

Jellybooks wil lezer helpen online boeken te ontdekken

14-12-2011 10:00



Jellybooks wil de tirannie van de bestseller-lijsten doorbreken en het lezers mogelijk maken onbekende en onverwachte boeken te ontdekken. Daarbij maken ze gebruik van dezelfde soort principes die Last.fm bijvoorbeeld bij muziek hanteert. Rhomberg zegt het gedrag van lezers in boekhandels te hebben bestudeerd en één van de bevindingen daarbij was dat lezers niet door prijs maar door de cover van een boek geleid worden.

Bij Jellybooks kan een lezer een deel (bijvoorbeeld het eerste hoofdstuk of de eerst zoveel pagina's) van een boek downloaden om het te lezen op elk gewenst medium. De downloads zijn niet beveiligd en kunnen onbeperkt gedeeld worden. Aan het eind van de download is een link om het boek te kopen bij een winkel naar keuze. De lezer koopt het boek dus bij een online boekhandel. De boekhandel betaalt wellicht een kleine fee hiervoor aan Jellybooks, maar het model zal vooral gebaseerd zijn op het verzamelen van lezersinformatie die gebruikt zal worden voor recommendations en aanbiedingen "zogenaamde 'sweet deals'". Deze aanbiedingen lijken op het principe dat Groupon hanteert met als verschil dat bij Jellybooks er genoeg deelnemers moeten zijn om de deal te laten doorgaan. Uitgevers kunnen boeken voor deze 'sweet deals' opgeven en kunnen zelf bepalen hoeveel bestellingen er moeten zijn om de deal te laten doorgaan.

Het plan is om in de UK te beginnen en in 2012 uit te breiden naar andere landen.

David Huijzer