

استراتژی پلتفرم

چگونه می‌توان از قدرت جوامع و شبکه‌ها برای
رشد کسب و کار خود استفاده کرد

www.ketab.ir

لور کالر رایلیر و بن اوی رایلیر

ترجمه:

معصومه حسین زاده شهری (دانشیار دانشگاه الزهرا(س))

مریم نعمت الهی سروستانی (دانشجوی دکتری دانشگاه الزهرا(س))

سروش‌نامه:

رایلیئر، لورا کلاِر، ۱۹۷۱-م.

Reillier, Laure Claire, 1971-

عنوان و نام پدیدآور:

استراتژی پلتفرم: چگونه می‌توان از قدرت جوامع و شبکه‌ها برای رشد کسب و کار خود استفاده کرد / لورا کلاِر رایلیئر، بن‌اوی رایلیئر؛ ترجمه معصومه حسین‌زاده‌شهری، مریم نعمت‌الهی سروسناتی؛ ویراستار سروش ملت‌پرست.

مشخصات نشر:

تهران: دانشگاه الزهراء (س)، انتشارات، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری:

ص. ۳۰۸

شابک:

978-622-6114-87-5

وضعیت فهرست نویسی:

فیبا

یادداشت:

Platform strategy: how to unlock the power of communities and networks to grow your business, 2017

یادداشت:

واژه‌نامه.

یادداشت:

نمایه.

عنوان دیگر:

چگونه می‌توان از قدرت جوامع و شبکه‌ها برای رشد کسب و کار خود استفاده کرد.

موضوع:

کسب و کار پلتفرم‌های چندوجهی -- برنامه‌ریزی

Multi-sided platform businesses -- Planning

برنامه‌ریزی راهبردی

Strategic planning

رایلیئر، بنوا، ۱۹۷۲-م.

شناسه افزوده:

Reillier, Benoit, 1972-

شناسه افزوده:

حسین‌زاده‌شهری، معصومه، ۱۳۵۱-، مترجم

شناسه افزوده:

نعمت‌الهی سروسناتی، مریم، ۱۳۶۴-، مترجم

شناسه افزوده:

دانشگاه الزهراء (س)، انتشارات

شناسه افزوده:

Alzahra University press

شناسه افزوده:

HD ۹۹۹۹

رده بندی کنگره:

۶۵۸/۴۰۱۲

رده بندی دیویی:

۸۷۰۹۰۵۲

شماره کتابشناسی ملی:

اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیبا



استراتژی پلتفرم

چگونه می‌توان از قدرت جوامع و شبکه‌ها برای رشد کسب و کار خود استفاده کرد

انتشارات دانشگاه الزهراء (س)

نویسندگان:

لورا کلاِر رایلیئر و بن‌اوی رایلیئر

مترجمان:

معصومه حسین‌زاده‌شهری (دانشیار دانشگاه الزهراء (س))

مریم نعمت‌الهی سروسناتی (دانشجوی دکتری دانشگاه الزهراء (س))

ویراستار:

سروش ملت‌پرست

کارگاه صفحه‌آرایی و طراحی جلد:

انتشارات ایده‌پردازان چکاد

چاپ و صحافی:

چاپ دیجیتال نیکو

نوبت چاپ:

اول

شمارگان:

۳۰۰ نسخه

شابک:

۹۷۸-۶۲۲-۶۱۱۴-۸۷-۵

بها:

۹۲۰.۰۰۰ ریال

سال نشر:

زمستان ۱۴۰۰

شماره تماس واحد فروش:

۸۵۶۹۲۸۳۹-۰۰۲۱، ۸۸۰۴۸۹۳۴-۰۰۲۱

سامانه فروش الکترونیکی:

<http://book.alzahra.ac.ir>

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای دانشگاه الزهراء (س) محفوظ است.

پذیرش چاپ این اثر در جلسه ۱۶۱ شورای انتشارات دانشگاه مورخ ۱۴۰۰/۷/۲۰ به تصویب رسید.

