

Литература, рекомендуемая к самостоятельному изучению по теме: «Поиск бизнес-идеи. Выбор бизнес ниши»

**Статья «Инструменты для выбора ниши»**

Бизнес-школа и сообщество предпринимателей России и СНГ

Команда «Бизнес-молодости» помогла тысячам учеников найти дело жизни. В этой статье они расскажут, какие техники работают, и как не потерять годы жизни на нелюбимое дело.

Многие люди, стараясь изо всех сил, не могут добиться результата. Считают, что они неудачливы, глупы или вообще ни на что не способны. Проблема в том, что они выбирают не ту нишу — слишком конкурентную, с минимальной наценкой, или предлагают товар или услугу, которая никому не нужна.



Видимые и невидимые ниши

**Видимые ниши** — это те товары и услуги, которые относятся к нашей повседневной реальности. Посмотрите вокруг себя. Вы видите стулья, одежду, технику, книги, шкаф, светильники, то есть конечные продукты. Именно их зачастую мы и хотим продавать. Эти ниши лежат на поверхности, и, безусловно, на них падает выбор очень и очень многих предпринимателей. Однако мало кто подозревает о том, что в мире существуют миллионы невидимых и свободных ниш, не менее пригодных для создания бизнеса.

**Невидимыми** мы называем неочевидные ниши, которые участвуют в цикле производства видимых. Они узкоспециализированные, это могут быть химические реагенты, ПВХ-гранулы, комплектующие для оборудования — товары, которые нам в повседневной жизни не встречаются.



Чаще всего человек начинает бизнес в такой нише, когда знает сферу и понимает потребности людей. Например, он десять лет работал в отраслевой фирме, а потом решил на собственный бизнес.

Вы же можете осознанно выбрать невидимый рынок. Вам может казаться, что на таких рынках все уже схвачено, все друг друга знают, и новому человеку туда не войти. Это ошибочное мнение, которое мешает начать действовать.

Чтобы найти и выбрать невидимую нишу, сформируйте список интересных вам отраслей, просмотрите специализированные журналы и подчеркните все слова, которые могут вас заинтересовать в качестве ниши. Пообщайтесь с представителями «невидимых» рынков и узнайте, какие у них есть боли. Присмотритесь и к своему окружению: весьма вероятно, что там найдется тот, кто сможет подвести вас вплотную к интересной вам области.

Чтобы понять, насколько большой спрос на товар или услугу, посмотрите, какое количество запросов в поисковых системах существует на этот запрос. В этом вам поможет [Wordstat.yandex.ru](http://Wordstat.yandex.ru) — статистика поисковых запросов Яндекса. Введя в программу слово «фреоны» или «ПВХ-гранулы», вы увидите количество запросов с этими словами, которое измеряется несколькими тысячами, десятками или сотнями тысяч. Вы можете написать «фреоны купить», чтобы узнать, сколько человек хотели купить фреоны. Скачайте бесплатный чек-лист, и узнайте, какие еще онлайн-инструменты помогут оценить нишу.

Есть ли спрос

**Легкий путь.** Вы предлагаете товар или услугу, спрос на которую уже сформирован. Рынок знает о существовании этого продукта и хочет его купить. К примеру, это могут быть услуги репетитора или мастера по маникюру, грузоперевозки, цветы и так далее. Это те ниши, выставив предложения по которым, вы получите сразу много звонков и запросов.

**Трудный путь.** Вы выбираете бизнес по принципу «такого еще нет в моем городе, нет в России, я буду первым». Всегда задавайте себе вопрос: «А по какой причине такого еще нет?» Может быть, потому что вы первый догадались? Приятно так думать, но, скорее всего, это просто никому не нужно. Это не значит, что сфера инноваций теперь для нас закрыта, это лишь означает, что без опыта в бизнесе поднять и раскрутить инновацию вам будет гораздо сложнее. Поэтому мы всегда советуем на начальном этапе выбирать ниши с уже существующим спросом.

