



inbound

BRIAN HALLIGAN, DHARMESH SHAH

marketing

Daj się poznać w Google, serwisach społecznościowych i na blogu

Wciągnij klienta w swe sieci

Zdecyduj się tylko na taką nazwę firmy, która posiada **wolną domenę**. Obowiązkowo stwórz **stronę internetową**. Załóż konta w serwisach społecznościowych. Zaczniij pisać **firmowy blog**. **Obserwuj Twoją konkurencję** i czerp z jej doświadczeń. Zainstaluj oprogramowanie monitorujące **statystyki** strony. **Promuj** tych, którzy promują Ciebie.

[Przeczytaj więcej](#)

Jeżeli masz więcej pieniędzy niż szarych komórek, możesz koncentrować swoje wysiłki na outbound marketingu. Jeżeli jednak masz więcej szarych komórek niż pieniędzy, skup się na inbound marketingu. Przeczytaj tę książkę.

GUY KAWASAKI

[Przeczytaj więcej](#)



Ciesz się wolnością, baw się i pozwól się odnaleźć swoim klientom!

*Dalsza część książki dostępna w wersji
pełnej.*