استراتژی پلتفرم

در طول دهه گذشته، کسب‌وکارهای پلتفرمی مانند "اوبر"، "ایر بی بی"، "آمازون" و "ای بی بی" جهان را تسخیر کرده‌اند. تقریباً در هر بخش، کسب‌وکارهای سنتی تحت حمله ساختار شکنان دیجیتال قرار دارند که به گونه‌ای مؤثر قدرت جوامع را مهار می‌کنند؛ اما کسب‌وکار پلتفرمی دقیقاً چیست و چرا متفاوت است؟ در کتاب استراتژی پلتفرم، لور کالر رابلیر و بن اوی رابلیر^۱ یک راهنمای عملی برای کارآفرینان و مدیران دیجیتال ارائه می‌دهند تا متوجه شوند پلتفرم‌ها چه چیزی هستند، چگونه کار می‌کنند و چگونه می‌توان با موفقیت یک پلتفرم را ساخت.

آن‌ها با استفاده از "مدل راکت" خود و مطالعات موردی خاص (از جمله گوگل، اپل، آمازون)، توضیح می‌دهند که چگونه طراحی، راه‌اندازی و مقیاس‌پذیری کسب‌وکار پلتفرمی مستلزم یادگیری مجموعه کاملی از قوانین جدید مدیریت است. استراتژی پلتفرم همچنین بینش‌های جالب بسیاری در مورد آینده پلتفرم‌ها، قانونگذاری و حکمرانی آن‌ها و همچنین چگونگی ترکیبشان با سایر مدل‌های کسب‌وکار ارائه می‌دهد.

لور کالر رابلیر و بن اوی رابلیر بنیانگذاران لانچ وورکز^۲، مشاور شرکت‌های سرآمد هستند که به سازمان‌ها برای توسعه و مقیاس‌پذیری مدل‌های نوآورانه کسب‌وکار کمک می‌کنند.

لور کالر رابلیر برای تعدادی از استارت‌آپ‌های با رشد بالا و شرکت‌های فناوری کار کرده است. قبل از تأسیس لانچ وورکز، لور کالر یکی از مدیران ارشد "ای بی بی" یوروپ^۳ بود. وی در زمینه علوم کامپیوتر و ارتباطات از راه دور در تلکام سوئیس^۴ (فراشه) تحصیل کرد و دارای مدرک MBA از دانشکده کسب‌وکار لندن است.

بن اوی رابلیر طی ۲۰ سال گذشته به تیم‌های مدیریتی پلتفرم‌ها و شرکت‌های دیجیتال و فناوری مشاوره داده است. وی در کالج سلطنتی لندن به تحصیل در زمینه سیستم‌های اطلاعاتی، مدیریت و ارتباطات از راه دور پرداخت. وی دارای مدرک کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار (MBA) از دانشگاه کلمبیا در شهر نیویورک و دانشکده کسب‌وکار لندن است.

1. Uber, Airbnb, Amazon, EBey

2. Laure Claire Reillier and Benoit Reillier

3. Launchworks

4. eBay Europe

5. Telecom SudParis

www.ketab.ir

سخن مترجمان

اقتصاد پلتفرم در حال تغییر شکل تجارت و کسب‌وکار جهانی است. کسب‌وکارهای پلتفرمی با تسهیل مبادلات بین دو یا چند گروه وابسته به یکدیگر - معمولاً مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان - ارزش ایجاد می‌کنند. این نوع از کسب‌وکارها از خرید و فروش کالا و خدمات تا حمل و نقل و سفر، ارتباطات و تبادل نظر و انواع مختلف فعالیت‌های زندگی بشر را در بر گرفته‌اند و همچنان در حال گسترش هستند. این پدیده مفاهیمی مانند اقتصاد اشتراکی و اقتصاد دیجیتال را ایجاد کرده و ساختار صنایع و شرکت‌ها را تغییر داده است؛ لذا مفاهیم مدیریتی نیز به تبع این تغییرات دچار دگرگونی شده و نیاز به مطالعه و بررسی آن را در همه کشورها با توجه به زیست‌بوم آن‌ها ضروری می‌سازد.