Сколько приносит одна продажа

Стоимость транзакции — количество денег, заработанных вами с одной сделки. В каждой нише своя средняя стоимость транзакции: в одном бизнесе за сделку вы можете заработать сто рублей, в другом — тысячу, двадцать тысяч или миллион.

Часто бывает, что на одну сделку в разных нишах вы потратите одинаковое количество времени и сил, но заработаете разные суммы.

Многие говорят: «У меня товар дешевый, зато возьму объемом». Но создать стабильный поток клиентов достаточно сложно в любой нише. У вас будет, к примеру, пять потенциальных клиентов в продаже оборудования и те же пять клиентов в продаже футболок. Потратите вы на них одно и то же количество времени, но выхлоп будет отличаться в разы.



Когда дело начнет приносить деньги

Цикл сделки — это время, которое проходит с момента контакта с клиентом до момента получения денег. В некоторых нишах он очень длинный — особенно если вы собираетесь продавать юридическим лицам.

Например, если вы занимаетесь светодиодами, процесс покупки может длиться до полугода: с момента получения заявки до встречи с клиентом проходит три дня, запрос светотехнического проекта — еще неделя, примерно неделя уходит на подготовку коммерческого предложения, если заказчика оно устраивает, то он берет два-три светильника для теста, это примерно месяц. При условии, что светильники соответствуют всем техническим параметрам, проходит еще два месяца, пока завершится бумажная волокита, и только тогда деньги упадут на ваш счет. Нормальный цикл сделки для светодиодов — от трех до пяти месяцев. Это значит, что полгода вы будете ждать первых денег, если выберете эту нишу. Подумайте и определите, готовы ли вы ждать. В продуктовом магазине, например, цикл сделки занимает пару минут.



Будут ли клиенты возвращаться

В некоторых нишах один клиент покупает что-то однажды, и больше не возвращается. Возьмем, к примеру, шубы. В этой нише довольно высокая наценка, однако продажи разовые — вероятность того, что клиент вернется, очень мала. Есть клиенты, которые приходят по рекомендациям, но их не так много. Основная прибыль приходит от сделок с новыми людьми, которых нужно постоянно искать и привлекать. То же самое происходит в сфере ремонта, строительства.

Однако есть ниши, где после первой покупки предполагается и вторая. Это могут быть любые оптовые поставки, продажа сырья, грузоперевозки, услуги репетитора, маникюр или массаж. В этих случаях усилия по привлечению одного клиента в любом случае будут окупаться, а спустя время, когда вы наработаете клиентскую базу, вам вообще не придется заниматься привлечением новых людей.

Модель повторяющихся продаж можно реализовать и в нишах, где предполагаются только разовые покупки. Для этого нужно предложить клиенту техническое обслуживание. Например, так работают охранные предприятия: зарабатывают сначала на установке самого оборудования, а затем взимают ежемесячные платежи за мониторинг безопасности.

Легко ли начать

Если о вас еще никто не знает, гораздо проще начать продавать, если есть образцы продукции. Вы можете их показать, дать попробовать и оставить у потенциального клиента, чтобы он о вас не забыл. Если вы выбираете нишу, присмотритесь к таким направлениям: образец часто стоит копейки, но значительно облегчает продажи.

Например, всевозможные расходники, крепежи, пластиковые изделия, перчатки для стройки, различные мелкие детали и аксессуары — эти ниши имеют невысокую стоимость образцов.

Если будете работать с юридическими лицами, можно отдавать товар под реализацию: отдавать партию товара в магазин бесплатно, чтобы понять, нужен ли он покупателям. Если товар продается хорошо, магазин заключает с производителем договор на поставку. Такие сделки снимут риски с дистрибьюторов и они гораздо охотнее согласятся с вами сотрудничать.

