

# L'APPROCCIO SCIENTIFICO AL MERCATO TARGET

[www.impredipromotore.it/academy](http://www.impredipromotore.it/academy)

**IMPREDI  
PROMOTORE**  
*Academy*

## Raggio d'azione

Per poter sviluppare un approccio scientifico alla nicchia, al tuo mercato ideale, usa questo modello. È una matrice a 4 comparti. Compila tutte le sezioni segmentando il tuo portafoglio. Guarda gli esempi forniti, e poi compila il modello vuoto che trovi nella pagina seguente.

<p><b>CLIENTI ATTUALI</b>   Con quali Clienti presenti in portafoglio ti fa piacere avere a che fare?</p> <p>Piccoli imprenditori della mia area Pensionati Quadri direttivi Famiglie con figli</p>	<p><b>NETWORK</b>   A quale nicchie hai attualmente accesso, grazie al tuo network?</p> <p>Avvocati</p>
<p><b>OPPORTUNITÀ</b>   Qual è una nicchia potenziale che potrebbe essere un'ottima soluzione per la tua realizzazione professionale?</p> <p>Avvocati Amministratori delegati</p>	<p><b>NICCHIE A ME VICINE</b>   Quali sono le nicchie attuali che varrebbe la pena di guardare</p> <p>Piccoli imprenditori della mia area Quadri direttivi Famiglie con figli</p>

# L'APPROCCIO SCIENTIFICO AL MERCATO TARGET

[www.impredipromotore.it/academy](http://www.impredipromotore.it/academy)

## Raggio d'azione

**IMPREDI  
PROMOTORE**  
*Academy*

<p><b>CLIENTI ATTUALI</b>   Con quali Clienti presenti in portafoglio ti fa piacere avere a che fare?</p>	<p><b>NETWORK</b>   A quale nicchie hai attualmente accesso, grazie al tuo network?</p>
<p><b>OPPORTUNITÀ</b>   Qual è una nicchia potenziale che potrebbe essere un'ottima soluzione per la tua realizzazione professionale?</p>	<p><b>NICCHIE A ME VICINE</b>   Quali sono le nicchie attuali che varrebbe la pena di guardare</p>

# L'APPROCCIO SCIENTIFICO AL MERCATO TARGET

[www.impredipromotore.it/academy](http://www.impredipromotore.it/academy)

**IMPREDI  
PROMOTORE**  
*Academy*

## Test fattibilità

Fai una valutazione sei i mercati che hai identificato sono approcciabili in maniera seria, strutturata e se vale la pena investire per conquistarli. Usa queste domande per mettere in piedi il tuo personale studio di fattibilità.

	<b>CLIENTE #1:</b>	<b>CLIENTE #2:</b>	<b>CLIENTE #3:</b>
<b>ACCESSO</b> Puoi raggiungere la nicchia facilmente e attraverso il tuo network esistente?			
<b>BISOGNI</b> Sono consapevoli di aver bisogno del tuo aiuto e/o stanno cercando una soluzione?			
<b>POSSIBILITÀ</b> Possono permettersi di pagarti in modo da ottenere dei risultati di alto valore?			
<b>AFFINITÀ</b> Ti piace la nicchia, senti di avere empatia con i clienti che compongono la nicchia?			
<b>CREDIBILITÀ</b> Hai credibilità con la nicchia come di persona in grado di generare valore?			