

## INBOUND MARKETING PRO vs. INBOUND MARKETING AMATEUR

Inbound Marketing Widerstandsformen	Mit welchen Worten scheut der <b>Amateur</b> den Widerstand:	Mit diesen Worten heisst der <b>Pro</b> den Widerstand willkommen:
<b>Täglich Content machen</b>	«Die Agentur kann das ja übernehmen.»	«Content machen ist hart. Aber es muss sein.»
<b>Mit hoher Kadenz bloggen</b>	«Bloggen, bringt's das wirklich?»	«Bloggen ist wie Joggen. Wer bremst verliert.»
<b>Potenzielle Kunden anrufen</b>	«Warum Telefon-Outreach? Wir machen doch Inbound...»	«Nur wer mit Leuten spricht, holt den Deal.»
<b>Für 150k-Budget kämpfen</b>	«Ok Chef, 30k für Inbound sollten ausreichen.»	«Ist mir egal, ich finde sogar noch mehr Budget irgendwo.»
<b>Bude auf Inbound trimmen</b>	«Starten wir erst mal im kleinen Rahmen...»	«Entweder wir passen uns an - oder wir müssen passen.»
<b>Geduld üben bei Resultaten</b>	«Schalten wir dazu noch ein paar AdWords...»	«Inbound ist kein Sprint sondern ein Marathon.»
<b>Outbound Marketing abschalten</b>	«Aber die Messe, die muss bleiben.»	«Was immer zum Ziel führt - das packen wir an.»
<b>Täglich Daten-Salat essen</b>	«Die Agentur soll die Daten mal auswerten.»	«Daten sind das Frühstück der Gewinner.»
<b>Langfristige Pläne durchziehen</b>	«Neuer Chef? Kein Problem. Wir ändern den Plan...»	«Change? Kein Problem! Aber wir bleiben der Linie treu!»
<b>Entscheid Inbound „all-in“</b>	«Also alles auf eine Karte setzen...ich weiss nicht...»	«Inbound Marketing: Go all in. Or don't go at all!»
<b>Interne Inbound-Allianz bauen</b>	«Wenn ich mit dem Vertrieb spreche gibt's nur Ärger.»	«Inbound geht uns alle an: Marketing, Vertrieb, Service»