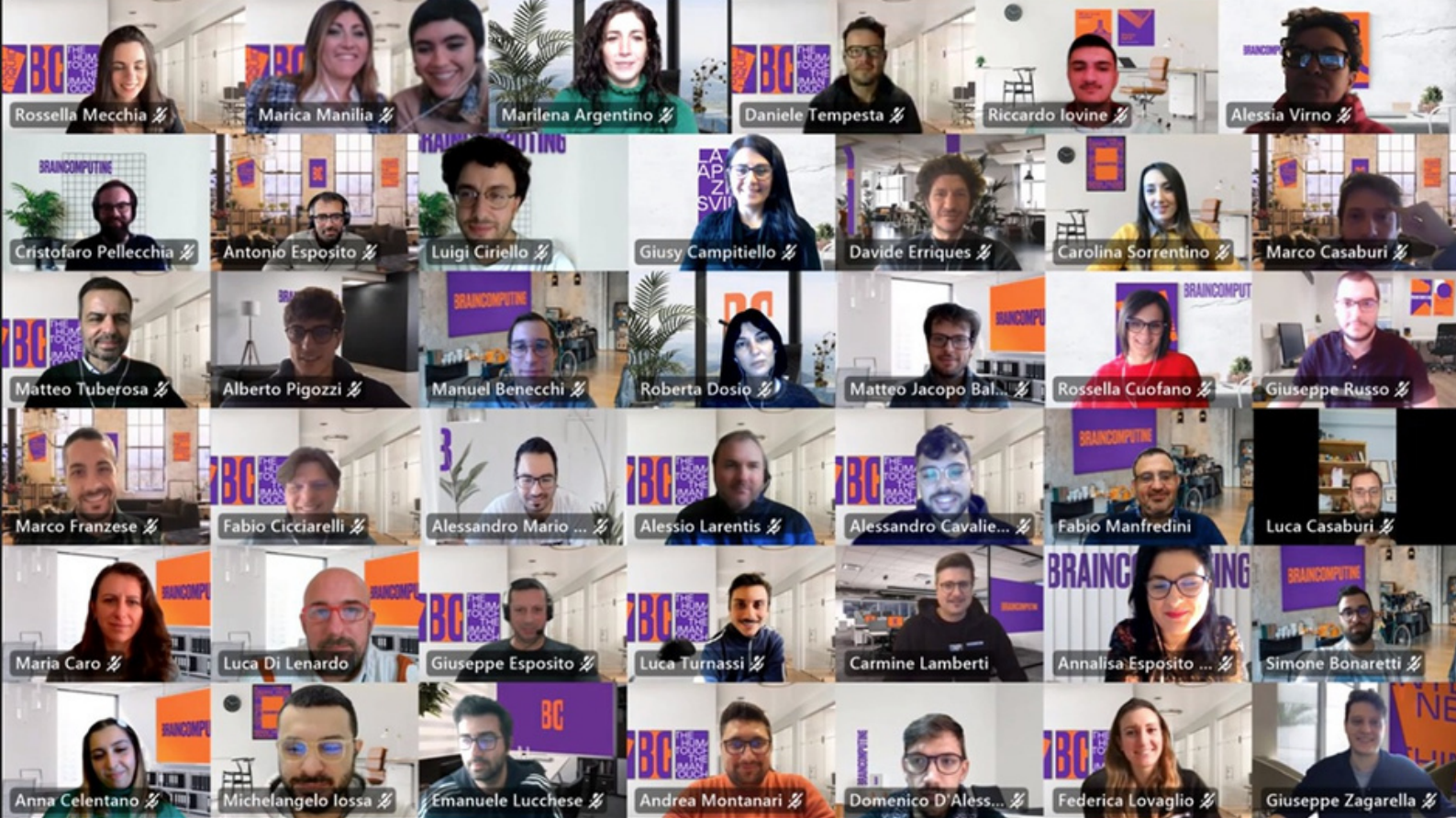


BRAINCOMPUTING

**Come trovare la tua nicchia nel
2023: strategie e consigli
vincenti**





INTRODUZIONE

BRAIN COMPUTING S.P.A.

