

Jet.com gooit businessmodel alweer overboord

08-10-2015 13:00

Amazon-uitdager Jet.com past zijn verdienmodel drie maanden na lancering alweer aan. De startup schrapt zijn lidmaatschapsmodel en maakt zijn platform gratis toegankelijk voor alle online shoppers.

Jet.com biedt retailers een marktplaats om hun restproducten met korting te verkopen. De commissie van aangesloten retailers en merken is voortaan de belangrijkste bron van inkomsten. Aangesloten partijen betalen gemiddeld vijftien procent over de prijs van elk verkocht product.

Door te stoppen met het lidmaatschapsmodel hoopt Jet.com meer shoppers aan te spreken. Voor retailers en merken moet het hierdoor daarnaast aantrekkelijker worden om mee te werken aan Jet.com, omdat het platform minder weg heeft van een discountsite.

Consumenten betaalden voorheen 49,99 dollar per jaar en kregen vervolgens flinke korting op de producten van Jet.com en bij honderden andere webwinkels. Het blijkt echter dat vier tot vijf procent korting al genoeg is om shoppers over de streep te halen, aldus ceo Marc Lore tegen [Re/code](#). "De conversie is ongelooflijk en dat wordt niet veel beter als we de prijzen verder verlagen."

Jet.com wordt beschouwd als Amazon-uitdager. Toen de marktplaats net was gelanceerd, werden op de productpagina's bijvoorbeeld realtime de prijzen van Amazon vermeld. Lees op [RetailWatching](#) meer over de 'Amazon-killer'.