

Barnes & Noble evoluciona al mundo digital

Si alguien está invirtiendo una buena cantidad de dinero y esfuerzo en hacerle la competencia a Amazon, esa es Barnes & Noble.

Tras unos tempranos e infructuosos intentos de atacar el libro digital, la gran cadena de librerías B&N (más de 700 librerías) ha decidido aplicar el famoso dicho “si no puedes con ellos, únete a ellos”

Los principales movimientos se han ido produciendo a principios de este año, y ahora comenzamos a ver los primeros resultados: nueva tienda, nuevo software y nuevo eReader.

B&N no ha perdido el tiempo inventando lo que ya está inventado. Ha buscado las mejores soluciones para su estrategia digital: primero comprando Fictionwise y luego aliándose con Plastic Logic.

El primer movimiento, como ya comentamos en su día, responde al excelente posicionamiento de Fictionwise y la solidez de sus soluciones: más de 5 millones de ebooks vendidos en su tienda online y gran éxito con su lector de ebooks, incluida versión para móviles, con iPhone, Blackberry, Palm, Windows Mobile o Symbian.

La operación le costó a B&N 15,7 millones de dólares y le ha permitido hoy abrir su nueva tienda online con más de 700.000 títulos, (de ellos 500.000 libres de derechos) pero también ofrecer su propio software de lectura y tienda online.

Adicionalmente hace unos días presentó su versión de iPhone, basado en el eReader anterior de Fictionwise, el más popular después de Stanza, comprada por Amazon.

Con esto ya dispone de una gran tienda de contenidos, a la que irá sumando novedades y 2-software de tienda y lector, que se sirve ya en descarga para ordenadores y para móviles, estos últimos de gran importancia en los nuevos mercados.

La tercera pieza es un lector de tinta electrónica, el “kindle” de B&N, y para ello ha suscrito una alianza con Plastic Logic, un muy prometedor lector de próximo lanzamiento (2010) cuya tienda de contenidos será provista por B&N.