

Spis treści

Przedmowa	7
Wstęp	9
Rozdział 1.	
Użytkownicy tworzą wartość	21
Flickr i wspólna wartość użytkowników	22
Sześć sposobów, jakimi Flickr tworzy wartość użytkowników przez interakcję	30
Dlaczego udostępnianie może się opłacać?	35
Źródła kosztów Flickr	39
Określanie wartości firmy	42
Spojrzenie wstecz: inne wyzwania Netflix	45
Wnioski	53
Pytania pomocnicze	58
Rozdział 2.	
Sieci zwielokrotniają efekty działań	61
Pozytywne efekty sieciowe w internecie dzięki Web	63
Rynki n-stronne	65
Zestaw efektów sieciowych Google	69
Zalety i wady dodatniego sprzężenia zwrotnego	83
Wnioski	88
Pytania pomocnicze	90
Rozdział 3.	
Ludzie nawiązują kontakty	93
Role społeczne: online i offline	95
Jak sieć zmienia kontakty społeczne	97
Jak dużo klientów i jak szybko?	102

LinkedIn: wizytownik online	108
Facebook: przedstaw się online	116
Wnioski	126
Pytania kontrolne	130
Rozdział 4.	
Firmy zarabiają na kompetencjach	133
Zewnętrzne i wewnętrzne siły	136
Rozwijanie zdolności adaptacyjnych: przed siecią Web	137
Od rozpowszechniania treści online do rozpowszechniania kompetencji	138
Wnioski	153
Pytania kontrolne	155
Rozdział 5.	
Nowe łączy się ze starym	157
Style innowacji	157
Integracja ekosystemów: iPod Apple	171
Współpraca z operatorami: Jajah	178
Bardziej rekombinacyjna innowacja: iPhone	182
Wnioski	183
Pytania kontrolne	185
Rozdział 6.	
Firmy wykorzystują strategie	187
Pięć kroków do Web 2.0	187
Tworzenie biznesplanów Web 2.0	195
Rozglądaj się, idąc naprzód	203
Przypisy końcowe	207
Bibliografia	249
Skorowidz	271