Однажды мы работали с компанией, которая производила минеральные удобрения. У нее были проблемы со сбытом, потому что компания, работая через дистрибьюторов, не

работала в розничных магазинах сама. Оборот фирмы был очень скромным, дилеры не обеспечивали нужного объема, и собственника это не устраивало.



Где можно работать

Зарабатывать большие деньги можно везде — и в небольшом поселке, и в мегаполисе. Конечно, платежеспособных покупателей в столице больше, чем в регионах. Но уезжать из деревни в город, а из небольшого города в более крупный необязательно: есть ниши без географических ограничений, где товар негабаритный, с долгим сроком хранения, не требует особых условий транспортировки, нетяжелый, и стоимость его доставки не превышает стоимости самой продукции. Вы можете жить в своем городе и получать заказы со всей страны, сотрудничать с транспортными компаниями, почтой, EMS и другими службами доставки.

Например, Алексей Топлев живет в маленьком городе Обнинск. Он следил за событиями в мире и однажды узнал, что в Японии произошла авария на АЭС. Это создало спрос на прибор, который измеряет радиацию, — дозиметр. Алексей создал сайт по продаже дозиметров, и уже на следующее утро поступило около 30 заказов. Рынок был готов покупать, причем не только Москва, но и вся Россия, и дозиметры у Алексея закончились в первый же день. Потом Алексей подумал: «А почему бы мне не работать по всему миру?». Дозиметр компактный, доставлять его недорого. И он запустил рекламу по всему миру через Yahoo и Google, стал получать крупные заказы из Германии, Казахстана, Индии, Японии.

Хотим рассказать вам еще об одном важном факторе. Он с высокой точностью определяет, невзирая на все предыдущие критерии, получится у вас сделать что-то из ничего или не получится.



В чем вы разбираетесь

Парень, который разбирается в автомобилях, может по линиям на кузове определить год выпуска машины. Большинство женщин, глядя на автомобили, определяют их так: «Прикольненькая, зеленая» или «Большая, черная». В этом случае парню будет гораздо проще начать заниматься автомобильными запчастями.

В разных нишах вы можете быть более или менее компетентны. Если есть профильное образование, хобби, вы просто чем-то интересуетесь или много слышали об этом — вам будет проще начать дело в этой сфере, чем другим — тогда вы будете спокойно общаться с поставщиками и производителями на их языке.



Что вы любите

Если вам сложно найти нишу, в которой вы хорошо разбираетесь, отталкивайтесь от того, что любите. В деле, к которому у вас лежит душа, вы сумеете разобраться за рекордно короткие сроки, и вы не сдадитесь при первой же неудаче.

Попробуйте покопаться в себе. Какое дело вызывает у вас прилив энергии? Что вы хотели бы делать, даже если бы за это не платили? Возможно, вам стоит заниматься именно этим, ведь любимым делом заниматься очень приятно и нетрудно.

Если выбираете между прибыльным делом и любимым, ищите еще: вам нужна ниша, где вы сможете зарабатывать большие деньги на том, что нравится — она всегда есть.



Закрепим

Составьте список интересных вам ниш посчитайте по десятибалльной шкале, насколько они удачные. Чем больше факторов вы учтете, выбирая свою первую нишу, тем легче вам будет в ней работать.

Вот **чек-лист** для выбора ниши:

1. Люди знают о товаре или услуге и пользуются им.
2. По статистике поисковых запросов люди часто ищут этот товар или эту услугу.
3. Прибыль с одной продажи соизмерима с усилиями для привлечения одного клиента.
4. Цикл сделки недлинный: вы получите деньги от клиента сразу после заключения договора.
5. Товар или услугу покупают периодически, а не единоразово.
6. Товар или услугу легко продемонстрировать потенциальному покупателю.
7. Образец товара или услуги стоит недорого.
8. Вы сможете предоставлять услугу или продавать товар по всей России или по всему миру.
9. Вы отлично разбираетесь в этой сфере.
10. Вы любите этим заниматься.