



## **Comment trouver une niche rentable : le guide complet !**

### **Table des matières**

1) Pourquoi choisir une niche est si important ? .....	1
2) Qu'est-ce qu'un marché de niche ? .....	2
3) Comment trouver une niche rentable et qui vous correspond : ce que vous devez savoir absolument (avec la liste des thématiques les plus rentables) .....	3
4) Le guide étape par étape pour trouver votre niche idéale : .....	5

### **1) Pourquoi choisir une niche est si important ?**

Lorsque vous êtes entrepreneur dans le e-commerce (ou autre), vous avez bien plus de chance de **réussir** en vous **spécialisant** plutôt qu'en cherchant à créer des produits sur une vaste thématique.

L'idée, c'est qu'il est bien plus facile de se **positionner comme un expert** sur un **segment de marché** (une niche) que sur un marché tout entier car :

- Vous ciblez une **audience très précise** : vous allez très bien la **connaître**. (ses besoins, ses attentes, ses frustrations...)
- Votre **création de contenu** sur les réseaux (si vous en faites) sera spécifiquement axée sur un domaine précis.

- Il sera plus facile de vous **former et de consolider vos connaissances** sur un **domaine précis** que sur toute une thématique. (Vous deviendrez un expert.)
- D'un point de vue **marketing**, il sera plus facile pour vous de **séduire** avec vos offres lorsque vous êtes perçus comme un expert.
- Vous pourrez proposer des **meilleures offres** que tous les **concurrents** qui ne se seraient pas spécialisés.
- Vous avez **plus de crédibilité** que quelqu'un qui n'est pas spécialisé.

Finalement, en vous spécialisant, vous avez comme un **avantage direct** sur vos concurrents. Vous êtes le plus à même de **proposer le meilleur produit** car vous avez (ou aurez) une **connaissance parfaite de votre segment de marché**.

—> Vous rendez votre offre particulièrement attractive aux yeux des clients.

## **2) Qu'est-ce qu'un marché de niche ?**

C'est important d'en trouver un, mais faut-il encore comprendre **ce qu'est** vraiment un **marché de niche** !

Un marché de niche c'est un segment de marché, autrement dit c'est une **petite portion d'un marché**.

**Par exemple :**

- les chaussures pour homme = **marché**
- les chaussures **de travail** pour homme = **marché de niche** (ou encore les chaussures pour homme **de moins de 30 €** = marché de niche)

On s'adresse à une **audience bien spécifique** d'un marché.

**N'importe quel marché peut être segmenté en marchés de niche** et il est possible de le faire avec plusieurs **caractéristiques** comme :

- **Les prix** (vous ne vous adressez pas aux mêmes clients en vendant un produit 2000 ou 200 € au sein d'une thématique.)
- **La qualité** (Par exemple si vous êtes dans le textile, vous pouvez choisir des matières low-cost ou bien des produits haute couture.)
- **Le lieu** : la valeur perçue d'un produit dépend en partie du lieu où il est vendu. Un verre d'eau dans le désert pourrait être vendu plus cher que devant un supermarché.

On pourrait citer bien d'autres caractéristiques. (sexe, âge, niveau de revenus, éducation, valeurs, centres d'intérêt, attitude, écologie...)

### **3) Comment trouver une niche rentable et qui vous correspond : ce que vous devez savoir absolument**

Nous arrivons à la section la plus importante : **comment trouver sa niche.**

Je vais vous donner **toutes les clés** pour **trouver une niche** qui non seulement est **rentable**, mais aussi correspond à **votre profil**.

J'aimerais d'abord démonter quelques **idées reçues** :

La première : « **Vous devez vous lancer dans votre passion.** »

C'est **faux** ! Ou du moins, c'est **rarement** vrai...

Dire que puisque vous êtes passionné alors vous devez faire de votre passion un business est extrêmement **réducteur**.

Il faut toujours **étudier le marché** pour plusieurs raisons :

- Vous êtes potentiellement des **milliers de passionnés** à vouloir (ou à avoir) lancer un business. Dès lors le marché sera **ultra concurrentiel** et il ne sera pas forcément recommandé de se lancer.
- Une passion n'est **pas forcément monétisable** : sur certains marchés, les gens sont **prêts à dépenser de l'argent** mais sur **d'autres pas**.

