

Podziękowania	9
Wstęp	11
Rozdział I. Dlaczego tworzenie innowacji jest takie trudne?	13
Mózg – tworzenie schematów przeszkadza	14
Burza mózgów – czy jest skuteczna?	15
Wykorzystywanie losowości do tworzenia innowacji	17
Duże firmy nie są innowacyjne	19
Czy kreatywności można się nauczyć?	23
Rozdział II. Czym jest strategia 2w1	25
Tworzenie strategii 2w1	26
Rozdział III. Fizyczna bliskość	29
Ćwiczenie 2w1	40
Rozdział IV. Dodatkowa wartość	43
Tworzenie dodatkowej wartości	45
Dodatkowa wartość jako źródło przewagi konkurencyjnej	53
Jednostronna nieuwaga i rola interpretatora	55
Rozdział V. Nowy model biznesowy	59
Samoobsługa	59
Vending	65
Drive-through	69
Model dyskontu	71
Freemium	73
2w1 w edukacji	82

Rozdział VI. Zestawy	85
Tworzenie zestawów	87
Podsumowanie	90
Rozdział VII. Jak korzystać ze strategii 2w1	91
Wdrażanie strategii 2w1	92
Model dzidy	95
Rozdział VIII. Ograniczenia stosowania strategii 2w1	99
Taktyka 2 za 1	99
Sztuczki	99
Dodatkowa wartość musi być prawdziwa	100
Innowacja technologiczna nie zawsze jest innowacją wartości	101
Strategia 2w1 niekoniecznie musi doprowadzić do innowacji burzącej	102
Trzeba wiedzieć, kiedy się widzi prawdziwą innowację ...	102
Dowód słuszności strategii 2w1	104
Słowo na koniec	105
A teraz... zrób to sam	109
Dodatek A	115
Dodatek B	119