Spesso viene posta la domanda su come individuare una nicchia profittevole su Internet o in un settore redditizio, che consenta di generare guadagni. Purtroppo, non esiste una risposta universale a questo dilemma, poiché dipende sia dalla persona che intende avviare un'attività, che dal tipo di nicchia nella quale si intende operare.

Tuttavia, la scelta di una nicchia redditizia è un processo molto complicato. Non esiste una soluzione unica, ma ci sono diversi approcci che possono essere utilizzati per trovare quella giusta.

L'obiettivo principale di questo e-book è quello di offrire abbastanza informazioni affinché chi cerca di avviare un'attività abbia un punto di partenza solido per prendere decisioni informate e riuscire ad individuare la nicchia adatta al proprio business.

CONTENTS

1
COME TROVARE LA TUA NICCHIA

2
OSSERVA I TUOI COMPETITOR

3
COME CERCARE ARGOMENTI ATTUALI

4
EFFETTUA UNA RICERCA DI MERCATO
REALE

5
CREA LA TUA “PAGINA DI RICHIESTA”

6
SCOPRI LE MIGLIORI IDEE DI PRODOTTO

CONTENTS

7
COME OTTENERE ABBONATI QUALIFICATI

8
CONCLUSIONI

BRAINCOMPUTING

1

C H A P T E R

**COME TROVARE LA
TUA NICCHIA**



Quando si sceglie una nicchia, esistono due possibili punti di partenza. Potresti cercare una nicchia o una sotto-nicchia, oppure un'angolazione all'interno della tua nicchia, perché hai già un interesse verso qualcosa.

Hai un interesse, ti piace, ma non sai se sia redditizio o meno?

Ricorda che, nel nostro settore, possiamo avere le migliori informazioni del mondo, ma se nessuno cerca quelle informazioni, non riusciremo mai a venderle.

Immagina di aver creato una nuova ricetta per un'insalata, ma è così disgustosa che nessuno vorrebbe mai mangiarla, né servirla. Potresti pubblicare la ricetta online, fare delle foto, darle un prezzo. Potrebbe essere una ricetta fenomenale. Ma nessuno la vuole, perché sa di essere disgustosa. Nessuno la cercherà online. E, dunque, non avrai acquirenti.

Se ti trovi nella situazione in cui dici: "Ho un interesse particolare. Voglio aiutare le persone. So che là fuori c'è qualcuno che ha bisogno di aiuto, ma non so esattamente come fare", sei nel posto giusto!

Insieme scopriremo come trovare la tua nicchia nel 2023, grazie alle nostre strategie e ai nostri consigli vincenti.

Ascoltiamo ogni giorno storie di successo alla radio o in televisione, sui blog o nei podcast.

"Tutto ciò che volevo era fare soldi. Ho trovato un amico che stava guadagnando in una nicchia particolare. Ho seguito i suoi passi e ora sto guadagnando anche io."

Quante volte avrai sentito questa frase?

Il problema è che questa è un'occasione rara. Una su un milione. Oppure una su due milioni!

Il punto è che, se vuoi entrare nel mondo degli affari solo per fare soldi, senza alcun interesse esterno, allora le tue possibilità di successo sono una su un milione o una su due milioni.

Spesso, quando le persone sentono queste probabilità, pensano: "Ehi, una persona l'ha fatto! Quindi, anche io posso farlo".

Per trovare una nicchia redditizia, devi partire dai tuoi interessi.

Dimentica i soldi, cerca online i luoghi in cui le persone hanno bisogni reali.

Poi lavora per soddisfare quei bisogni.

Man mano che li soddisfi, puoi cercare nicchie dove molte persone sono disposte a pagare.

Se ci sono molte persone che hanno quel bisogno e sono disposte a pagare, allora puoi fare buoni soldi vendendo in quella particolare arena.

