

Een retourquotum, waarom ook niet?

13-05-2016 12:06



Door Nick Möller
Redactie RetailWatching

De zwarte lijst. Net als met gratis parkeren en de komst van Amazon naar Nederland, weet je dat het onderwerp eens in de zoveel tijd komt boven drijven. Dit keer dankzij de Consumentenbond, of beter gezegd, Esprit. De modeketen levert namelijk geen online bestellingen meer aan klanten die te veel terugsturen.

Esprit windt er geen doekjes om. 'Vanuit financieel oogpunt is het helaas nodig dat onze klanten niet meer dan negentig procent van de artikelwaarde retourneren', klinkt het in de Consumentengids. De Consumentenbond trok aan de bel na een klacht van klant Bianca Stoffer. Die kreeg namelijk een mail waarin Esprit verkondigt dat haar retourpercentage van 88,42 procent boven het gemiddelde van alle online klanten ligt. Als dat percentage nog iets oploopt, mag ze geen online aankopen meer doen.

Al hoeft Esprit daar niet bang voor te zijn. Stoffer weigert vanwege het beleid nog langer bij de Duitse modeketen te shoppen. Ja, ze stuurde veel terug. "Maar ik ga toch geen kleding houden waarvan de kwaliteit mij niet aanstaat?"

Kritisch

Esprit berekent het retourpercentage over de laatste zestien bestellingen uit de afgelopen twee jaar. Klanten

die het kritieke retourpercentage van negentig procent benaderen, worden per mail gewaarschuwd. In dat bericht roept Esprit de klant op het retourpercentage zo laag mogelijk te houden, door gebruik te maken van de matentabel en klantenbeoordelingen. Bovendien kunnen ze zich voor vervolgaankopen baseren op de maat van kleding die ze al van Esprit hebben.

Het komt volgens de modeketen zelden voor dat zo'n bericht de deur uitgaat, laat staan dat klanten geweigerd worden. Maar dat het gebeurt, ontkent Esprit niet. Zalando, expert op het gebied van retourneren, ontkent tegenover de Consumentenbond met een zwarte lijst te werken. Gratis retourneren is immers één van de drijvende krachten achter het succes van de Duitse etailer. "Wij zien het zo: in een gewone winkel vraagt men ook geen geld om kleding te mogen passen, dus waarom zouden wij dat wel doen?"

Donna Darthuizen werd vorig jaar als toenmalig country cluster head Benelux van Zalando al in EtailTrends gevraagd of er sprake was van een zwarte lijst. Ook toen ontkende zij het bestaan daarvan stellig. Wel wordt er bij retourneren die beschadigd of anderszins niet meer bruikbaar terugkomen, gekeken naar het track record van klanten, waarna er bij enkele malen herhaling contact opgenomen kan worden. "Als we merken dat er vaker dan eens items terugkomen die opzettelijk zijn beschadigd, dan zijn wij in de positie om het betaalde bedrag niet terug te storten. Dat bekijken we per geval. Uiteraard zijn we dan kritisch op vervolgzendingen."

Rechten en plichten

Een andere online grootmacht, Amazon, is wat minder coulant. Drie jaar terug kwam voor het eerst het bericht naar buiten dat Duitse klanten zonder pardon de wacht wordt aangezegd, als ze te veel retourneren. Zonder waarschuwing vooraf en zonder dat verteld wordt wat het teveel aan retourneren exact is. Bovendien krijgen de 'schuldigen' het verzoek vooral geen nieuw account aan te maken. In tegenstelling tot Esprit zegt Amazon niet met een vast retourquotum te werken. Accounts van klanten worden alleen gesloten als na uitvoerig onderzoek blijkt dat ze buitengewoon veel terugsturen.

De grote vraag is hoeveel webwinkels in Nederland veelvuldig retournerende klanten weigeren. Belangenvereniging Thuiswinkel.org moet het antwoord schuldig blijven. "Daar is bij ons niets over bekend. We horen soms van een individueel lid dat het aantal retourneren een probleem kan zijn, maar er zijn geen signalen dat er met een zwarte lijst wordt gewerkt", aldus jurist Ank van Heeringen. Ze wijst erop dat Thuiswinkel.org zijn leden een aantal rechten en plichten oplegt, waar ze zich aan dienen te houden. "Daaronder vallen onder meer de regels omtrent het herroepingsrecht. Consumenten hebben het recht om binnen veertien dagen de koop ongedaan te maken."

Een consument moet een product dus altijd retour kunnen sturen, benadrukt Van Heeringen. Daarbij gaat ze er echter vanuit dat er ook een product is geleverd. Of een webwinkel mag weigeren nog langer te leveren, weet ze niet. Duitse juristen stelden in de zaak-Amazon al wel dat retailers vrij zijn om accounts te sluiten, mits klanten vooraf weten wanneer ze de grens bereiken. Dat is waar de mails van Esprit om de hoek komen kijken.

Oplossing

Juist in die communicatie liggen kansen voor retailers om deze problematiek om te buigen in iets positief, stelt oprichter Stef de Bont van 12Return. Door contactmomenten met de klant te creëren geeft de retailer zichzelf een kans om het gedrag van de klant te veranderen. "Ik heb het dan ook liever niet over een zwarte lijst, maar over gele post-its. Echter wordt er nu nog weinig proactief gestuurd op het terugdringen van retourpercentages door de klant te attenderen op zijn gedrag."

Ook de rigoureuze stap die Esprit genomen heeft, ziet hij niet vaak in de markt terug. "Persoonlijk denk ik niet dat het slim is om iemand te weigeren die veelvuldig retourneert. Hij blijft namelijk een klant, ook met het oog op de toekomst. Ik zoek de oplossing eerder in een vergoeding vragen voor retourneren aan klanten die dat

veelvuldig doen. Dat ze bij wijze van spreken bij de tiende keer dat ze iets retour sturen horen dat ze daarvoor moeten betalen.”

Retailers moeten daarvoor wel op het moment suprême in contact kunnen komen met de klant. Als die de mogelijkheid heeft om zijn pakketje anoniem op te sturen, is het immers onmogelijk om hem daarvoor geld te vragen. “Je kunt er bijvoorbeeld aan denken dat er automatisch een chat opstart, als de klant een retourzending aanmeldt. In het ideale scenario is dat een geautomatiseerd contactmoment. Er is ook al software die dat mogelijk maakt, maar retailers zijn nog niet zover.” Retailers zijn volgens De Bont vaak nog huiverig om te tornen aan de gratis retourneerdienst. Hun focus ligt nu op het optimaliseren van de retourketen, stelt hij. “Zodat ze precies weten wat er aan retouren aankomt en ze die zo efficiënt mogelijk kunnen verwerken.”