing to complement in areas of -

- add credibility
- remarket to website visitors
- build brand community over time
- increase brand visibility in search results



Social media marketing as the main driving force;

Search engine marketing to complement in areas of -

- ensure that brand can be found easily
- brand terms are secured against competition on search engine
- niche market's burning needs are captured

3. 把握你的利基市场

准确把握利基市场的需求，结合该市场的消费者特征，通过有效的搜索平台和社交媒体投放，来达到精准营销的目标。这里给大家推荐两种推广模式：

1) 以搜索引擎为主驱动力，通过关键字拉入意向流量，再配合社交媒体辅助，增加品牌的公信力，实现对网站访客的品牌营销与再营销 (Remarketing)，建立品牌社群，同时增强品牌在搜索页面上的能见体积。

2) 以社交媒体为主驱动力，通过内容营销吸引受众兴趣，引发需求，进而配合搜索引擎辅助，让品牌能随时被用户找到，同时在实际搜索词中进一步探索市场需求，准确发现并把握迫切需求的增长。

有兴趣深入了解这两种营销模式的朋友们，可在阅读完本篇文章后，在妙传媒公众号(ID: MeowMedia)上参考更多关于谷歌推广与 Facebook/Instagram推广的原创文章。



What about putting a dent in the universe?

If you're a big idea kind of person, and your goal is to make an impact on the majority of the human race, you might think that a narrow niche market strategy is not for you.

Not true. Starting small with a narrow niche is not going to stand in the way of achieving your space goals. It will actually help you.

Apple's first product, the Apple I, was sold as an assembled circuit board without basic features such as a keyboard or monitor; while Amazon seems to have all the products on sale these days, they started by selling books. Later they extended their product lines using the niche market experience and skills. Our recommendations -

- Be world-class at your craft
- Niche market strategy & skills are transferable to other niche segments



4. 小市场也能做成大事业

如果你野心勃勃，有那种像乔布斯一样做出令世界惊艳的产品，在宇宙中撞出一个坑的雄心壮志，或许会觉得狭窄利基的方向并不适合你。

其实不然。选择从小众市场开始做起，并非让你与更伟大的梦想背道而驰。恰恰相反，如果成功开拓小众市场，你已经为自己挺进更大的市场打下了坚实的基础。

要知道苹果公司的第一款产品Apple 1，都不能叫做是电脑，它就是一块组装好的电路板，没有键盘或显示器等基本配件。当时并没有多少人看好这款产品或者个公司。而苹果赢在坚持，利用在利基市场获得的经验和技能，成功拓宽产品线直至今日。

亚马逊也是从卖书起家的，从一个类别的产品积累出了一整系列的经营模式与成功经验，然后复制到其他类别的产品，最终成为了现在基本什么都卖的巨大电商。

相信大家现在已经很好地理解了：所谓天下大事，必做于细。小市场同样能助你做成大事业。希望每一位商家与创业人，都能利用好现有利基市场积累的宝贵经验和技能，精益求精，做到行业领袖，继续不断拓展市场机遇与潜能。

