

Spis treści

Wprowadzenie: SKĄD SIĘ BIERZE POPULARNOŚĆ? 9

Dlaczego 100 dolarów to dobra cena za kanapkę?
Co sprawia, że pewne produkty czy idee stają się popularne?
Co ma większe znaczenie: treść komunikatu czy jego nadawca?
Czy można sprawić, aby treści stały się zaraźliwe?
Przypadek wirusowego blendera
Sześć kluczowych zasad STEPPS

1. WALUTA SPOŁECZNA 41

Gdy budka telefoniczna to tajemne przejście
Mrówki potrafią podnieść ciężar pięćdziesiąt razy większy od siebie
Dlaczego gromadzenie mil lotniczych jest jak gra wideo?
Kiedy nieprzystępność popłaca?
Dlaczego wszyscy chcą jeść podroby?
Negatywny aspekt zapłaty
Udostępniamy to, co poprawia nasz wizerunek

2. SKOJARZENIA 77

O czym więcej się mówi: o Disneyu czy o płatkach Cheerios?
Jak misja NASA przyczyniła się do zwiększenia sprzedaży słodczych
Czy miejsce głosowania może wpłynąć na jego przebieg?
Weź pod uwagę kontekst
Fenomen Rebekki Black
Tworzenie sprzyjających warunków: Kit Kat i kawa
To, co często przychodzi nam do głowy, często staje się tematem rozmowy

3. EMOCJE 115

Dlaczego niektóre artykuły trafiają na listę najczęściej
przesyłanych dalej?
Dlaczego czytanie artykułów naukowych jest jak stanie na krawędzi
Wielkiego Kanionu?
Dlaczego złość jest jak humor?
Jak zyskać rozgłos dzięki zniszczonej gitarze?
Łzy wzruszenia na myśl o wyszukiwarce internetowej
Kiedy coś jest dla nas ważne, chcemy się tym podzielić

4. JAWNOŚĆ 151

Czy logo Apple wygląda lepiej do góry nogami?
Dlaczego umierający pacjenci odrzucają możliwość transplantacji nerki?
Zapuszczanie wąsów w dobrej sprawie
Jak się reklamować bez budżetu na reklamę?
W jaki sposób kampanie antynarkotykowe mogą zwiększać użycie narkotyków?
Gdy coś się pokazuje, zawsze dobrze rokuje

5. PRAKTYCZNA WARTOŚĆ 185

Jak jeden starszy pan nakręcił wirusowe wideo o kukurydzy
Dlaczego turyści rozmawiają o odkurzaczach?
Udostępnianie treści jest nową formą budowania stodół
Czy ludzie skłonni są zapłacić, by zaoszczędzić?
Dlaczego 100 to taka magiczna liczba?
Kiedy kłamstwo rozprzestrzenia się szybciej niż prawda
Coś, co może się przydać

6. OPOWIEŚCI 211

Opowieści są jak koń trojański
Dlaczego wysoki poziom obsługi klienta działa lepiej niż reklama?
O tym, jak stadionowy ekshibicjonista wystąpił na olimpiadzie
Dlaczego niektóre opowieści są niezapomniane?
O tym, jak panda uczyniła wirusowość wartością
Informacje rozprzestrzeniają się pod płaszczykiem częściej paplaniny

Epilog 235

Dlaczego 80 proc. manikiurzystek w Kalifornii pochodzi z Wietnamu?
Stosowanie zasad STEPPS

Podziękowania 243