

WSTĘP: Google porządkuje całą wiedzę ludzkości	19
---	----

CYTATY

Hamburger za 331 450 dolarów	27
70/20/10	28
Środowisko akademickie jako inkubator	28
„Nadzór dorosłych”	29
Reklamy (w 1999)	29
Kampanie reklamowe	30
AdWords	30
Mierzyć wysoko	31
Ambicja	32
Ambicja i porażka	32
Sztuczna inteligencja	32
Sztuczna inteligencja jako najwyższe wcielenie Google’a	34
Oferta publiczna oparta na licytacji	34
Korzyści	35
Lepsza wyszukiwarka	35
Wysokie stawki	36
Książki w internecie	36
Calico: inicjatywa na rzecz ochrony zdrowia	37
Psy i koty	38
Wyzwania	38

Zmienianie świata	39	Genetyczna predyspozycja do zapadnięcia	55
Systemy zamknięte	39	na chorobę Parkinsona	
Firmowe credo	40	Wyznaczanie celów	56
Firmowa mantra	40	Google jako bibliotekarz	56
Komercjalizacja	40	Google Books	57
Firma jako rodzina	41	Kodeks Postępowania Google'a	57
Konkurencja	41	Google Glass	58
Komputerowe „ciasteczka”	42	Aspiracje do bycia „googley”	58
Główne obszary	42	Wielkie oczekiwania	59
Kultura korporacyjna jest dynamiczna	42	„Świetne nie wystarczy”	59
Kultura korporacyjna: otwarta komunikacja	43	Dorastanie w USA, a nie w Rosji	60
Szaleńcy z branży	44	Rozwój Google'a	60
Wygląd	44	Ochrona zdrowia	60
Czas dotcomów	44	Zatrudnianie inteligentnych ludzi	61
Marzenia	45	Zatrudnianie ludzi z pasją	61
Podwójne prezesostwo	45	Filantropia hybrydowa	62
Struktura podziału akcji na dwie klasy	46	Idealna wyszukiwarka	63
Etyka reklamy	47	Przycisk „I'm Feeling Lucky” w wyszukiwarce	63
Główna wada Facebooka	47	Google	
Niedostępne dane Facebooka	48	Pierwsze fundusze	64
Porażka	48	„Najlepiej robić jedną rzecz, ale naprawdę	64
Rodzina jako priorytet	49	dobrze”	
Pierwszy komputer w rodzinie	49	Strona internetowa Jew Watch	65
Szybkie podejmowanie decyzji	50	Tytuły służbowe	65
„Szybsze jest lepsze od wolnego”	50	Reguły postępowania Larry'ego	65
Lęk przed porażką	51	Drużyna L	66
Feynman, fizyk teoretyk	51	Szefowanie	66
„Skoncentruj się na użytkowniku, a wszystko	52	Przewaga	67
inne przyjdzie samo”		Marketing	67
Realizowanie snów	52	Mars – albo zrobieni w balona!	68
Wybieganie myślą do przodu	53	Media	69
Powstanie Google'a	53	Megaambitne cele	69
Finansowanie Google'a	54	Microsoft rozważa zakup Yahoo	70
Oszczędność	55	Zebrania	70

Strategia „Znajdź i zniszcz” Microsoftu	71	Uniwersytet Stanforda	88
Misja Google’a	71	Startupowy sposób myślenia	88
Mobilność	72	Koncentracja na wybranych celach	88
Zarabianie na urządzeniach mobilnych	72	Steve Jobs	89
Pieniądze: czy chciwość jest dobra?	73	Strategia	89
Loty na Księżyc	73	Strajkujący pracownicy	89
Wielorakie cele	74	Spóźnieni	90
Biurowy romans	74	Wariactwa	91
Opensource’owy system operacyjny napędza	75	Mysłcie długofalowo	92
innowacje		Nieśmiałość	92
Systemy otwarte a zamknięte	76	Test szczoteczki do zębów	93
Szansa	76	Zaufanie wobec wyników	93
Niewykorzystane możliwości	77	Metoda dwudziestu procent	93
Optymistyczna przyszłość	78	Użytkownik zawsze ma rację	94
Wyzwania organizacyjne	78	Googlowe doświadczenie użytkownika	95
Płatne reklamy	79	Portale	95
Naruszenia patentów	79	Bogactwo	96
Idealna wyszukiwarka	80	Wygrywanie	96
Dane osobowe	80	Praca dwadzieścia cztery godziny na dobę,	97
Personel	81	siedem dni w tygodniu	
Filantropia	81	Godziny pracy	97
Produkty	81	„I bez garnituru możesz być poważny”	98
Koncentracja na liniach produktów	82	„Można zarabiać, nie czyniąc zła”	98
Podział firmy na działy	82	„Nawet jeśli nie siedzisz przy biurku, możesz	99
Zmiana skali	83	potrzebować odpowiedzi”	
Skala Google’a	83	Młody prezes	99
Harmonijna integracja produktów	84		
Poszukiwanie prezesa	84	KAMIENIE MIŁOWE	101
Automatyczne samochody	85		
Szczęśliwy traf	85	BIBLIOGRAFIA	113
Prostota	86		
Smartfony	86	O REDAKTORZE	141
Turystyka kosmiczna	86		
Obrona własnych zasad	87		