

OBSAH

Předmluva	5
Poděkování	9
O autorce	13
Úvod	15
Proč čtete tuto knihu	16
Vítejte v éře Facebooku	17
Jak používat tuto knihu	18
Část I: Stručné dějiny sociálních médií	23
1 Čtvrtá revoluce	25
Sálové počítače	26
Osobní počítač	27
World Wide Web	29
Online sociální graf	31
Síla v rukou koncového uživatele	36
2 Vývoj digitálních médií	39
Skladování a vytváření	40
Distribuce médií	40
Budoucnost: Sociální filtrování	44
Proč je Facebook jiný	49
Ekosystémy sociální sítě	50
Co znamená sociální graf pro digitální média	56
3 Sociální kapitál online sítí	57
Zrod nové kategorie vztahů	58

	Online interakce doplňují offline sítě	65
	Efekt zploštění	66
	Vytváření nové hodnoty ze síťových efektů	67
	Rozplývání linek	71
	Část II: Změna způsobu, jakým podnikáme	73
4	Sociální prodeje	75
	Transformace prodejního cyklu	76
	Potřeba většího počtu síťových struktur	92
	CRM – první sociální síť?	94
5	Marketing v sociálních sítích	95
	Hypertargeting	96
	Loajalita a zapojení	102
	Sociální distribuce	109
	Obtíže a omezení	116
6	Sociální inovace	121
	Tvorba konceptu	122
	Prototyp	129
	Uvedení na trh	130
	Soustavná iterace	133
7	Sociální nábor	135
	Nejlepší sociální síť pro nábor	136
	Hledání uchazečů	138
	Reference kandidátů	146
	Reputace zaměstnavatele a náborového pracovníka	147
	Udržení styku	148
	Rady pro uchazeče	152
	Jak se chránit proti pytlacení zaměstnanců	152

Část III: Průvodce krok za krokem, jak používat Facebook pro podnikání	155
8 Zapojte své zákazníky	157
Začněte jasnou strategií a cíli	158
Najděte své neoficiální komunity	160
Definujte a vybudujte způsob své prezentace	167
9 Rozšiřte své sdělení	173
Dělení vašeho publika na jednotlivé segmenty	174
Zvolte svou mediální strategii	177
10 Vytvářejte a spravujte své vztahy	189
Nastavení vašeho účtu na Facebooku	189
Interakce na Facebooku	195
Žádost o představení a jejich poskytování	201
11 Firemní řízení a strategie	203
Volba toho pravého modelu sítě	204
Identifikujte klíčové rizikové oblasti	206
Spolupráce s právním, IT a PR oddělením	208
12 Budoucnost sociálního podnikání	211
Inovátorské dilema	211
Návratnost investic do sociálních aktivit	212
Sociální trendy	213
Co znamená budoucnost pro podnikání	214
Závěrečné poznámky	218
A Přehled hlavních sociálních sítí v březnu 2009	221

Doslov k českému vydání	231
Sociální sítě a český trh roku 2010	231
Facebook na vaše webové stránky	232
Rozvázat kravatu a nebrat se moc vážně	232