



veel geld. Het aanvankelijke verdienmodel bij lancering was vergelijkbaar met die van het Amerikaanse Costco of Sam's Club. Leden zouden na een gratis proefperiode van drie maanden 49 dollar per jaar betalen – niet geheel toevallig de helft van een Prime-abonnement bij Amazon – om gebruik te maken van de retailer.

Begin oktober schafte Jet geheel onverwacht het abonnement af. In plaats van gemiddeld zo'n tien tot vijftien procent korting op producten aan te bieden (uit eigen zak), schroefde Jet de korting terug naar zo'n vijf procent. Volgens Lore schrikte het abonnement consumenten af, legt hij uit tegenover Time. Hij hoopt met het volume aan bestellingen geld te verdienen.

Dat is wellicht een beter verdienmodel dan die van abonnementen. Jet schatte in pas in 2020 winst te kunnen maken en tot die tijd elke maand minstens vijf miljoen dollar verlies te draaien. De kortingen op Jet worden dynamisch berekend: hoe meer spullen in de digitale winkelmand des te meer de consumenten besparen. Wordt een deel verscheept vanaf dezelfde locatie? Dan kunnen deze samen verpakt worden. Die efficiëntie betaalt zich weer uit in korting. Net als het betalen met een debitcard of creditcard. Geef je als consument aan het gekochte product niet te zullen terugsturen? Weer extra korting.

Jet concurreert voorlopig alleen op prijs met Amazon. Al zal het in de toekomst ook gaan experimenteren met sameday-delivery, dat Amazon al aanbiedt in San Fransisco en New York. Het assortiment bestond bij de lancering uit 4,5 miljoen producten en wordt gestaag uitgebreid – vooral met meer alledaagse producten als tandpasta die bedoeld zijn om mensen naar de site te lokken. In vergelijking met de honderden miljoenen bij Amazon is het assortiment van Jet schamel. Sommige critici vergelijken het daarom met de beperkte ruimte van een fysieke winkel. "Waarom zou ik naar een retailer gaan die maar de helft van de producten die ik wil hebben aanbiedt?", vroeg hoogleraar ondernemerschap Gene Detroyer zich af op RetailWire.

Jet vs. Amazon

Hoe doet Jet het in vergelijking met Amazon? Om dat te testen bekeek Hans Klis na de lancering hoeveel korting Jet opleverde bij het bestellen van vier producten in uiteenlopende categorieën: handzeep, een springtouw, een boek en een speelgoedfiguur van de populaire HBO-televisieserie Game of Thrones. Wat blijkt? Jet komt in deze willekeurige steekproef ruim dertig procent goedkoper uit dan Amazon.

	Prijs bij Jet	Prijs bij Jet na belastingen/ extra kortingen	Prijs bij Amazon	Prijs bij Amazon met belastingen/ extra kortingen
Handzeep van het merk Mrs. Meyer's (Mrs. Meyer's Clean Day Liquid Hand Soap, Apple, 12.5 Fluid)	3,45	3,69	3,59	4,36
Springtouw (GoFit 9' Classic Jump Rope - White)	6,99	6,96	6,99	9,66
Game of Thrones speelgoed (Funko Pop! TV: Game of Thrones, Jon Snow Training Grounds)	7,70	8,08	24,18	24,18
Hardcover boek (McCullough, David The Great Bridge)	25,84	24,95	25,84	26,08
Totaal:	43,98	43,68	60,60	64,28

Daarbij moet in beschouwing worden genomen dat dit berekend is met een betaald lidmaatschap, waardoor de korting hoger was, en dat een Amazon Prime-abonnement 99 dollar kost. Bij de bovenstaande bestelling – vanuit New York – kwam er bij Amazon ook nog 5,99 euro bij voor Prime Pantry om de handzeep binnen één tot vier dagen te laten bezorgen.

Amazon bleek zoals verwacht veel sneller te zijn met de bezorging. Het boek, de handzeep en het springtouw hadden twee dagen bezorgtijd (geheel volgens de voorwaarden van het Prime-abonnement) en het speelgoed ruim zeven dagen. Bij Jet werd de zeep binnen een dag bezorgd, deden het touw en het speelgoed er zes dagen over en was het boek er na een week. De gemiddelde bezorgtijd van Amazon was in het geval van deze producten drie dagen, dat van Jet vijf dagen.

Op basis van deze steekproef kan geconcludeerd worden dat consumenten die snel hun producten in huis willen hebben voor Amazon moeten kiezen. Maar wie een paar dagen geduld kan hebben, lijkt stukken voordeliger uit te zijn bij Jet.

Jet Anywhere

Om dit zwakke punt enigszins te compenseren biedt het de service 'Jet Anywhere' aan. Via dit portaal kunnen gebruikers bijvoorbeeld schoenen bestellen op de website van Adidas. Cookies registreren de aankoop en na het versturen van de aankoopbon aan Jet krijgen abonnees de korting als tegoed om te besteden bij Jet. Het bedrijf steekt de komende vijf jaar zeker driehonderd miljoen dollar in deze dienst. Volgens woordvoerder Liza Landsman was Jet Anywhere in de eerste twee weken na de lancering verantwoordelijk voor vijftien procent van de waarde van de totale aankopen van abonnees.

Begin augustus zorgde Jet Anywhere na vragen van The Wall Street Journal echter wel voor grote onrust bij retailers als Walmart, Gap en L'Oréal, omdat zij zonder medeweten vermeld werden in het portaal. Hun logo's werden dan ook verwijderd van de site. "Iedereen kijkt de kat uit de boom", zegt Gans. "Retailers zijn nu eenmaal niet gebaat bij disruptie. Consumenten hebben