Ma se parti solo dalla volontà di fare soldi, le tue possibilità di successo sono molto basse.

In passato, si poteva cercare online qualcosa che avesse molte ricerche ma pochi inserzionisti, perché la presenza di inserzionisti indicava che qualcuno stava guadagnando con quel prodotto o servizio.

Questo metodo non funziona più.

Oggi ci sono altre strategie da utilizzare, ma è molto più difficile reperire le informazioni sulle ricerche e sulla concorrenza.

Inoltre, molte aziende che vendono queste informazioni potrebbero fornirti dati vecchi di anni e farti credere che siano nuovi.

Esaminiamo il problema principale. Il punto fondamentale è che abbiamo bisogno di individui con bisogni e altre persone pronte a risolvere i loro problemi.

Per analizzare la situazione, un esempio offline può essere di grande aiuto: immaginiamo di voler aprire un ristorante nella nostra città.

Il primo passo per capire se c'è la necessità di un nuovo ristorante è dare un'occhiata alla scena presente in città. I ristoranti nel centro della città sono pieni di clienti?

Se alcuni posti sono vuoti mentre altri sono pieni, questo non significa necessariamente che non ci siano abbastanza persone affamate.

Potrebbe anche significare che la qualità del cibo servito nei posti vuoti non è buona. Tuttavia, se ci sono molti ristoranti pieni, probabilmente esiste una domanda di buon cibo nella città.

Il passo successivo è contare il flusso di persone che entrano nei ristoranti.

Se si decidesse di aprire un ristorante e il cibo servito è di alta qualità come quello degli altri ristoranti, si può avere una buona possibilità di generare una frazione di quel business.

In seguito, è possibile fare ulteriori indagini sulle attività dei vari ristoranti.

Supponiamo che ci siano dieci dipendenti che lavorano per un'ora e controllano quante persone entrano in ogni ristorante. Scopriamo che c'è una media di 97 persone il venerdì sera, ma alcuni ristoranti hanno 300 clienti e altri solo 5. Questo ci aiuta a capire se uno dei ristoranti ha un cibo migliore o più gradito rispetto agli altri.

In conclusione, questo approccio ci permette di fare ricerche sul mercato in modo sistematico e dettagliato.

Costruire un'attività nella vita reale o online richiede un impegno di tempo, denaro ed energia. Non esiste una formula magica per determinare se un'idea di business avrà successo o meno. Tuttavia, ci sono modi per testare l'idea prima di fare un grande investimento.

Ad esempio, se vuoi aprire un ristorante indonesiano in una città dove non ce ne sono, potresti iniziare con un banchetto lungo la strada per testare l'interesse delle persone per il cibo indonesiano.

Online, invece, il prezzo di ingresso è molto basso, il che significa che puoi testare molte idee di business senza spendere molto denaro.

Puoi acquistare un dominio, creare un sito web e iniziare a invitare persone nella tua nicchia specifica.

Puoi testare una nuova idea ogni mese per 12 mesi fino a trovare quella giusta per te.

Tuttavia, anche online, non esiste una formula magica per determinare l'interesse delle persone per un prodotto o un servizio. Devi fare ricerca, guardare gli annunci online e testare il mercato.

In sintesi, se vuoi costruire un'impresa di successo, devi metterci le mani tu stesso, testando il mercato.

Se sei disposto a fare questo, ci sono molte opportunità sia nella vita reale che online per costruire un'impresa di successo.

Alcune persone amano entrare in mercati in cui c'è poca concorrenza, dove solo due o tre persone generano guadagni interessanti. Tuttavia, questa strategia presenta un problema.

Se ci sono pochi concorrenti, probabilmente c'è poca domanda.

In ogni caso, questa regola generale non vale per tutti i settori, ma in molti casi è così.

Pensa di entrare nella tua pizzeria locale e di rivolgerti al proprietario dicendo:

"Sto pensando di aprire una pizzeria dall'altra parte della strada. Quante pizze vendi il venerdì sera?"

