

Przedmowa (15)

Wprowadzenie (17)

CZĘŚĆ I. PRZESTAŃ SIĘ OKŁAMYWAĆ

Rozdział 1. Wszyscy kłamiemy (25)

Rozdział 2. Pomiary wyników (31)

Rozdział 3. Postanów, co zrobisz ze swoim życiem (51)

Rozdział 4. Uzależnienie od danych a posiłkowanie się danymi (57)

CZĘŚĆ II. ZNAJDŹ WŁAŚCIWY WSKAŹNIK "NA TERAZ"

Rozdział 5. Modele analityczne (65)

Rozdział 6. Jeden istotny wskaźnik i związana z nim dyscyplina (75)

Rozdział 7. Czym się zajmujesz? (83)

Rozdział 8. Model biznesowy nr 1 - sklep internetowy (91)

Rozdział 9. Model biznesowy nr 2 - oprogramowanie jako usługa (SaaS) (109)

Rozdział 10. Model biznesowy nr 3 - bezpłatna aplikacja mobilna (123)

Rozdział 11. Model biznesowy nr 4 - strona z treściami (133)

Rozdział 12. Model biznesowy nr 5 - treści generowane przez użytkownika (143)

Rozdział 13. Model biznesowy nr 6 - rynek dwustronny (155)

Rozdział 14. Na którym etapie się znajdujesz? (171)

Rozdział 15. Etap pierwszy - empatia (177)

Rozdział 16. Etap drugi - chwytność (217)

Rozdział 17. Etap trzeci - wirusowość (239)

Rozdział 18. Etap czwarty - przychody (253)

Rozdział 19. Etap piąty - skalowanie (267)

Rozdział 20. Model i etap jako wyznacznik wskaźnika, który powinieneś monitorować (277)

CZĘŚĆ III. PUNKTY ODNIESIENIA

Rozdział 21. Czy osiągam wystarczająco dobre wyniki? (285)

Rozdział 22. Sklep internetowy - punkty odniesienia (303)

Rozdział 23. SaaS - punkty odniesienia (309)

Rozdział 24. Bezpłatna aplikacja mobilna - punkty odniesienia (319)

Rozdział 25. Strony z treściami - punkty odniesienia (331)

Rozdział 26. Treści generowane przez użytkowników - punkty odniesienia (341)

Rozdział 27. Rynki dwustronne - punkty odniesienia (349)

Rozdział 28. Co robić, gdy nie ma się punktu odniesienia? (353)

CZĘŚĆ IV. MODEL LEAN ANALYTICS W PRAKTYCE

Rozdział 29. Działalność na rynku przedsiębiorstw (359)

Rozdział 30. Lean od środka, czyli przedsiębiorcy wewnątrzorganizacyjni (377)

Rozdział 31. Zakończenie. Na startupie życie się nie kończy (393)