این کتاب با زبانی ساده و روشن، یک مرجع خوب برای درک مدل کسب‌وکار پلتفرمی و چگونگی ساخت یک مدل موفق در آینده است. بسیاری از نکات جالب‌توجه در مورد موفقیت شرکت‌های پلتفرمی در این کتاب وجود دارد که بینش و یادگیری خوبی در مورد نحوه طراحی، راه‌اندازی و مقیاس‌پذیری موفقیت‌آمیز یک پلتفرم ارائه می‌دهد و یک راهنمای عملی است که توسط طیف گسترده‌ای از نمونه‌های دنیای واقعی و نظریه‌های اقتصادی مناسب پشتیبانی می‌شود؛ روش‌هایی برای حل مشکل مرغ و تخم‌مرغ، نحوه مقیاس‌پذیری - درحالی‌که تعادل بین تعداد کاربران / تولیدکننده باید برقرار شود - نحوه اعتمادسازی در جوامع پلتفرم، نحوه کسب درآمد و ساختارهای قیمت‌گذاری و سنجش کارآمدی و همچنین نکاتی ارزنده در مورد استراتژی‌ها و تاکتیک‌ها در تمام مراحل مختلف زندگی یک کسب‌وکار پلتفرم با استفاده از مدلی به نام مدل راکت ارائه می‌شود.

نکته موردتوجه در ترجمه این کتاب، مشکل ترجمه برخی لغات تخصصی بود که در زبان فارسی به‌طور فراگیر و رایج به کار می‌رود؛ واژه‌هایی مانند ریویو، بلاگ، فیلتر و ... که ترجمه لغوی آن‌ها با متن سنخیت نداشت؛ لذا به ناچار برخی لغات به همان گونه که در فارسی مصطلح است ترجمه شده است.

استراتژی پلتفرم یک کتاب دانشگاهی است که می‌تواند به عنوان کتابی مرجع برای رشته‌های کسب‌وکار، بازرگانی، اقتصاد و کارآفرینی در همه مقاطع تحصیلی مناسب باشد؛ همچنین مطالعه این کتاب برای هر فردی که علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی یک پلتفرم است توصیه می‌شود.

دکتر معصومه حسین زاده شهری

دانشیار دانشگاه الزهرا

mshahri@alzahra.ac.ir

مریم نعمت الهی سروسنانی

www.ketab.ir

فهرست

فصل اول..... ۱

- ۱..... مقدمه‌ای بر کسب‌وکارهای پلتفرمی
- ۴..... شکوفایی ارزش اقتصادی با "ای بی"
- ۵..... مدل‌های پلتفرم به جریان اصلی تبدیل شده‌اند
- ۷..... چرا مدل‌های پلتفرمی متفاوتند؟
- ۱۲..... یادداشت‌ها

فصل دوم..... ۱۳

- ۱۳..... پیشرفت خیره‌کننده کسب‌وکارهای پلتفرمی
- ۱۳..... تحول دیجیتال و مدل‌های کسب‌وکار پلتفرمی جدید
- ۱۵..... ارزش بازار و رشد پلتفرم
- ۱۷..... پلتفرم‌ها و قدرت برند
- ۱۸..... پلتفرم‌های "یونیکورن به‌عنوان ساختارشکن بازار"
- ۱۹..... پلتفرم‌ها حرکت اقتصاد اشتراکی را تقویت می‌کنند
- ۲۲..... یادداشت‌ها

فصل سوم..... ۲۵

- ۲۵..... کسب‌وکار پلتفرمی چیست؟
- ۲۵..... تعاریف پلتفرم
- ۲۶..... پلتفرم
- ۲۷..... اقتصاد پلتفرم‌ها و بازارهای چندطرفه
- ۲۸..... مروری بر تعاریف موجود
- ۲۹..... پلتفرم‌ها به‌عنوان "تسریع‌کنندگان"
- ۳۲..... پلتفرم‌ها در مقایسه با سایر مدل‌های کسب‌وکار
- ۳۴..... اکوسیستم‌های مجهز به پلتفرم

