

Obsah

Úvodní slovo k českému vydání	9
Úvod	11
Předmluva	13
Část I Definování tržního prostoru B2B	
1. Co představují tržště B2B?	17
Džungle žargonu	18
Síla internetové sítě	19
Internet mění vše	20
Tržště B2B jsou obrovská	20
Tržště B2B	20
Definice tržště B2B	21
Vítěz bere nejvíce	22
Jsou ECN tržště B2B?	22
Efektivnější tvorba cen	23
Regulace trhu	24
2. Tržště B2B bude všude tam, kde budou on-line zisky	27
Velikost tržního prostoru B2B	28
Komunikační technologie je nyní neviditelná	29
Využívání internetu pro prodej a marketing	29
Jak může internet vytvořit konflikty v distribučních kanálech	30
Jak se může tradiční prodej typu B2B změnit na B2C	31
Jak internet mění tok práce	32
Možnosti modelu objednávka-produkce	32
Globalizace	33
Zprostředkovatelé a infozprostředkovatelé	34
Zisky na internetu?	35
3. Proč se tržště B2B rozvíjejí na internetu	37
Nové obchodní modely B2B on-line	38
Unikátní definované internetové B2B modely	38
Charakteristické znaky tržšť B2B	40
Efektivita a efektivnost	40
Nižší náklady	40
Globální dosah a „jednozastávkové obchodování“	41
Efektivnější cenová tvorba	42

Adaptace tržiště B2B	135
Znalost tržního segmentu	135
Nakupte technologii	136
Myšlení nového tisíciletí	136
Poskytovatelé informací	137
15. Tajemství č. 7: Tržiště B2B musí fungovat jako virtuální firma	139
Anatomie virtuální firmy	140
Nakupovat, nakupovat, nakupovat	141
Tržiště B2B se musí stát akciovou společností	141
Péče o zákazníky	142
Neutrální jurisdikce	142
Možnosti financování tržišť B2B	142
Část IV Budoucnost tržišť B2B	
16. Být či nebýt B2B on-line?	147
Velikost trhu	148
Internet je strategií	149
Síťové megatrendy	149
Rozvoj a konsolidace tržišť B2B	150
Expanze	150
Síť tržišť B2B	151
Budoucnost trhu s cennými papíry	151
Slovo závěrem	152
Příloha: Charakteristika vybraných tržišť B2B	
CATEX	154
Chemdex Corporation	157
CreditTrade	160
e-Chemicals, Inc.	163
Elinex, Inc.	166
e-STEEL	169
MetalSite	172
National Transportation Exchange	175
PaperExchange	178
PlasticsNet	181
TechEx	184
Rejstřík	187