



Como se destacar no mercado competitivo

Você está em um mercado altamente competitivo? Nós temos algumas dicas de como se destacar no mercado

Você já se sentiu como se tivesse um **concorrente** em cada esquina?

Muitos empreendedores hesitam em seguir seus sonhos porque acreditam que o seu **mercado já está saturado** e que não há mais espaço para novidades.

No entanto, você precisa desenvolver a habilidade de como ganhar da concorrência e fazer o seu negócio crescer, principalmente em um mercado com grandes concorrentes. E isso não é impossível.

As chaves para o **sucesso** de um negócio não dependem de encontrar um mercado sem nenhum concorrente, mas sim de como você define a posição que sua empresa vai ocupar nesse mercado – por mais cheio que ele seja.

Obs: Confira aqui uma apresentação sobre como se diferenciar dos concorrentes!

[Como ganhar clientes em mercados altamente competitivos](#) from [Agendor](#)

–

3 maneiras de como se destacar no mercado competitivo

Na verdade, é bem possível que você tenha um **concorrente**, independente de quão inovador você acredita que é o seu negócio. E ter um negócio inovador não vai espantar seus concorrentes, acredite.

Dito isso, tudo que você precisa fazer é arregaçar as mangas e trabalhar para **diferenciar** o seu negócio da concorrência.

O trabalho não é simples: afinal muitos concorrentes podem ser maiores do que você, e **innovar** quando seus concorrentes são maiores pode ser um problema.

Mesmo assim, ainda é possível **vencer** em mercados altamente competitivos.

Se você quer vencer a guerra e saber como ganhar da concorrência, nós temos algumas **dicas** para que você se diferencie e alcance o crescimento tão esperado.



Arregace as mangas e mostre o seu valor no mercado

#1. Identifique um vazio em seu mercado e preencha

Muitos empreendedores de primeira viagem cometem o erro de pensar que sempre precisam trilhar um caminho novo para serem bem sucedidos. Mas existem outras maneiras de como se manter no mercado competitivo.

Obviamente, todo mercado precisa de **pioneiros**, mas uma empresa não tem necessariamente que ser uma **revolucionária** para que consiga fazer sucesso.

Ao invés de lutar para conseguir uma nova ideia, dê uma olhada em seu mercado e **encontre um vazio** a ser preenchido.

Em seguida, descubra a melhor maneira possível para atender essa necessidade e explorá-la.

A [Starbucks](#) não foi a primeira empresa a vender café, mas eles reinventaram a loja de café criando uma **experiência** no consumo de café.

Atualmente podem existir mais de 17 mil Starbucks em todo mundo, mas outros cafés continuam sobrevivendo, e alguns deles vão muito bem.

Em muitas cidades minadas de Starbucks por todos os lados, cafés locais estão tendo sucesso, prometendo mais do que uma xícara de café e um local para se sentar.

Esses negócios estão focando em outros **benefícios**, como conectividade, segurança e conforto. E por isso, encontram pessoas que querem desfrutar desses atributos. Essas empresas estão fugindo da saturação do mercado.

Seu produto pode ser semelhante em muitos aspectos com seus concorrentes – exceto nos fatores que você vai utilizar para **diferenciar** o seu negócio, e isso vai fazer toda a diferença.

Você deve ser **grandioso** quando estabelecer todos os fundamentos de seu negócio e, em seguida, deve colocar a sua

energia e concentração em ser excepcionalmente bom no que faz de diferente. Não tem como se destacar no mercado competitivo sem isso.



Mesmo com dezenas de milhares de Starbucks, pequenos cafés locais conseguiram sobreviver.

#2. Crie uma cultura centrada no cliente

Quando o treinador **Chris Stevenson** quis abrir um centro *fitness* no sul da Califórnia, muitos questionaram a sua decisão.

Ali estava ele, no coração da **recessão**, empreendendo em uma área que já estava **com o mercado saturado** com várias academias de luxo e 2 grandes academias competindo pelos mesmos clientes dos mesmos bairros.

No entanto, apesar de competir com grandes cadeias, com muito dinheiro e orçamento ilimitado de marketing, a [Stevenson Fitness](#) é um enorme sucesso hoje, que soube como se destacar no mercado competitivo.

Isso porque Chris focou na **criação de uma cultura** que vai além do que os alunos esperam do que pode ser uma academia. Não há nenhuma intimidação ou pretensão na Stevenson Fitness.

O que define a Stevenson Fitness é a **personalidade amigável**, acessível de toda a equipe. Sua empresa continua a crescer porque os clientes amam o que o negócio de Chris dá a eles.

Não importa o quanto a sua empresa é grande, e quanto o seu negócio é pessoal, você sempre precisa ficar mais perto de seus clientes quanto possível.

Falar com seu cliente de maneira 1-a-1 é a melhor maneira de realmente para se destacar em um mercado altamente

competitivo, e começar a entender as necessidades do cliente – e principalmente, como sua empresa está trabalhando nessas necessidades.



Stevenson Fitness: foco na proximidade com o cliente

#3. Não brigue pelo preço

Estar ansioso para atrair clientes faz com que muitas empresas sintam que a única maneira de darem certo em seus negócios é através de um **preço atraente**.

Muitos empreendedores caem nessa armadilha e acabam baixando os preços para níveis insustentáveis. Essa é a maneira errada de como se destacar no mercado competitivo.

Com essa estratégia, o negócio cresce, os clientes ficam felizes, novos clientes começam a fazer negócios com a sua empresa, mas você continua **perdendo dinheiro** a cada nova venda.

Isso acontece com muitas pequenas empresas em mercados altamente competitivos que estão desesperadas em descobrir um modo de como ganhar da concorrência.

Elas correm o mais rápido que podem, mas ainda não estão gerando o dinheiro necessário para manter o negócio funcionando.

Por isso, tudo que você deve fazer é parar de competir por preço e começar a **competir em serviço**.

Em um mercado competitivo, alguém sempre vai ser capaz de vender por um preço mais baixo do que o seu. Por isso, você precisa encontrar uma nova maneira de se **destacar**.

Muitas vezes, tudo que você precisa fazer é oferecer um

serviço personalizado, essa é uma excelente maneira de como se diferenciar dos concorrentes. E nesse processo, você volta a aumentar o seu preço para apoiar seus níveis de serviço mais altos.

A chave para parar de competir pelo preço é definir quem é a sua empresa e o que você faz de diferente para, em seguida, se concentrar em como ser o **melhor possível** em sua área de atuação.



Brigar por preço não vai levar a sua empresa muito longe.

Entrar em um mercado altamente competitivo não é um problema

Um mercado competitivo e cheio indica que existe **demanda de clientes**, e quem sabe, lucratividade.

Se você focar em encontrar como se diferenciar da concorrência, vai conseguir espaço e clientes mesmo que a sua concorrência seja grande e, em alguns casos, até em um mercado saturado.

Se você está pensando em começar um negócio, não desanime se outras empresas já estiverem oferecendo um serviço semelhante ao seu para seus clientes.

Você ainda pode pesquisar em como pode se **destacar** em seu mercado, mas não deixe que a competitividade do seu mercado fique em seu caminho.

Certamente você pode vencer a competitividade se seguir as nossas dicas de como se destacar em mercados competitivos.