

## Forretningsidé (prosjekt/strategi<sup>1</sup>):

---

Firmanavn: **VGBOK**

Slagord: **Publish yourself**

«Pitch»: ***VGBOK er den ultimate blandingen av et folkeid Amazon og et bokens YouTube.***

VGBOK tilbyr alle forfattere og skribenter et nettsted der de enkelt kan publisere sine egne tekster. VGBOK tilbyr markedsplassen og teknologien, forfatterne eier innholdet. VGBOK er sympatisk, demokratisk og en liten vugge for ytringsfriheten!

VGBOK har potensial til å bli:

- a) Norges største forfattereide forlag
- b) Norges største forfattereide bokhandel
- c) Norges største bokblogg
  - eller alt dette!

VGBOK har et inntekspotensial når det gjelder:

- a) Nettleietjenester til forfatter/forlag
- b) Forlagstjenester til forfatter
- c) Annonseinntekter

VGBOK: Liten kravsspesifikasjon

- På VGBOK skal det være like enkelt å laste opp sin egen bok som å legge ut en annonse på finn.no.
- På VGBOK skal det være like enkelt å kjøpe en bok som å betale for annonsen på finn.no.
- Forfatteren bestemmer selv prisen på boken eller om den skal ligge ute gratis (Forslag til prisnivå er 0,- 49,- 99,- 199,-)<sup>2</sup>.
- Boken ligger ute i et format alle har kjennskap til: Pdf, i tillegg til e-pub formatet.

---

<sup>1</sup> Her viser jeg til oppgaveteksten som lyder: «Du skal gjennomføre et prosjekt der målsettingen er å utvikle en strategi for nyskaping eller innovasjon. Prosjektet kan gjennomføres enten i egen virksomhet eller for en annen organisasjon. Som bakgrunn for den konkrete strategi skal oppgaven inneholde drøfting av relevant teori/litteratur, samt eventuelle praksiseksempler av relevans for prosjektet.» Forretningsideen viser mitt prosjekt og min strategi. VG multimedia har jeg valgt ut som organisasjonen jeg utvikler strategien for, men det kunne også vært et annet mediehus. Jeg har valgt VG multimedia fordi de er de mest innovative av norske mediebedrifter per i dag i mine øyne og fordi et mediehus har behov for innholdsproduksjon. Jeg skal nå teste forretningsideen teoretisk og empirisk og revurdere strategien mot slutten av oppgaven.

<sup>2</sup> Jeg setter prisnivåene ut ifra markedspris samt ut ifra forskning på prissetting av e-bøker. Masteroppgaven *Hvordan bør e-bøker prises?* konkluderer blant annet med dette: «De fleste respondentene har en mening om hvordan e-bøker bør prises i forhold til ulike utgaver av papirbøker. På spørsmålet om hvordan e-bøker på generelt grunnlag bør prises i forhold til papirutgaver mente alle, bortsett fra én respondent, at e-bøker bør være billigere enn innbundne bøker, og hele 70,5 % at de bør være billigere enn pocketutgaver.» (Canovic og Viik, 2010:58)

- Når leseren laster ned boken vannmerkes den med leserens navn eller gravatar<sup>3</sup>.
- Forfatteren blogger selv om boken sin og leserne har mulighet til å kommentere.
  
- VGBOK er bygget opp som Amazon med automatiske anbefalinger ut i fra hva leseren liker.
  
- En redaksjon skal løfte fram nye bøker som kommer til VGBOK, de mest besøkte bokpostene, de mest diskuterte bøkene samt hente fram bøker med gode blogginnlegg.

---

<sup>3</sup> Her støtter jeg meg blant annet til den solide bacheloroppgaven «Bokbransjen digitale dilemma» hvor det i forbindelse med problematikken omkring piratkopiering skrives dette om metoden «vannmerking»: «Et annet aspekt ved digital vannmerking - som etter min mening er viktigere - er det sosiale. Med det mener jeg forholdet mellom kulturforbruker og kulturprodusent, i bokbransjen henholdsvis leser og forfatter/forlag/forhandler, som ved hjelp av digital vannmerking kan bygges opp til å være et tillitsforhold - i motsetning til mistillitsforhold som DRM bygger på.(...) Dette er jo også noe som kan personaliseres og gjøres på en morsom måte, for eksempel ved hjelp av en gravatar. (Nyseth, 2010: 30) Se: [www.gravatar.com](http://www.gravatar.com).