
Spis treści

Przedmowa	9
I. CZAS REWOLUCJI	11
1. Czas na rozwój twojej firmy	13
Goliat trafiony przez Dave'a strzałem z procy	17
Drugie dno historii: United Airlines, Taylor Guitars i Calton Cases	20
Łamiąc gryf gitary Taylor, łamiesz temu człowiekowi serce	20
Dobry moment na naukę	22
Studium przypadku – rozwój produktu w czasie rzeczywistym	23
United bez polotu	25
Wielkie zwycięstwo Dave'a	26
Zaangażowanie w czasie rzeczywistym	27
2. Szybkość kontra ospałość – meldunki z frontu	28
Google w końcu zaczyna rozumieć	30
W pułapce cyklu informacyjnego	31
Niewidzialna obecność w sali konferencyjnej	32
To, co się teraz liczy	33
Czy widzisz schemat?	35
3. Czas rzeczywisty rządzi się swoimi prawami	36
Nowe prawa dotyczące prędkości	37
Prawo wykładowe w czasie rzeczywistym	37
Prawo rozkładu normalnego (Gaussa) w czasie rzeczywistym	39
Jak ty byś zareagował?	41
4. Nastawienie na czas rzeczywisty	43
„Tak jak zwykle”	43
Nastawienie na działanie w czasie rzeczywistym	44
Nigdy więcej nie działaj „tak jak zwykle”	45
Nie chodzi o narzędzia, ale o sposób myślenia, który za nimi stoi	47

5. Za duże, żeby odnieść sukces?	50
Radar Boeinga zbyt późno dostrzega samolot Harry'ego	51
Dziękujemy za państwa zapytanie	55
Skontaktuj się z nami (albo nie)	56
Nawiązywanie kontaktu	58
Jak szybko odpowiada setka firm z rankingu Fortune 100?	59
6. Współpracuj z mediami na ich zasadach	62
Ciągle w działaniu	62
Rewolucja – na żywo na Twitterze i w YouTube	63
Dostosuj się do cyklu informacji w czasie rzeczywistym	64
Stary plan kontaktów z mediami	65
Amazon.com Wielkim Bratem	65
Teraz: kiedy powstają informacje	67
Wiele ujęć jednej historii	68
Jak powstają wiadomości w czasie rzeczywistym	69
A słyszałeś o nagranej automatycznej pornowiadomości?	70
Jak kontaktować się z mediami w czasie rzeczywistym	71
7. Komunikacja kryzysowa i media	80
Eurostar i cisza	80
Twitter jako narzędzie komunikacji kryzysowej	81
Powiadomienia na żywo dla mediów	82
Komunikuj się z dziennikarzami, zanim będą ci potrzebni	83
Rzucony w wir informacji w najmniej spodziewanym momencie	85
Co zrobić, jeśli macie gorący temat	86
Jak wyciszyć skandal	87
Działaj natychmiast	88
Drzwi za milion dolarów	88
8. Co w tej chwili mówią o tobie inni?	91
Kim, do licha, są ci ludzie?	91
Tropienie znanych źródeł	95
Kiedy odpowiedzieć (lub nie)?	97
Udział w milionach dyskusji w czasie rzeczywistym	97
Wpis wart 250 tys. dolarów!	99
Jak obchodzić się z krytyką?	100
Brak natychmiastowej odpowiedzi	101
Badanie sieci społecznościowych	102
Wybór usług z zakresu badania sieci społecznościowych	104
Nawet najwięksi gracze są społecznościowi	106
9. Szukaj inspiracji w tłumie	108
Jak zatytułować książkę lub nazwać produkt?	109

Wielofunkcyjny „tłum”	110
Znajdź właściwy „tłum”	111
Masowa burza mózgów	113
Crowdsourcing i film bez budżetu	114
Musisz dawać, aby brać	116
II. POŁĄCZ SIĘ ZE SWOIM RYNKIEM	117
10. Kontakt z klientami w czasie rzeczywistym.....	119
Kontakt z klientami to właśnie marketing i PR.....	120
Dlaczego powinienem ci pomóc?	121
Interakcje z klientami w czasie rzeczywistym	123
Znajomi najpierw piszą do znajomych	124
Korzystaj z <i>tweetów</i>	125
Okaz miłość swoim odbiorcom na Twitterze.....	128
Jak ugasić pożar, gdy już wszystko stracone?.....	129
Odpowiedz krytykom na ich terenie	131
Zmobilizuj dyrektora wykonawczego do pracy	132
To może się przytrafić także tobie!	133
Szybka odpowiedź poprzez nową stronę internetową	134
Liczne kanały komunikacji	136
Dotarcie do fanów	140
11. W urządzeniach mobilnych czas rzeczywisty trwa cały czas.....	142
Słuchaj rekomendacji innych	143
Gdy kupujesz dom	145
Dotarcie do nabywców przez urządzenia mobilne.....	146
12. Chcą tego natychmiast.....	149
Chcę tego natychmiast	150
Czas rzeczywisty z Grateful Dead	151
Produkty czasu rzeczywistego dla twojego rynku	154
Gorące oferty pracy w czasie rzeczywistym?.....	154
Wydawca wprowadza w czasie rzeczywistym książkę <i>Truman Fires MacArthur</i>	157
Szkolenia i kursy handlowe w czasie rzeczywistym	157
III. CZAS NA ROZWÓJ TWOJEJ FIRMY.....	161
13. Pozwól im się komunikować... teraz	163
Polityka komunikacji w czasie rzeczywistym.....	165
W jaki sposób opracować wytyczne w sprawie komunikacji w czasie rzeczywistym?	174
Opublikowanie wytycznych	175
Wspieranie komunikacji.....	176
Kiedy jedna z owieczek zejdzie na złą drogę	176

Dyrektor ds. komunikacji w czasie rzeczywistym.....	178
Pozwól swoim pracownikom komunikować się teraz	179
14. W jaki sposób twoja strona internetowa staje się maszyną czasu rzeczywistego	181
Odpowiadaj od razu, kiedy nabywcy gotowi są kupować	182
Dowiedz się, kiedy będzie gotowa	184
Wypróbuj to!.....	185
Co robią inni?	186
15. Dokonaj sprzedaży.....	188
Czas rzeczywisty, marketing i sprzedaż sterowane danymi	188
Technologia czasu rzeczywistego	190
Słyszałem, że się dorobiłeś!.....	192
Niech twoi handlowcy cię pokochają	194
Podręczniki strategii sprzedaży czasu rzeczywistego	194
Wiedzą, co robię!.....	197
16. Biznes w tempie teraźniejszości.....	199
Aberracja mass mediów	200
Lutz i ja	202
Tak, słuchamy!.....	203
TweetDeck w Motown	204
GM uczy się okazywać ludzką twarz.....	205
Lutz zawsze ma ostatnie słowo	206
Jak komunikacja w czasie rzeczywistym pomaga w sprzedaży samochodów?	206
Zacząć działać w czasie rzeczywistym.....	208
Improwizując pod wulkanem.....	210
Połączenie sposobu myślenia i narzędzi.....	212
Załącznik	213
Linki do cytowanych publikacji w mediach	219
Podziękowania	225
O autorze	227
David Meerman Scott może wystąpić także na twojej konferencji.....	229
Indeks.....	231