

# OBSAH

|                                   |          |
|-----------------------------------|----------|
| <b>Poděkování</b>                 | <b>1</b> |
| <b>Úvod</b>                       | <b>5</b> |
| iTunes „zabilo“ rozhlasové hvězdy | 6        |
| Pravidlo 98 %                     | 10       |
| Všudypřítomné chvosty             | 14       |
| Ochutnávka ekonomiky 21. století  | 15       |

## Kapitola 1

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Dlouhý chvost</b>                              | <b>17</b> |
| Jak technologie změnila masové trhy v miliony nik | 17        |
| Oblastní tyranie                                  | 19        |
| Trhy bez konce                                    | 20        |
| Skrytá většina                                    | 26        |

## Kapitola 2

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Rozkvět a úpadek hitu</b>                     | <b>29</b> |
| Strnulost kultury je výjimka, nikoli pravidlo    | 29        |
| Konec hitparády                                  | 32        |
| Kdo zahubil hitová alba?                         | 34        |
| Vysílací blues                                   | 37        |
| Ekonomika poháněná hity je kultura poháněná hity | 39        |

## Kapitola 3

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Krátká historie dlouhého chvostu</b>         | <b>43</b> |
| Od „knihy přání“ k virtuálnímu nákupnímu košíku | 43        |
| Potrava pro chvost                              | 46        |

|                  |    |
|------------------|----|
| Vzorový zákazník | 47 |
| Katalog katalogů | 48 |

## Kapitola 4

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Tři síly dlouhého chvostu</b>                  | <b>53</b> |
| Udělejte to, „hodte“ to tam a pomozte mi to najít | 53        |
| Příchod dlouhého chvostu                          | 55        |

## Kapitola 5

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Noví výrobci</b>   | <b>61</b> |
| Nikdy nepodceňujte sílu milionu amatérů s klíčem od „továrny“ | 61        |
| Demokratizace nástrojů produkce                               | 65        |
| Fenomén Wikipedie   | 67        |
| Éra pravděpodobnosti  | 69        |
| Síla společné tvorby  | 72        |
| Ekonomika reputace  | 75        |
| Hrdě publikovat na vlastní pěst                               | 76        |
| Případová studie Lonely Island                                | 79        |
| Architektura zapojení   | 82        |

## Kapitola 6

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Nové trhy</b>   | <b>85</b> |
| Jak vytvořit agregátor, který by dokázal „protáhnout“ chvost | 85        |
| Příchod agregátorů   | 87        |
| Hybridní versus čistě digitální                              | 90        |
| Výlet dolů po chvostu  | 92        |
| Inventář na přání  | 94        |
| Celkový konec inventáře                                      | 96        |

## Kapitola 7

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Nové vzory</b>  | <b>99</b> |
| Mravenci mají megafony. Co říkají?                       | 99        |
| Bonnie McKee   | 100       |
| My Chemical Romance                                      | 103       |
| BirdMonster  | 105       |
| Síla společné inteligence                                | 106       |
| Filtry válí  | 108       |
| Jeden třídící filtr nevyhovuje všem                      | 110       |
| Ne všechny seznamy deseti nejoblíbenějších jsou si rovny | 111       |
| Je dlouhý chvost plný propadáků?                         | 114       |
| Chvost, který hýbe vším ostatním                         | 118       |
| Prefiltrování a postfiltrování                           | 121       |

## Kapitola 8

|   |            |
|---|------------|
| <b>Ekonomika dlouhého chvostu</b>                 | <b>125</b> |
| Nedostatek, hojnost a zánik pravidla 80/20        | 125        |
| Jak slabiny distribuce deformují trhy             | 127        |
| Pravidlo 80/20                                    | 130        |
| Znamená delší chvost kratší hlavu?                | 134        |
| Dlouhý chvost poptávku zvyšuje, nebo jen posouvá? | 135        |
| „Mikrostruktura“ v dlouhém chvostu                | 136        |
| Dlouhý chvost času                                | 138        |
| Tragicky opomíjená ekonomie hojnosti              | 140        |