Probabilmente il proprietario ti guarderebbe male, e potrebbe addirittura chiamare la polizia per violazione di proprietà privata.

In rete è lo stesso: se qualcuno sta guadagnando denaro nella tua area di interesse, non vuole che tu o chiunque altro lo sappia.

Tieni a mente che, a volte, le persone fanno cose che sembrano indicare di non guadagnare molto, ma in realtà lo fanno.

Questo perché non vogliono che la concorrenza venga a conoscenza dei loro guadagni.

BRAINCOMPUTING

2

CHAPTER

OSSERVA I TUOI COMPETITOR



Supponiamo che vogliamo vedere se i siti web del tuo competitor stanno generando profitti.

Accediamo al sito e notiamo che ci sono molte inserzioni pubblicitarie, ma non ci sono tanti visitatori. Che succede?

In realtà, il proprietario sta pubblicizzando il sito web in modo casuale su 30 diversi siti con 30 diversi nomi di dominio per evitare che un singolo sito sembri particolarmente popolare.

Non c'è bisogno di vantarsi del numero di visitatori, anzi: il proprietario preferisce che i concorrenti non sappiano nulla.

Potrebbe anche pubblicizzarsi su grandi motori di ricerca o eseguire 30 diverse campagne pubblicitarie su 30 siti web differenti, vendendo la stessa cosa sotto 30 marchi diversi. In pratica, è il proprietario che crea la propria concorrenza. Ciò significa che, in realtà, c'è solo un proprietario che ha ottimizzato il flusso di traffico in modo tale da rendere difficile la concorrenza diretta. Anche se situazioni come questa sono rare, il concetto è realistico e accurato. Ma come fare per vincere anche in presenza di una forte concorrenza? Se una determinata azienda sembra aver acquisito completamente il mercato, è possibile che ci siano ancora esigenze non soddisfatte. Trovare queste lacune e queste esigenze insoddisfatte può essere il punto di partenza per creare un nuovo settore di nicchia.

Per iniziare a operare nella tua nicchia, il primo passo da compiere è quello di raccogliere iscritti: puoi farlo attraverso l'uso di pubblicità mirata, creando contenuti di qualità che attirino l'attenzione del tuo target e così via.

Successivamente, invia una email ai tuoi iscritti chiedendo quali sono i 2-3 principali problemi o domande che si trovano ad affrontare. In questo modo, otterrai numerose risposte e potrai individuare delle sovrapposizioni tra le varie problematiche espresse. Alcune persone risponderanno in modo particolarmente dettagliato, consentendoti di approfondire ulteriormente il dialogo con loro. Sfrutta queste idee per creare nuovi prodotti e per entrare in una nicchia, anche se il mercato risulta già saturo di concorrenti.

La ricerca di mercato può aiutarti a individuare dove si trova il tuo pubblico online, in modo da poterlo raggiungere in modo efficace e farlo entrare a far parte della tua lista di iscritti.

BRAINCOMPUTING

3

CHAPTER

**COME CERCARE
ARGOMENTI ATTUALI**



Se sei alla ricerca di argomenti interessanti e attuali, puoi rivolgerti alle riviste di successo aziendale. Acquista una copia di ciascuna di queste riviste, leggile attentamente, studiale e sorprenditi di quanto puoi imparare.

Mentre leggi, cerca i temi comuni. Se noti che 17 delle 20 riviste di business hanno un articolo sullo stesso argomento questo mese, allora è molto probabile che quell'argomento sia caldo. Infatti, se continui ad acquistare le stesse riviste ogni mese per un anno, probabilmente noterai che lo stesso argomento viene presentato ripetutamente. Questo perché è un argomento attuale e popolare.

Questo metodo è utile soprattutto per le piccole imprese, ma funziona anche in altre nicchie.

Ad esempio, se ti interessano temi come la perdita di peso, gli animali domestici, le auto veloci, i computer, l'artigianato, l'equitazione, l'addestramento dei cani o il sollevamento pesi e tanto altro ancora, cerca le riviste specializzate in questi argomenti.

