

Table des matières

Introduction

La grande désillusion	1
Internet, facteur de renouveau de l'économie au sens large	5
L'organisation en réseau, un bouleversement global et durable	7
1. Les nouvelles composantes de la valeur	13
La libération informationnelle	13
Décomposition et reconfiguration de la chaîne de valeur	19
L'avènement d'une économie fondée sur la connaissance	27
2. De nouveaux modèles de création de richesse	37
Déclin de l'entreprise traditionnelle et nouvelle organisation du travail	37
De nouvelles plates-formes de création de richesse	50
3. Un marketing redimensionné	63
Consommateurs, producteurs, marques : la redistribution des rôles	63
Le développement du marketing en temps réel	74
4. Les intermédiaires traditionnels en question	87
Une situation nouvelle	87
Infomédiaire : un nouveau métier	94
À qui profite l'émergence des infomédiaires ?	104
5. Entreprises et marchés : de nouvelles règles	113
Le rééquilibrage des rapports de force	113
La segmentation des fonctions de l'entreprise	117
La redéfinition des règles de fonctionnement du marché	128

6. Le développement du commerce électronique	141
Les transactions B-to-B à l'heure du commerce électronique	142
Les marchés et la concurrence	147
Stratégie marketing et mix marketing	153
Axes de développement du commerce électronique B-to-B	160
7. La nouvelle organisation de l'entreprise	171
L'organisation hiérarchique traditionnelle et sa remise en cause	171
Les nouveaux modes d'organisation	179
L'entreprise de l'innovation permanente	190
8. La net génération	195
Les caractéristiques d'une génération montante	195
N-geners et travail	206
N-geners et consommation	213
Conclusion prospective	219
L'application du modèle Napster à d'autres industries	219
Le dialogue entre ordinateurs, le <i>peer to peer</i>	223
La révolution du contenu	226
Les services web	229
Bibliographie	233
Ouvrages	233
Publications	234
Sites Internet	234
Index des sociétés et des sites	237