۳۴ اکوسیستم‌های پلتفرمی

۳۵ یادداشت‌ها

فصل چهارم ۳۷

۳۷ عوامل خارجی

۳۹ صرفه به مقیاس

۴۰ شبکه‌ها و اثرات شبکه‌ها

۴۳ حجم ضروری

۴۴ نقطهٔ اوج

۴۴ تک‌خانگی و چندخانگی

۴۵ کشش قیمت

۴۶ جایگزین‌ها و مکمل‌ها

۴۷ یادداشت‌ها

فصل پنجم ۴۹

۴۹ نمایش فعالیت‌های شرکت

۴۹ شرکت‌های خطی

۵۰ زنجیرهٔ ارزش پورتر

۵۲ بوم مدل کسب‌وکار

۵۵ مدل راکت

۵۶ جذب

۵۷ تطبیق

۵۹ معامله

۶۱ بهینه‌سازی

۶۲ توانمندسازهای پلتفرم

۶۲ توانمندسازهای استراتژیک

۶۳ دیگر توانمندسازهای کلیدی

نقاط قوت و نقاط ضعف مدل های کسب و کار پلتفرمی ۶۴

یادداشت ها ۶۷

فصل ششم ۶۹

اکوسیستم آمازون ۶۹

تاریخچه ای مختصر از آمازون ۷۰

مدل های کسب و کار آمازون ۷۲

تجارت الکترونیک ۷۲

اکوسیستم آمازون ۷۶

اکوسیستم اپل ۷۷

تاریخچه ای مختصر از اپل ۷۸

اکوسیستم گوگل ۸۳

تاریخچه ای مختصر از گوگل ۸۳

مدل های کسب و کار گوگل ۸۵

دیگر اکوسیستم های مجهز به پلتفرم ۸۷

یادداشت ها ۸۹

فصل هفتم ۹۳

طراحی ۹۳

مراحل عمر راکت در یک نگاه ۹۳

قبل از راه اندازی: طراحی معماری کسب و کار پلتفرمی ۹۵

شناسایی شرکت کنندگان ۱۰۱

پیشران های معماری کسب و کار ۱۰۴

تمرکز بازار ۱۰۴

نوع تعاملات بین کاربران و تولیدکنندگان ۱۰۴

ماهیت تعاملات بین کاربران و تولیدکنندگان ۱۰۴

سطح واسطه گری ۱۰۴

۱۰۵	 حکمرانی
۱۰۵	 قوانین اصلی حاکم بر پلتفرم چیست؟
۱۰۶	 مدل راکت برای طراحی پلتفرم
۱۰۶	 جذب
۱۰۹	 تطبیق
۱۱۰	 اتصال
۱۱۱	 معامله
۱۱۳	 توانمندسازها
۱۱۳	 حکمرانی و اعتماد
۱۱۳	 ایجاد یا خرید زیرساخت فنی پلتفرم؟
۱۱۵	 یک پلتفرم به عنوان الحاقی به کسب و کارهای موجود طراحی کنید
۱۱۶	 یادداشت‌ها
۱۱۷	 فصل هشتم
۱۱۷	 تبیین مفهوم
۱۱۹	 راه‌اندازی از صفر - مشکل مرغ و تخم مرغ
۱۲۰	 ابتدا روی یک طرف تمرکز کنید
۱۲۱	 از تولیدکنندگان یا کاربران خود برای جذب طرف دیگر استفاده کنید
۱۲۱	 بذریک طرف را بکارید تا طرف دیگر جذب شود
۱۲۲	 تمرکز بر جوامع درهم‌تنیده
۱۲۲	 استراتژی پین بولینگ
۱۲۳	 سواری در شبکه‌های موجود
۱۲۴	 استراتژی رویداد
۱۲۴	 استراتژی
۱۲۵	 الگوی رفتار فرهنگی
۱۲۶	 تطبیق

۱۲۶	 عمق نتایج
۱۲۷	 مرتبط بودن با کیفیت تطبیق
۱۲۷	 به موقع بودن
۱۲۸	 اتصال
۱۲۹	 معامله
۱۳۰	 بهینه سازی
۱۳۰	 توانمندسازها
۱۳۲	 راه اندازی یک کسب و کار الحاقی به به کسب و کار موجود
۱۳۴	 یادداشت ها

فصل نهم..... ۱۳۷

۱۳۷	 مقیاس پذیری پلتفرم
۱۳۷	 رسیدن به حجم ضروری
۱۳۹	 جذب
۱۳۹	 تکمیل روند جامعه پذیری در دو طرف
۱۴۲	 اکتساب کاربران و تولیدکنندگان
۱۴۴	 حفظ کاربران و تولیدکنندگان
۱۴۵	 هدف گذاری برای تعادل
۱۴۶	 ارائه ارزش پیشنهادی برای بخش های جدید مشتری
۱۴۹	 تطبیق
۱۴۹	 تعادل عرضه و تقاضا
۱۵۰	 نتایج مرتبط و به موقع
۱۵۰	 اسرار الگوریتم های تطبیق
۱۵۱	 اتصال
۱۵۲	 معامله
۱۵۲	 بهینه سازی