## Kapitola 9

|                                    |            |
|------------------------------------|------------|
| <b>Krátká hlava</b>                | <b>143</b> |
| Svět stvořil regál, ať tak či onak | 143        |
| Urbanistický chvost                | 145        |
| Na obranu polic                    | 147        |

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| Nájem po centimetrech        | 148 |
| Wal-Martový efekt            | 150 |
| V knihovně nezařazených knih | 152 |
| Nákup v uličce Různé         | 156 |
| Zeměpisná tyranie            | 157 |
| Řídký vzduch                 | 159 |
| Úskalí „hitismu“             | 161 |

## Kapitola 10

|   |            |
|---|------------|
| <b>Ráj výběru</b>                                 | <b>163</b> |
| Vstupujeme do éry nevidaného výběru. Je to dobře? | 163        |
| Příliš velký výběr?                               | 164        |
| Rozmanitost nestačí                               | 167        |
| Ekonomie rozmanitosti                             | 169        |

## Kapitola 11

|  |            |
|--|------------|
| <b>Okrajová kultura</b>                  | <b>173</b> |
| Jaký je život ve světě dlouhého chvostu? | 173        |
| Od kultury „nebo“ ke kultuře „a“         | 176        |
| Rozkvět masově paralelní kultury         | 178        |
| Pokud zprávy vyhovují...                 | 180        |
| Milion malých střípků                    | 184        |

## Kapitola 12

|                            |            |
|----------------------------|------------|
| <b>Neomezená obrazovka</b> | <b>187</b> |
| Chvost pro odběr           | 189        |
| Televize mimo krabici      | 191        |
| Kratší, menší, rychlejší   | 192        |
| Hollywood u vás doma       | 193        |

## Kapitola 13

|   |            |
|---|------------|
| <b>Za hranice zábavy</b>                                  | <b>195</b> |
| <b>Kam až může revoluce v okrajových oblastech zajít?</b> | <b>195</b> |
| <b>eBay</b>   | <b>195</b> |
| <b>KitchenAid</b>   | <b>197</b> |
| <b>Lego</b>   | <b>199</b> |
| <b>Salesforce.com</b>                                     | <b>201</b> |
| <b>Google</b>   | <b>203</b> |

## Kapitola 14

|  |            |
|--|------------|
| <b>Dlouhý chvost u kormidla</b>                        | <b>209</b> |
| <b>Jak vytvořit zákaznický ráj</b>                     | <b>209</b> |
| <b>Snižte své náklady</b>                              | <b>210</b> |
| 1. pravidlo: Mnohem více inventáře dovnitř... nebo ven | 210        |
| 2. pravidlo: Nechte to na zákaznících                  | 211        |
| <b>Myslete okrajově</b>                                | <b>211</b> |
| 3. pravidlo: Jeden způsob distribuce nevyhovuje všem   | 211        |
| 4. pravidlo: Jedna verze nevyhovuje všem               | 212        |
| 5. pravidlo: Jedna cena nevyhovuje všem                | 212        |
| <b>Vzdejte se kontroly</b>                             | <b>213</b> |
| 6. pravidlo: Podělte se o informace                    | 213        |
| 7. pravidlo: Říkejte „a“ namísto „nebo“                | 214        |
| 8. pravidlo: Nechte trh dělat svou práci               | 214        |
| 9. pravidlo: Pochopte sílu volnosti                    | 215        |

## Kapitola 15

|   |            |
|---|------------|
| <b>Dlouhý chvost marketingu</b>                 | <b>217</b> |
| <b>Jak prodávat tam, kde „prodej“ nefunguje</b> | <b>217</b> |
| <b>Dodatek: Chvost zítřka</b>                   | <b>237</b> |
| <b>Epilog</b>                                   | <b>239</b> |