**目錄**

1. **基礎篇：數位連結經濟真的來了 1**
   1. **網路與連結經濟 3**
      1. 連結經濟的來臨 7
      2. 生態經濟學 16
      3. 消失中的產業 21
      4. 網路連結經濟的六項原則 26
   2. **數位行銷進化論：新典範 43**
      1. 行銷進化論 46
      2. 資訊空間的新典範 55
      3. 交流空間的新典範 60
      4. 市場空間的新典範 64
      5. 社交空間的新典範 67
   3. **經營模式與數位行銷規劃 77**
      1. 牛頓式策略規劃：機械論 80
      2. 營運模式 86
      3. 策略演進：經營模式與策略 99
      4. 策略形成的複雜理論 101
      5. 數位行銷之規劃模式 103
      6. 策略地圖與平衡計分卡 112
2. **人的策略：一個人、一群人、虛擬社群 119**
   1. **一個客戶的行銷：網路消費者行為 121**
      1. 人的進化 124
      2. 網路心理學：上網行為模式的改變 128
      3. 網路市場研究 132
      4. 網際網路消費者行為決策 136
      5. 注意力認知與客製化 146
   2. **一群人的創新擴散與口碑行銷 159**
      1. 網路外部性 163
      2. 創新擴散理論 172
      3. 口碑行銷 181
   3. **社交網路與虛擬社群 189**
      1. 社會資本 192
      2. 社交媒體行銷 197
      3. 社交媒體行銷：讓人知道你 201
      4. 社交媒體行銷：讓人喜歡你 209
      5. 社交媒體行銷：讓人與你交易 214
      6. 社交網路與說服行銷 220
3. **網的策略：一個網、一群網、虛擬企業 227**
   1. **一個網的策略：網站、產品與流程 229**
      1. 網際網路的進化 232
      2. 企業e化的進化 238
      3. 客戶的體驗設計 239
      4. 數位時代的產品設計 254
      5. 數位時代的流程設計：銷售、行銷與服務 258
   2. **一群網的整合行銷：媒體、搜尋、資料庫與社交 269**
      1. 數位整合行銷傳播 272
      2. 網路是媒體：網路廣告 275
      3. 搜尋是王 285
      4. 客戶是王 291
      5. 社交網路為王 295
      6. 成效分析 302
   3. **虛擬企業的策略：組織、通路與平台 311**
      1. 企業再造：企業網站化還是網站企業化 314
      2. e通路 317
      3. 多角化或專業分工 326
      4. 交易成本理論 328
      5. 代理問題與垂直整合 334
      6. 企業網站化：虛擬企業的四個變革模式 337
      7. 網站企業化：平台與產業群聚 344
4. **關係策略：關係、定價與自然成長法則 353**
   1. **客戶關係與忠誠 355**
      1. 一對一行銷 358
      2. 辨識客戶 362
      3. 客戶分級 366
      4. 關係鏈 371
      5. 關係行銷 373
      6. 滿意、關係與忠誠 374
      7. 五階段客戶關係管理 380
      8. 小眾與分眾 381
   2. **定價策略與獲利模式 389**
      1. 價格是由甚麼決定的？ 392
      2. 定價策略 398
      3. 價格研究 404
      4. 定價方法 407
      5. 獲利模式 410
      6. 數位內容獲利模式 416
   3. **生生不息：網路發展的多樣性 423**
      1. 連結經濟真的來了 426
      2. 連結經濟下的演化與創新 430
      3. 創新機會 436
      4. 創新的時機 444
      5. 生命尋找出路：自然成長法則 450