توانمندسازها.....	۱۵۴
یادداشت‌ها.....	۱۵۵
فصل دهم.....	
بلوغ پلتفرم.....	۱۵۷
دفاع از رشد سودآور.....	۱۵۷
مدل راکت برای بلوغ پلتفرم.....	۱۵۸
جذب.....	۱۵۷
حفظ و نگهداری مهم است.....	۱۵۸
نوآوری.....	۱۵۹
شخصی‌سازی.....	۱۶۰
تطبیق.....	۱۶۰
بهینه‌کردن تطبیق در مقیاس انبوه.....	۱۶۱
نوآوری جستجو.....	۱۶۲
اتصال.....	۱۶۲
معامله.....	۱۶۳
بهینه‌سازی.....	۱۶۵
توانمندسازها.....	۱۶۷
تجربه مشتری.....	۱۶۷
مدیریت تغییر.....	۱۶۷
اعتماد و ایمنی.....	۱۶۹
بهینه‌سازی مدیریت استراتژیک پلتفرم‌های بالغ.....	۱۶۹
رقابت از "درون" اکوسیستم.....	۱۶۹
رقابت از جانب سایر پلتفرم‌ها.....	۱۷۱
ایجاد یک اکوسیستم مجهز به پلتفرم.....	۱۷۲
ورود به بخش‌های دیگر یا چند بخش.....	۱۷۳

۱۷۴ رقابت از جانب بازیکنان سنتی خارج از پلتفرم

۱۷۵ یادداشت

۱۷۷ فصل یازدهم

۱۷۷ قیمت گذاری پلتفرم

۱۷۷ قیمت گذاری در کسب و کارهای سنتی

۱۷۸ چالش های منحصر به فرد قیمت گذاری پلتفرم

۱۸۱ ماهیت کالا / خدمات

۱۸۱ استراتژی پلتفرم

۱۸۲ پیامدهای حکمرانی قیمت گذاری باز یا کنترل شده

۱۸۳ چگونه می توان با جلوگیری از "حساسیت قیمت گذاری" از رشد سریع کاربر حمایت کرد

۱۸۳ خدمات بدون هزینه

۱۸۳ برای خدمات به صورت هزینۀ دریافت نمی شود (دورۀ آزمایشی)

۱۸۴ از دیگران برای تأمین مالی خدمات رایگان پلتفرم کسب درآمد کنید

۱۸۴ کسب درآمد از زیرمجموعه ای از شرکت کنندگان در پلتفرم یا استفاده از خدمات پرمیوم یا پولی