Acquista diverse riviste ogni mese per qualche tempo e scoprirai rapidamente gli argomenti caldi nel tuo settore.

Infine, se noti che lo stesso inserzionista pubblicizza in molte delle riviste che hai acquistato, è probabile che stia guadagnando un sacco di soldi.

Quindi, se vuoi fare brainstorming per la tua attività, assicurati di tenere d'occhio gli argomenti popolari e gli annunci pubblicitari più frequenti.

BRAINCOMPUTING

4 CHAPTER

EFFETTUA UNA RICERCA DI MERCATO REALE



Il business online non è così semplice come molti credono.

L'idea che basti connettersi alla rete per avere in poche ore il proprio business avviato è sbagliata. In realtà, avviare un'attività online richiede lo stesso impegno e la stessa determinazione necessari per avviare un'attività offline.

È vero che ci sono barriere d'ingresso inferiori e che spesso si può lavorare da casa senza dover investire in costosi immobili e locazioni. Ma ciò non significa che sia più facile.

Il tasso di fallimento dei business online è altrettanto alto (se non superiore) rispetto a quello dei business tradizionali.

Non affidarti a report e ricerche altrui: è importante che tu effettui una tua ricerca di mercato personalizzata.

I nostri specialist ti consigliano di utilizzare Google Ads o Facebook Ads per indirizzare al tuo sito almeno 3.000 visitatori interessati al tuo argomento.

Non sottovalutare l'importanza della ricerca di mercato: è un passaggio fondamentale per il successo del tuo business online.

Non perdere tempo e sforzi in tentativi fallimentari.

Prenditi il tempo necessario per comprendere il tuo pubblico di riferimento e le sue esigenze.

Solo così potrai offrire prodotti e servizi di qualità e conquistare la fiducia dei tuoi clienti.

BRAINCOMPUTING

5

CHAPTER

CREA LA TUA “PAGINA DI RICHIESTA”



Per creare la tua "Pagina di Richiesta", dovrai preparare un modulo informativo che ti permetta di offrire un aiuto gratuito per risolvere un problema o fornire informazioni utili.

Chiedi ai visitatori della pagina di inserire il loro nome ed indirizzo e-mail per poterli inserire nella tua lista e-mail.

In questo modo potrai comunicare con loro.

A questo punto, chiedi loro di rispondere a tre domande per aiutarti a capire le loro esigenze e le loro sfide; ad esempio:

- Qual è la tua sfida più grande in (specificare il settore)?
- Quanto è stato difficile trovare una risposta a questo problema?
- Cosa significherebbe per te risolvere questo problema?

Attraverso la tua pagina di richiesta, puoi attirare traffico da Google Ads o annunci su Facebook e ottenere numerosi abbonati.

Tra di essi, potresti avere 170 persone che completeranno il modulo e ti diranno qual è il loro problema più grande.

Probabilmente, scoprirai che il 90% di essi ha un problema molto simile, il 50% ha un altro problema e il resto ne ha qualcuno sporadico.

Questa informazione ti permetterà di individuare le necessità non soddisfatte del mercato e costruire i tuoi prodotti su queste basi.

Puoi utilizzare semplici sondaggi via e-mail per approfondire i problemi che i tuoi abbonati stanno affrontando.

Ma perché dovresti farlo?

Perché crei un prodotto che risolve il loro problema. Poi crei un altro prodotto per risolvere il problema successivo e così via.

Ti ritroverai in poco tempo ad aver costruito un'azienda che vende perché soddisfa i bisogni reali delle persone.

BRAINCOMPUTING

6

CHAPTER

**SCOPRI LE MIGLIORI
IDEE DI PRODOTTO**



Ora, dai un'occhiata alle risposte inviate dagli utenti: la maggior parte delle persone scriverà solo poche parole, alcune scriveranno una o due frasi, altre ti scriveranno un libro intero.

