

Větší průhlednost	43
Odstraňování tržních nedostatků	44
Vertikální znalosti	45
Konflikty výrobce s distributory	45
Vliv tržišť B2B	46
Kdo je kdo	46
4. Není to o technologii!	49
Přizpůsobování nabídky tržišť	50
Zabezpečení kritického množství	51
Používejte otevřené na internetu založené systémy	51
Informační technologie si objednejte	51
Průmyslová expertíza – vertikální znalost	52
Horizontální obchodní centra	53
Diagonální obchodní centra	54
Část II Anatomie tržiště B2B	
5. Členské a vlastnické modely	59
Koncepce členství	60
Čtyři standardní modely	61
Vlastnictví jednou exkluzivní skupinou uživatelů – uzavřené členství	61
Vlastněné několika uživateli – otevřené členství	63
Vlastněno jedním nebo více vhodnými komerčními investory	65
Vlastněné vládou	66
„Makléřské dilema“	66
6. Obchodní modely	69
Dynamické oceňování určuje tržní ceny	70
Čtyři nové obchodní modely	70
Pokrokové „neurální“ síť	78
Nedostatek lidské interakce	79
Tlačítko v panice	79
7. Modely strategického partnerství	81
Partnerství vedoucích firem	82
Neutralita	82
Technologičtí partneři	83
Poskytovatelé informací	83
Společenské služby	83
8. Výnosové modely	85
Poplatky za transakce	86
Poplatky za vystavení produktů	87
Poplatky za přijetí (nebo členství)	88
Poplatky za prodej informací	89
Poplatky za reklamu a marketing	89
Podíly z výnosů	90
Poplatky za poskytování licencí IT	90

Část III Sedm tajemství úspěchu tržišť B2B

9. Tajemství č. 1: Zaměřte se – specializujte se na tržní segment	95
Vertikální segmenty	96
Vstupte na velký trh	96
Vertikální znalosti	98
Případová studie: Vliv globalizace na trhy s cennými papíry	98
Efekt deštného pralesa	100
10. Tajemství č. 2: Hrajte na výhru – je třeba dominovat	103
Lavinovitý růst	104
Obchodovatelnost, obchodovatelnost, obchodovatelnost	105
Kritické množství	106
Tržiště B2B s vedoucím postavením a jeho konkurenti	107
Značení	108
Péče o zákazníky	109
Běh na dlouhé trati	109
11. Tajemství č. 3: Tržiště B2B musí být neutrální	111
Tržiště nesmí být závislé	112
Proporcionální reprezentace?	113
Tržiště B2B musejí mít vysokou schopnost adaptability	114
Důvěrnost uživatelských informací	115
Dozorčí rada a uživatelské komise,	115
12. Tajemství č. 4: Tržiště B2B musejí udržovat průhlednost a integritu	117
Tržiště B2B musí být organizací, která se sama reguluje	118
Průhlednost	119
Integrita	120
Strážní úloha tržiště B2B	120
Ovládání trhu	121
Standardizace	122
Řešení stížností a sporů	122
Integrita systémů	122
Možnost regulace tržišť vládními organizacemi	122
13. Tajemství č. 5: Přidejte tržišti B2B užitnou hodnotu vybudováním virtuální komunity	125
Šest služeb tržišť B2B	126
Ustavení obchodní komunity	127
Efektivita obchodování tržiště B2B	128
Rozšiřování služeb tržiště B2B	128
Dokumentační centrum	130
Logistika a systémová integrace	130
Finanční služby	131
Finanční termínové kontrakty	131
Přístup k obsahu	132
14. Tajemství č. 6: Tržiště B2B vyžaduje strategické partnerství	133
Potenciální partneři	134
Partnerství tržiště B2B s tradiční firmou	135