

Spis treści

O autorach	11
Podziękowania	13
Rozdział 1. Czym jest katalizator?	15
Katalizatory i ich przedstawiciele	16
Koniunktura dla katalizatorów	18
Tworzenie wartości dzięki reakcjom katalizy	19
Gdy dwa jest lepsze niż jeden	24
Złamanie kodu katalizatora	32
Rozdział 2. Budowanie strategii katalizatora.	33
Działanie 1: Tworzenie oferty wartości	35
Działanie 2: Ułatwienie wyszukiwania i dostępu do informacji	41
Działanie 3: Określanie zasad i standardów	44
Konkurencja pomiędzy katalizatorami	46
Stworzenie dobrze działającego katalizatora: koncepcja	47
Rozdział 3. Określenie społeczności katalizatora	54
Zadanie 1: Zidentyfikuj różne, wzajemnie siebie potrzebujące grupy	57
Zadanie 2: Określ, jak bardzo różne grupy siebie potrzebują – i dlaczego	66
Zadanie 3: Przyjrzyj się, kto jeszcze świadczy usługi społeczności katalizatora	71

Zadanie 4: Porównaj model biznesowy rynków wielostronnych i tradycyjnej firmy	74
Społeczności i koncepcja katalizatora	77
Rozdział 4. Przygotowanie oferty cenowej.	78
Zadanie 1: Ustal odrębne ceny za dostęp i za korzystanie	81
Zadanie 2: Pilnuj, by ceny wyznaczały równowagę między popytem obu stron	85
Zadanie 3: W początkowym okresie podnoś ceny powoli	86
Zadanie 4: Płać klientom za przynależność – czasami	88
Zadanie 5: Pamiętaj, że ceny mają zapewnić zyski w długim czasie	93
Ceny i koncepcja katalizatora	96
Rozdział 5. Projektowanie katalizatora zapewniającego sukces.	99
Zadanie 1: Przyciągnij różnorakie grupy klientów	102
Zadanie 2: Promuj interakcje	109
Zadanie 3: Minimalizuj koszty transakcji	113
Zadanie 4: Projektując, bądź nastawiony na rozwój	116
Projekt i koncepcja katalizatora	119
Rozdział 6. Rentowność w centrum uwagi.	122
Zadanie 1: Poznaj historię branży	125
Zadanie 2: Wykorzystaj prognozy do zwiększenia rentowności	131
Zadanie 3: Przewiduj i wyprzedzaj działania konkurentów	136
Zadanie 4: Równoważ korzyści w obrębie katalizatora i poza nim	141
Droga do rentowności i koncepcja katalizatora	143
Rozdział 7. Jak konkurować strategicznie z innymi katalizatorami	146
Zadanie 1: Zrozum dynamikę konkurencji między katalizatorami	150
Zadanie 2: Obserwuj konkurentów stosujących różne modele biznesowe	155
Zadanie 3: Wykorzystaj efekt dźwigni, by atakować	159
Zadanie 4: Rozważ współpracę z konkurentami	165
Strategiczna konkurencja i koncepcja katalizatora	168

Rozdział 8. Eksperymentowanie i rozwijanie się.	170
Zadanie 1: Wiedz, kiedy być pionierem, a kiedy naśladowcą	173
Zadanie 2: Kontroluj wzrost	177
Zadanie 3: Zabezpiecz tyły	181
Zadanie 4: Planuj swoje następne kroki	183
Zadanie 5: Uważaj na instancje kontrolne	187
Eksperymentowanie, ewolucja i koncepcja katalizatora	190
Rozdział 9. Złamanie kodu katalizatora	193
Trwałe katalizatory	193
Era katalizatora	196
Złamanie kodu katalizatora	199
Literatura uzupełniająca	203
Indeks.	205