

Obsah

Předmluva	15
Úvod.	17
ČÁST PRVNÍ: PŘESTAŇTE SI LHÁT	23
<hr/>	
<i>KAPITOLA 1</i> Všichni jsme lháři.	25
<i>KAPITOLA 2</i> Jak sledovat své skóre.	31
<i>KAPITOLA 3</i> Rozhodněte se, co budete dál dělat	51
<i>KAPITOLA 4</i> Data – využívání versus pohlcení.	57
ČÁST DRUHÁ: KTERÁ METRIKA JE PRO VÁS TA SPRÁVNÁ PRÁVĚ TEĎ	63
<hr/>	
<i>KAPITOLA 5</i> Analytické systémy	65
<i>KAPITOLA 6</i> OMTM a disciplína	75
<i>KAPITOLA 7</i> Co vlastně děláte?	83
<i>KAPITOLA 8</i> Model 1: e-shop.	93
<i>KAPITOLA 9</i> Model 2: SaaS	111
<i>KAPITOLA 10</i> Model 3: bezplatná mobilní aplikace	125
<i>KAPITOLA 11</i> Model 4: mediální web	135

KAPITOLA 12	
Model 5: uživatelský obsah145
KAPITOLA 13	
Model 6: dvoustranná tržiště157
KAPITOLA 14	
V jaké fázi se nacházíte?173
KAPITOLA 15	
Fáze 1: empatie177
KAPITOLA 16	
Fáze 2: loajalita219
KAPITOLA 17	
Fáze 3: viralita241
KAPITOLA 18	
Fáze 4: výnosy	255
KAPITOLA 19	
Fáze 5: škála	269
KAPITOLA 20	
Model + fáze = klíčová metrika	277
ČÁST TŘETÍ: LAŤKY	283
<hr/>	
KAPITOLA 21	
Jsem dostatečně dobrý?	285
KAPITOLA 22	
E-shop: laťky	303
KAPITOLA 23	
SaaS: laťky	309
KAPITOLA 24	
Bezplatná mobilní aplikace: laťky319
KAPITOLA 25	
Mediální web: laťky331
KAPITOLA 26	
Uživatelský obsah: laťky341

KAPITOLA 27
Dvoustranné tržiště: laťky 349

KAPITOLA 28
Co dělat, když nemáte základní hodnoty? 353

ČÁST ČTVRTÁ: LEAN ANALÝZA PRO B2B A INTRAPRENEURY 357

KAPITOLA 29
Firemní klientela 359

KAPITOLA 30
Lean uvnitř: intrapreneuři 377

KAPITOLA 31
Závěr: za hranicemi startupu 393