Coloro che ti scrivono un libro sono quelli che hanno bisogno di aiuto. SUBITO!

Sono infatti coloro che hanno problemi reali, tendono ad essere in quella categoria difficile e, se leggi bene le loro risposte, ti diranno quasi tutto ciò che devi sapere per creare il tuo primo programma di formazione e venderlo.

Hai scoperto le esigenze insoddisfatte del mercato!

BRAINCOMPUTING

7

CHAPTER

**COME OTTENERE
ABBONATI
QUALIFICATI**



Come ottenere informazioni preziose dai tuoi potenziali clienti? Ecco alcuni consigli per raccogliere dati utili e costruire la tua attività online.

La soluzione migliore è quella di ottenere abbonati qualificati per i tuoi sondaggi. Puoi farlo attraverso gli annunci di Facebook, che ti forniranno le risposte in pochi giorni.

Se hai un budget limitato, puoi invece scrivere articoli o post sul tuo blog o sui forum del tuo argomento, fornendo una chiamata all'azione per invitare l'utente a compiere un'azione specifica.

In questo modo, gli utenti verranno indirizzati alla tua pagina di destinazione e riceveranno la stessa e-mail di domanda iniziale.

Tieni presente che entrambe le soluzioni richiedono tempo e investimento, ma con i sondaggi online avrai risultati più rapidi.

Una volta che avrai ottenuto gli abbonati, saranno loro stessi a dirti quali prodotti dovresti creare per ottenere un ritorno sull'investimento e costruire un'attività duratura.

Se hai difficoltà a scegliere la tua nicchia di mercato, puoi eseguire un test su diverse scelte per capire quale mostra maggiore promessa.

Fai attenzione a selezionare un mercato che mostri la maggiore intensità nel bisogno di una soluzione.

Una volta che hai una lista di abbonati, puoi personalizzare il tuo approccio e scrivere alle persone che hanno manifestato più difficoltà, per capire meglio il loro problema.

Chiedi loro di parlare al telefono e di approfondire la loro esperienza. Questo ti fornirà le informazioni di cui hai bisogno per sviluppare la tua offerta e costruire un rapporto di fiducia con i tuoi clienti.

In sintesi, per ottenere informazioni preziose dai tuoi potenziali clienti, devi investire tempo e risorse, ma i risultati ne varranno la pena.

Con i sondaggi online e un'analisi attenta del tuo mercato di riferimento, potrai costruire un'attività di successo e soddisfare le esigenze dei tuoi clienti.

BRAINCOMPUTING

8

CHAPTER

CONCLUSIONI

La scelta di una nicchia redditizia su Internet non è facile, poiché dipende sia dalla persona che intende avviare un'attività, che dal tipo di nicchia.

Tuttavia, come visto precedentemente, esistono diversi approcci che possono essere utilizzati per trovare la nicchia giusta e avere successo.

Se sei alla ricerca di una Web Agency in grado di offrirti servizi personalizzati e di alta qualità per la tua nicchia di mercato, Brain Computing S.p.A. fa al caso tuo.

La nostra Web Agency si occupa di sviluppare soluzioni web su misura per le esigenze specifiche di ogni cliente.

Grazie alla nostra esperienza pluriennale, siamo in grado di garantirti la massima competenza e professionalità in ogni fase del progetto.

Il nostro team di esperti è specializzato in tutti gli aspetti del web design e dello sviluppo: dalla creazione di siti web alla gestione di campagne di marketing online.

Inoltre, offriamo anche servizi di ottimizzazione SEO e di gestione dei social media per aumentare la visibilità e la presenza online del tuo business.

[Parla con noi](#)



BRAINCOMPUTING



THE HUMAN TOUCH

Dal 2001 ad oggi, siamo diventati il principale partner di sviluppo software per grandi aziende e Brand quotati in Borsa. Realizziamo soluzioni dal forte impatto, basate su tecnologie evolute e impiegate in tutti i segmenti di mercato.

BRAINCOMPUTING

braincomputing.com