- **Les produits** qui se vendent (en rapport avec votre passion) peuvent être **extrêmement coûteux et difficiles à produire**. (Donc ne pas convenir à un débutant)
- **Les réseaux sociaux sont cruciaux** pour trouver des clients dans le e-commerce. Vous ne pouvez pas vous lancer dans votre passion sans avoir étudié le **niveau de concurrence sur les réseaux**. En particulier, vous devez étudier le niveau de concurrence sur les **mots-clés** principaux en lien avec votre thématique. (Il est plus facile de trouver des clients lorsque vous pouvez référencer votre contenu sur les réseaux : YouTube, Google, Instagram...)

**La deuxième idée reçue : « Vous devez avoir de solides connaissances pour vous lancer sur un marché. » (être un expert)**

Il suffit d'observer les plus grands noms dans la plupart des domaines du e-commerce : lorsqu'ils débutaient, la plupart n'étaient pas des experts. Voir même, ils étaient complètement novices.

**« C'est en forgeant qu'on devient forgeron »**

N'ayez pas peur de vous lancer dans une thématique où vous ne connaissez pas grand-chose.

Vous allez **apprendre au cours du développement de votre business**.

En vous **focalisant** sur un marché de niche, vous deviendrez rapidement **un expert** car vous **concentrerez votre apprentissage** dans un domaine précis.

Vous allez créer chaque produit **l'un à la suite de l'autre** : à chaque fois, vous vous focaliserez sur la conception de votre prochain produit ce qui vous permet d'être un **micro expert** dans ce qui concerne votre produit.

Finalement, ne cherchez pas à vous lancer là où vous avez le plus de connaissances, regardez plutôt votre **potentiel de développement dans une thématique** :

- Apprenez-vous facilement sur cette thématique ?
- Comprenez-vous facilement ?
- Êtes-vous intéressés ?

- Pensez-vous pouvoir en parler et créer du contenu dessus pendant des années ?
- Etc..

**La troisième idée reçue : « Vous devez vous lancer dans une thématique où il y a peu de monde. »**

**L'erreur**, c'est de croire que s'il y a peu de monde il y a peu de concurrence donc il est **facile de gagner beaucoup d'argent**.

Souvent, les niches peu exploitées sont des niches qui ne sont **pas intéressantes**.

Il y a probablement de **nombreux autres entrepreneurs** qui ont tenté de s'y aventurer mais qui se sont plantés.

**Il faut bien comprendre une chose : toutes les niches ne sont pas rentables.**

Parfois, malheureusement, il n'y a pas de marché. Il existe certains besoins pour lesquels les gens ne sont pas **prêts à payer**.

**Vous devez prendre en compte le potentiel de rentabilité de votre niche.**

Et pour vous aider, laissez-moi vous **lister les thématiques les plus rentables** :

**Attention** par contre, il s'agit de thématiques et non de niches ! Vous, vous devez vous positionner sur une niche **dans** une thématique. (Mais ne vous en faites pas, j'ai prévu **un guide** pour le faire juste après.)

1. **L'argent** : il s'agit souvent de conseils pour gagner ou économiser de l'argent ou encore des conseils en immobilier, en bourse, en investissement, pour développer son activité sur le Web...
2. **La santé** : le domaine de la santé concerne aussi le bien-être. C'est un domaine très lucratif. Ça peut être la gestion des blessures comme le mal de dos, tout ce qui tourne autour du sommeil... Il y a le côté sport : perdre du poids, prendre du muscle... Il y a aussi l'aspect psychologique avec la gestion du stress, etc.
3. **Le relationnel** : c'est tout ce qui traite des relations avec les autres : couple, trouver l'âme sœur, drague, pervers narcissique...

4. **Développement personnel** : confiance en soi, burn-out, rupture amoureuse, positivité, s'accepter...
5. **Le temps** : comment gagner du temps, ne pas en perdre, gagner en productivité, vaincre la procrastination, l'efficacité...
6. **Apprendre une activité** : la vidéo, la photo, le montage, les langues, la cuisine, le dessin, la musique...(si vous avez de la chance ça peut être l'une de vos passions mais encore une fois, regardez bien le potentiel rentable de votre passion.)

Il s'agit de la liste des principales thématiques mais on pourrait tout de même en trouver d'autres.

#### **4) Le guide étape par étape pour trouver votre niche idéale**

⋮

Voici maintenant les **étapes exactes à suivre** ! A la fin de ces 6 étapes vous aurez une niche rentable sur laquelle **vous pourrez commencer à développer votre business**.

