

УДК 339.371.5
ББК 65.290с51
А65

Андерсон, К.

А65 Длинный хвост. Эффективная модель бизнеса в Интернете / Крис Андерсон; пер. с англ. И. Аникеева. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 304 с.

ISBN 978-5-91657-498-2

Крис Андерсон — главный редактор журнала Wired первым обратил внимание на интересное явление, которое стало наблюдаться с развитием Интернета. Андерсон провел исследование, длившееся почти два года, и вывел теорию, названную им правилом «длинного хвоста».

В отличие от правила Парето, которое применительно к массовой экономике звучит примерно как «20 процентов товаров приносят 80 процентов прибыли», правило «длинного хвоста» доказывает обратное: мало востребо-ванные товары — те самые 80 процентов — способны дать прибыль, в сотни раз превышающую прибыль от продажи товаров-хитов!

Интернет позволил снизить издержки на хранение и дистрибуцию то-варов в десятки раз. Теперь длина полки почти не ограничена. Узнайте, как применить это к вашему бизнесу.

УДК 339.371.5
ББК 65.290с51

Все права защищены.
Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.
Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс»

VEGAS LEX

ISBN 978-5-91657-498-2 © Chris Anderson, 2006
© Перевод на русский язык, издание на русском языке, оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2012

Оглавление

| | |
|--|----|
| Предисловие от партнера издания | 10 |
| От автора | 12 |
| Введение | 16 |
| iTunes убили радиозвезд..... | 18 |
| «Правило 98%» | 23 |
| «Хвосты» повсюду | 28 |
| Экономика XXI века..... | 30 |
| Глава 1 | 33 |
| «Длинный хвост» | 33 |
| Как технология превращает массовые рынки в миллионы ниш | 33 |
| Тирания места..... | 35 |
| Бесконечные рынки..... | 38 |
| Скрытое большинство | 44 |
| Глава 2 | 46 |
| Взлет и падение хитов | 46 |
| Массовая культура — исключение, а не правило | 46 |
| Конец хит-парадов | 51 |
| Кто убил альбомы-хиты..... | 54 |
| Тоскливое вещание..... | 57 |
| Экономика хитов — это культура хитов | 61 |
| Глава 3 | 64 |
| Краткая история «длинного хвоста»..... | 64 |
| От книги предложений до виртуальной корзины | 64 |
| Кормим «хвост»..... | 68 |
| Телефонные потребители..... | 70 |
| Всеобщий каталог | 71 |
| «Длинные хвосты» повсюду | 75 |

| | |
|--|-----|
| Глава 4 | 77 |
| Три аспекта «длинного хвоста»..... | 77 |
| Изготовьте, выставьте на продажу и помогите мне это найти... .. | 77 |
| Как возникают «длинные хвосты»..... | 79 |
| Глава 5 | 83 |
| Новые производители..... | 83 |
| Миллион любителей с ключами от фабрики — сила, с которой надо считаться | 83 |
| Демократизация средств производства | 88 |
| Феномен «Википедии»..... | 91 |
| Логика больших чисел..... | 94 |
| Мощь сотрудничества | 98 |
| Экономика репутаций..... | 102 |
| Бесстыдная самопубликация..... | 104 |
| Пример: Lonely Island | 108 |
| Архитектура участия..... | 113 |
| Глава 6 | 115 |
| Новые рынки | 115 |
| Как создать канал поставок, охватывающий кривую спроса от начала до «хвоста»..... | 115 |
| Агрегаторы | 118 |
| Гибридные и чисто цифровые агрегаторы | 120 |
| Ниже по «хвосту» | 124 |
| Товары на заказ..... | 126 |
| Конец физических товаров..... | 129 |
| Глава 7 | 131 |
| Новые законодатели вкусов | 131 |
| У муравьев есть мегафоны. Что они говорят? | 131 |
| Bonnie McKee | 133 |
| My Chemical Romance..... | 137 |
| Birdmonster | 139 |
| Сила коллективного разума..... | 142 |
| Фильтры управляют всем..... | 145 |
| Не всем нужны одинаковые фильтры..... | 147 |

| | |
|---|-----|
| Не все «горячие десятки» одинаковы | 149 |
| Много ли мусора в «длинном хвосте»? | 153 |
| «Хвост», который машет всем остальным | 157 |
| Фильтры «до» и «после» | 160 |
| Глава 8 | 163 |
| Экономика «длинного хвоста» | 163 |
| Дефицит, изобилие и конец «правила 20/80» | 163 |
| Как узкие места каналов дистрибуции искажают рынки..... | 165 |
| «Правило 20/80»..... | 169 |
| Если «хвост» длиннее, то короче ли «голова»? | 174 |
| Увеличивает ли «длинный хвост» спрос или просто перераспределяет его?..... | 176 |
| Падают или растут цены в «длинном хвосте»? | 178 |
| Микроструктуры в «длинном хвосте» | 179 |
| «Длинный хвост» времени | 182 |
| Игнорируемая экономика изобилия | 184 |
| Глава 9 | 188 |
| Короткая «голова»..... | 188 |
| Мир, созданный розницей | 188 |
| Городской «хвост» | 191 |
| В защиту полок..... | 193 |
| Аренда по полдюйма | 195 |
| Эффект Wal-Mart | 197 |
| Библиотека неверно расставленных книг..... | 200 |
| Покупки в отделе «мелочи» | 204 |
| Тирания географии | 207 |
| Дефицит эфира..... | 209 |
| Опасности «хитизма»..... | 211 |
| Глава 10..... | 214 |
| Райский выбор | 214 |
| Мы вступаем в эру беспрецедентного выбора. | |
| И это хорошо | 214 |
| Слишком большой выбор? | 216 |
| Разнообразие недостаточно | 219 |
| Экономика разнообразия | 222 |

| | |
|--|-----|
| Глава 11..... | 225 |
| Нишевая культура | 225 |
| На что похожа жизнь в «длинном хвосте»? | 225 |
| Объединяющая культура | 229 |
| Масса параллельных культур..... | 231 |
| Если новости подходят..... | 234 |
| Миллион осколков | 239 |
| Глава 12 | 243 |
| Бесконечный экран..... | 243 |
| Видео после телевидения | 243 |
| Схватить за «хвост»..... | 246 |
| Телевидение без телевизора..... | 248 |
| Короче, быстрее, меньше..... | 250 |
| Голливуд дома | 251 |
| Глава 13 | 254 |
| За пределами развлечений..... | 254 |
| Как далеко может проникнуть революция ниш? | 254 |
| eBay..... | 254 |
| KitchenAid | 257 |
| LEGO | 259 |
| Salesforce.com | 262 |
| Google | 265 |
| Глава 14..... | 271 |
| Правила «длинного хвоста»..... | 271 |
| Как создать потребительский рай..... | 271 |
| Снижайте издержки | 272 |
| Думайте о нишах | 274 |
| Откажитесь от контроля..... | 276 |
| Послесловие: «хвост» будущего | 280 |
| Примечания | 283 |