

TARTALOM

<i>Előszó a magyar kiadáshoz</i>	9
<i>Bevezetés. VÁLLALATVEZETÉSI FORRADALOM</i>	13
1. AKIK OKKAL LÁZADTAK	
Vállalkozói tulajdonságok	17
A mesterséges intelligencia közvetlen örökösei	19
Innovatív közeg	21
Az ötletek forgását és cseréjét elősegítő intézmények	23
Kultúra, amely bízik a technikában	25
Nyomasztó gyámság	27
Nagy harc árán elnyert függetlenség	29
Kizárólag kaliforniai kaland?	32
1.1 függelék: Két egyetemista San Francisco utcáin	33
1.2 függelék: Az első újítás: az oldalak osztályozásának új módszere	37
2. ÚJ GAZDASÁGI MODELL	
Ingyen...	41
Mindenki számára nyitott hirdetői piac	43
Bizalom a számítógépben	47
Veszedelmes licitek	50
Se tartalom, se portál	52
Hogyan adjunk el reklámot olyan látogatóknak, akik szörfölnek a neten?	53
A „long tail”	56
3. KÉPROMBOLÓK ÉS SZABADOK	61
Triumvirátus a cég élén	62

12 SZABÁLYTALAN VÁLLALATVEZETÉSI MÓDSZER

4. ÖSSZEGYŰJTENI A LEGJOBBAKAT	69
Toborzógépezet	71
Beszélgetések a technikai kompetenciák felmérésére	73
5. A 20 SZÁZALÉKOS SZABÁLY	78
5.1 függelék: A munkások paradicsoma?	83
6. A KOLLÉGÁK A LEGJOBB BÍRÁK	84
A tekintély ereje	85
Minősítő eszköz	86
7. AZ INNOVÁCIÓS GÉPEZET	89
A kutatás nem válhat rutinná	91
„Az innováció mindannyiunk ügye”	93
Az ötleteket ott kell keresni, ahol vannak	96
„Release early, release often”, azaz hogyan kapcsoljuk be a felhasználót a folyamatba	100
Egy jövedelmező innovációs gépezet	103
8. MINT A SVÁJCI BICSKA	107
A svájci bicskától a mashupokig	110
A piac szegmentálása, új területek meghódítása	112
9. A MATEMATIKA DICSÉRETE	114
9.1 függelék: Gépi fordítás – a matematika lehet a felmentő sereg?	121
10. KIS CSAPATOKAT!	123
A kis csapatok és az innováció	125
Az ideális méret nyomában	128
11. TECHNOLÓGIAALAPÚ KOORDINÁCIÓ	
Az egyetemi modellre épülő szervezet	131
Információmegosztás a technológia segítségével	133

Blogok a vállalat szolgálatában	136
Gyökeresen új szerepben a vezetőség	139
A gyors növekedésre kalibrált szervezet	140
11.1 függelék: Informatika és szervezet	142
12. A TITOK A GYÁRBAN VAN	
A kényszerből előnyt kovácsolni	144
Hathatós gyártási eszköz	146
Az <i>open source</i> ereje a Google szolgálatában	148
A meglévő infrastruktúrák kihasználása	149
13. „FOGLALKOZZ A FELHASZNÁLÓKKAL, A TÖBBI MAJD JÖN MAGÁTÓL!”	151
A felhasználókra összpontosított stratégia	152
Nem az anyagiak diktálják a stratégiát	154
14. AZ ÉRTÉKESÍTÉS AUTOMATIZÁLÁSA	157
A felhasználók viselkedésének megismerése	161
De hová tűnt a kapcsolattartóm?	162
15. FELHASZNÁLÓK A VEZÉRLŐPULTNÁL	164
Tartalomkészítők	165
Új tényező: a közösségek	169
A közösségek a növekedés szolgálatában	174
Szüntelen felügyelet	178
Valódi befolyás	180
A jó hírnév mint ösztönző	182
Érintettek	184
16. FENNTARTHATÓ A FEJLŐDÉS?	187
A kihívás	188
Telítődött a reklámpiac?	190
Mi a helyzet más gazdasági modellekkel?	191
Az érvénytelen kattintások	194
A bizalom és a személyes adatok kérdése	198

Törvényi szabályozás vagy a piaci szereplőkbe vetett bizalom?	201
Gátolni fogják-e a szerzői jogok a videoágazat fejlődését?	205
A globalizáció és a kulturális ellenállás	209
Vállalati adatok: a Microsoft visszatér?	213
A kormányzathoz bejáratos ragadozók	217
Az összetettség kézben tartása	218
16.1 függelék: A szellemi tulajdonjog védelme és az innováció: a japán példa	221
16.2 függelék: Microsoft kontra Google: többfrontos háború	222
17. EGY MODELL MINDENKINEK?	225
Függelék. A GOOGLE-FORRADALOM 12 PONTJA	231
Glosszárrium	235
Név- és tárgymutató	239