**Étape 1** : plutôt que de penser uniquement à vos passions, **listez** toutes les choses par lesquelles vous êtes **intéressé** et toutes les choses ou vous pensez **avoir du potentiel** : là ou vous pensez être naturellement bon. (lâchez tout ce qui vous passe par la tête : brainstorming)

**Étape 2** : faites un tri : retenez uniquement les choses qui **à la fois** vous intéressent **et** dans lesquelles vous êtes naturellement bon. Cela devrait déjà **réduire votre liste**.

**Étape 3** : classez ce qu'il reste sur votre liste par thématique. En particulier, regardez si vous pouvez les classer dans la liste de thématiques rentable que je vous ai donnée juste ci-dessus.

**Étape 4** : étudiez le potentiel de rentabilité des thématiques dans lesquelles vous avez classé des idées. Vous vous appuyerez pour ça sur plusieurs critères :

- Ma thématique fait-elle partie des thématiques rentables citées ci-dessus ? (Si ce n'est pas le cas, ça ne veut pas forcément dire que vous devez mettre de côté cette idée. Il s'agit simplement d'un indicateur.)

- Existe-t-il un marché ? Allez étudier la concurrence : y a-t-il plusieurs produits qui se vendent ? Un seul produit ? Un même produit est-il vendu à des prix différents ? Y a-t-il plusieurs types de produits ? (Coaching, formation en ligne, programme, produits physiques...)
- Les besoins, les frustrations, les problèmes que rencontrent les gens sur la thématique sont-ils importants dans leur vie : sont-ils prêts à payer pour ça ?
- Aidez-vous de certains outils pour mesurer la rentabilité de votre thématique : utilisez par exemple un **générateur de mots-clés** pour connaître le volume de recherche sur les principaux mots-clés de votre thématique. (semrush, Ranxplorer...) Vous pouvez aussi utiliser un **analyseur de lien** pour étudier la crédibilité des sites qui arrivent en premier résultat de recherche sur Google. (Seobserver..) (Il existe plein d'autres outils et métriques que vous pouvez utiliser pour identifier le potentiel rentable d'une thématique je vous laisse approfondir le sujet.)

**Étape 5** : à partir de vos recherches effectuées à l'étape 4, vous devez sélectionner votre thématique. Celle qui vous correspond le mieux et qui est rentable.

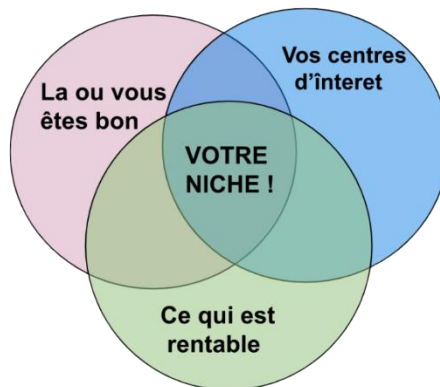
**Étape 6** : vous devez maintenant trouver **une niche à partir de votre thématique**. Je vous rappelle qu'une niche est un segment de marché sur une thématique. (une portion de marché.)

Vous pouvez le faire en vous spécialisant selon les critères suivants :

- **Le prix** : vous pouvez par exemple proposer un produit haut de gamme pour vous différencier et du coup mettre le paquet pour créer le meilleur produit possible. Ou même à l'inverse, vous pouvez créer un produit entrée de gamme avec un prix défiant toute concurrence.
- **La qualité** : par exemple si vous faites des T-shirts la matière que vous allez choisir peut vous permettre de vous différencier.
- **L'âge** : par exemple si vous êtes dans la thématique des chaussures vous pouvez-vous spécialiser dans la vente de chaussures pour enfants.

- **Votre stratégie marketing (et images de marque)** : au sein d'une même thématique tout le monde n'est pas sensible aux mêmes arguments de vente. Vous pouvez donc adopter une stratégie marketing valorisant vos produits selon un certain angle.

**En résumé : une bonne niche rentable et qui vous correspond se trouve ici :**



À bientôt dans ta boîte mail pour plus de conseils et de cadeaux gratuits.

Tu peux aussi me retrouver dès à présent sur **YouTube** : [Maxence Duboeuf](#)

Et sur mon canal **Télégram** en [cliquant ici](#).

**Ce contenu est protégé. Vous êtes libres de le partager tel quel à votre entourage ou à votre audience, à condition de ne pas le modifier et de citer l'auteur : Maxence Duboeuf.**