۱۸۵ فقط در صورت انجام معامله در پلتفرم، هزینه دریافت می شود

۱۸۵ هزینه عضویت صرف نظر از معاملات در پلتفرم

۱۸۶ کسب درآمد از هزینه لیست کردن

۱۸۶ کسب درآمد از تعدادی از چیزهای مختلف

۱۸۷ چگونه می توان عرضه و تقاضا را در پلتفرم از طریق قیمت گذاری متعادل کرد؟

۱۸۷ چرا تعادل مهم است؟

۱۸۸ استراتژی های قیمت گذاری برای رسیدن به تعادل

۱۹۰ چگونه کیفیت تعاملات و تجربیات مشتری را افزایش دهیم؟

۱۹۱ چگونه می توان از واسطه زایی اجتناب کرد؟

۱۹۲ نحوه انتقال از یک مدل قیمت گذاری به مدل دیگر

۱۹۴ نتیجه گیری

۱۹۶..... یادداشت‌ها

فصل دوازدهم..... ۱۹۷

۱۹۷..... اعتماد، حکمرانی و برند

۱۹۷..... چرا اعتماد مهم است؟

۲۰۰..... عناصر سازنده اعتماد

۲۰۲..... چارچوب اعتماد و VC اعتماد در محیط پلتفرم

۲۰۳..... اعتبار

۲۰۵..... مشارکت

۲۰۵..... ثبات

۲۰۷..... جوامع

۲۰۷..... ارائه ابزارهای مناسب برای شرکت‌کنندگان در پلتفرم

۲۰۸..... مدیریت جوامع پلتفرم

۲۰۸..... کنترل

۲۰۹..... اصلاح

۲۰۹..... رفتار بد را مجازات کنید و رفتار خوب را تشویق کنید

۲۱۰..... موفق شدن به روش درست

۲۱۰..... حل تعارض و مدیریت ریسک

۲۱۱..... پوشش: استفاده از بیمه به‌عنوان وسیله‌ای برای اعتمادسازی

۲۱۲..... اعتماد به‌عنوان یک ارز جدید

۲۱۳..... اصول حکمرانی

۲۱۳..... فیلترکردن کاربران پلتفرم

۲۱۵..... پاداش منصفانه مشارکت‌کنندگان

۲۱۵..... رسیدگی به موارد استثنا و تعارض‌ها

۲۱۵..... حکمرانی پلتفرم از طریق قوانین، هنجارها و معماری

۲۱۷..... برندسازی پلتفرم‌ها

۲۱۷	عبور مشارکت‌کنندگان از سد ترس
۲۱۷	ارائه خدمت به هردو طرف
۲۱۸	هم‌تکاملی برند
۲۲۰	یادداشت‌ها

فصل سیزدهم

۲۲۳	پلتفرم‌ها، مقررات و رقابت
۲۲۳	چرا شرکت‌ها از همان ابتدا باید قانونمند شوند؟
۲۲۴	چه زمانی و چگونه پلتفرم‌ها را کنترل کنیم؟
۲۲۵	ابتدا ضرر نکنید: مداخله و نارسایی بازار
۲۲۷	پلتفرم‌های بزرگ لزوماً مسلط و غالب نیستند
۲۲۷	پلتفرم‌ها گزینه‌های قیمت‌گذاری بسیار انعطاف‌پذیرتری دارند
۲۲۸	شرکت‌کنندگان در پلتفرم برای چه کسانی کار می‌کنند؟
۲۲۸	آیا پلتفرم‌ها مقررات را نادیده می‌گیرند؟
۲۳۲	آیا اکوسیستم‌های پلتفرم می‌توانند از قدرت بازار خود سوءاستفاده کنند؟
۲۳۲	اقدامات گوگل در ارتباط با خدمات خود برای «جستجوی موارد دلخواه»
۲۳۴	اقدامات گوگل مرتبط با باندلینگ
۲۳۵	اقدامات گوگل مرتبط با حذف و بازدارندگی از نوآوری
۲۳۶	موارد اخیر گوگل در اروپا
۲۳۹	دولت‌ها، نهادهای نظارتی و سیاستگذاران رقابت چه کاری باید انجام دهند؟
۲۴۰	پلتفرم‌ها چگونه باید با مقررات و قانونگذاران برخورد کنند؟
۲۴۳	یادداشت‌ها

فصل چهاردهم

۲۴۵	رقابت با پلتفرم‌ها
۲۴۵	پاسخ سنتی به ساختارشکنی در بازار: (eDs)
۲۴۶	پاسخ جدید به ساختارشکنی در بازار: "eEs"

۲۵۱	برخی از گزینه‌های عملی برای مدیریت ساختارشکنی پلتفرم‌ها
۲۵۲	پویایی‌های بازار پلتفرم را درک کنید
۲۵۲	اگر رهبر نیستید... قابلیت‌های "پیروان سریع" واقعی را توسعه دهید
۲۵۳	قابلیت‌های پویا را برای دیدن، درک کردن و استفاده از فرصت‌ها ایجاد کنید
۲۵۳	اکوسیستم مجهز به پلتفرم خود را توسعه دهید
۲۵۵	اطمینان حاصل کنید که مشوق‌ها مانع شما نمی‌شوند
۲۵۵	به یک کاربر باتجربه پلتفرم تبدیل شوید
۲۵۶	تجزیه و تحلیل همه‌جانبه ساختارشکنی پلتفرم و تمرکز بر بازارهای "غیرقابل استفاده"
۲۵۸	یادداشت‌ها

فصل پانزدهم

۲۵۹	آینده پلتفرم‌ها
۲۶۰	آینده کار
۲۶۲	آینده مدیریت
۲۶۳	"اقتصاد اشتراکی" مجهز به پلتفرم
۲۶۷	پلتفرم‌ها به‌طور فزاینده‌ای به اکوسیستم‌های پیچیده قدرت می‌دهند
۲۶۸	پلتفرم اشیاء
۲۶۸	اتوماسیون
۲۶۹	زیربنای فناوری کسب‌وکار پلتفرم هر روز بهبود می‌یابد
۲۷۰	پلتفرم‌ها برای نجات جهان
۲۷۲	یادداشت‌ها
۲۷۳	واژه‌نامه فارسی به انگلیسی
۲۷۷	واژه‌نامه انگلیسی به فارسی
۲۸۱	اختصارات
۲۸۳	نمایه