

ARTIGO

TRANSFORMADOR

201

**QUEM TENTA VENDER
PRA TODO MUNDO,
ACABA NÃO VENDENDO
PRA NINGUÉM**



INTRODUÇÃO

Em eventos, sempre encontro novas pessoas e, em uma dessas conversas, conheci um jovem empreendedor que havia começado a vender comida saudável. E quando digo saudável, era saudável mesmo: tinha opção vegana, sem glúten, detox e muitas outras. Ele acreditava que quanto mais opções oferecesse, mais pessoas comprariam.

Só que, depois de seis meses, a operação estava quase quebrando. A qualidade caiu, os custos aumentaram e o preço ficou confuso, porque não havia volume suficiente para sustentar tanta variedade.



Foi então que ele conheceu um concorrente que fazia praticamente o contrário: tinha um cardápio focado em atletas e fazia aquilo muito bem.



QUANDO O FOCO COMEÇA A GERAR VALOR

Quando tentamos atender todo mundo, fica mais difícil entender profundamente o que cada cliente realmente precisa. A empresa aumenta a variedade, mas pode perder clareza sobre para quem está vendendo e por que aquela pessoa deveria escolhê-la.

O concorrente que ele conheceu tinha um público definido. Conhecia os hábitos dos atletas, entendia suas necessidades e construiu a operação para atender aquele grupo.

Alguns pontos fizeram diferença:

1. Ingredientes adequados ao público;
2. Receitas pensadas para as necessidades daquele cliente;
3. Entrega dentro do horário esperado;
4. Comunicação que utilizava a linguagem daquele mercado;
5. Uma proposta clara, que ajudava a empresa a ser reconhecida como referência.



Depois daquela conversa, o empreendedor também decidiu escolher um nicho. Passou a vender exclusivamente para mães que trabalhavam e buscavam comida rápida e saudável para a família.

A partir daí, começou a tomar decisões pensando especificamente nesse público: embalagem, horários de entrega e preço foram adaptados para aquela rotina.

Em três meses, ele conseguiu sair do vermelho.



COMO ENCONTRAR UM NICHU

1. Defina quem você quer atender

Quanto mais claro for o público, mais fácil entender suas necessidades, hábitos e prioridades.

2. Conheça a rotina desse cliente

Observe como ele compra, o que valoriza, quais problemas enfrenta e o que pode fazer com que escolha sua empresa.

3. Adapte a oferta

Produto, preço, comunicação, embalagem, atendimento e entrega precisam fazer sentido para o público escolhido.

4. Seja relevante para alguém

Uma empresa que tenta falar com todo mundo pode acabar não sendo percebida como referência por ninguém.

5. Construa profundidade

Conhecer bem um nicho permite aprimorar continuamente a oferta e criar uma relação mais forte com aquele mercado.



**QUANTO MELHOR
VOCÊ CONHECE
PARA QUEM VENDE,
MAIS RELEVANTE
CONSEGUE SE
TORNAR PARA ESSE
CLIENTE.**



Se você percebe que sua empresa tenta atender públicos diferentes, oferece muitas opções e ainda encontra dificuldade para construir uma posição clara no mercado...

A Mentoria O Resgate pode te ajudar:

- identificar o público que oferece maior potencial para o negócio;
- ajustar oferta, posicionamento e estratégia às necessidades desse cliente;
- construir uma operação mais focada, relevante e rentável.

Acesse a
Mentoria
O Resgate



ojuliomonteiro.com