



**Klachten =  
Kennis**

**Doe er meer  
mee!**

**Commissie  
Consumentenaangelegenheden**

**SER**

Sociaal-  
Economische  
Raad



# Cadeautjes



Het kabinet en de SER staan beide voor verbeteringen in de Nederlandse economie.

De omvorming van het sociale stelsel is een omvangrijk project. Andere verbeteringen zijn bescheidener van aard. Deze brochure is zo'n klein initiatief. Klein in omvang, maar hopelijk groot in effect! Het adequaat oplossen van een klacht van een consument voorkomt dat een geschil in de rechtszaal of bij een geschillencommissie moet worden uitgevochten. Daarbij is niemand gebaat en het kost veel tijd, veel geld en gaat vaak ook nog ten koste van een goed humeur.

Klachten zijn eigenlijk cadeautjes van de consument voor de ondernemer. Ze geven u kennis over uw product, dienst of assortiment. Wanneer u en de klant er samen uitkomen, betekent dat klantenbehoud en wellicht uitbreiding. Want een positieve ervaring over goede klachtafhandeling die een klant deelt met vrienden, kennissen, burens, familie kan uiteindelijk leiden tot meer omzet.

**WIJ HOPEN DAT DE KENNIS DIE U VAN DE CONSUMENT VERKRIJGT UITEINDELIJK LEIDT TOT MEER OMZET EN ECONOMISCHE WELVAART.**

*Staatssecretaris van Economische Zaken  
Mevr. ir. C.E.G. van Gennip MBA*

*Voorzitter van de SER-Commissie voor  
Consumentenaangelegenheden  
Mevr. drs. A.Th.B. Bijleveld-Schouten*

# Klachten = Kenniss

## Doe er meer mee!

*Goed omgaan met klachten is voor bedrijven de beste vorm van klantenbinding. Een goede reputatie is goud waard. Vandaar deze brochure, die bedoeld is om mkb-ondernemers meer te laten profiteren van adequate klachtafhandeling.*

### **Inleiding**

Kritische consumenten, klagende klanten; nogal wat ondernemers in het midden- en kleinbedrijf hebben er een broertje dood aan. Klachten zien zij uitsluitend als kostenpost. En zeg eens eerlijk: bent u zélf nooit in het defensief geschoten vanuit de overtuiging dat de oorzaak van een klacht wel bij de consument zal liggen en niet bij uw bedrijf?

Door zo'n houding van 'de fout ligt niet bij mij' raken bedrijven klanten kwijt. Bovendien blijven belangrijke signalen onopgemerkt, die tot verdere verbetering van een product of dienst zouden kunnen leiden.

Professionele klachtenprocedures kosten minder tijd dan u nu nog misschien wel denkt. Wie een conflict verder laat verslechteren, is veel meer tijd, geld én ergernis kwijt! Om nog maar te zwijgen over de imagoschade, die zich meestal zeer moeizaam laat herstellen.

### **Van klacht... naar (markt)macht!**

Denk niet dat succesvolle bedrijven nooit met klachten worden geconfronteerd. Nederland is immers een mondig en open maatschappij, waarin consumenten steeds



vaker aan de bel trekken. Kenmerk van succesvolle organisaties – óók in het lagere prijssegment – is dat zij daar goed mee om weten te gaan. Dat verhoogt de klanttevredenheid, hetgeen afstraalt op de reputatie van de onderneming, wat weer leidt tot grotere betrokkenheid van de medewerkers enzovoorts. Onderzoeken tonen dit keer op keer aan. Zo'n bedrijf zit 'goed in zijn vel' en straalt dat uit; dus wie wil daar nou niet bij kopen?

Andersom werkt het ook zo: gebleken is dat een groot deel van alle consumenten na een slechte behandeling van hun klacht voortaan winkelt bij de concurrent. Het desbetreffende bedrijf loopt ook potentiële nieuwe afnemers mis (bijvoorbeeld de familie, vrienden en kennissen van de ontevreden consument) en blijft bovendien onkundig over de werkelijke achtergronden van de klacht. Informatie waar de onderneming zijn voordeel mee had kunnen doen.

### **In 7 stappen naar een win-winsituatie**

Een succesvolle afhandeling van klachten ligt binnen het bereik van iedere ondernemer. Deze brochure helpt u klachten op te sporen en af te handelen. In slechts zeven stappen (plus de nodige tips). U blijft zo niet alleen verschoond van (juridische) geschillen, maar versterkt tegelijkertijd uw concurrentiepositie.

Ofwel: Klachten = Kennis. Doe er meer mee!

**TIP:** *Is 'daar hebben we nooit klachten over gehad' binnen uw bedrijf een vaak gezigde reactie op klagende consumenten? Kies liefst vandaag nog voor een andere benadering (en communiceer die ook aan uw personeel), want er is niets dat klanten zó tegen de haren instrijkt. De consument is niet geïnteresseerd in uw 'statistieken', maar zoekt gewoon een oplossing voor zijn probleem.*

# Stap 1

## Een klacht herkennen



**TIP:** Een klachtenformulier vormt de basis voor professionele klachtafhandeling. Laat klanten die invullen. Zo beschikt u als bedrijf over de (minimaal) benodigde gegevens om snel inzicht te krijgen in de aard van een probleem. Een modelformulier vindt u op [www.StalkSterk.nl/Ondernemers/Klachtenbehandeling](http://www.StalkSterk.nl/Ondernemers/Klachtenbehandeling). Zorg dat u klachtenformulieren voorgedrukt in uw zaak hebt liggen, of dat het mogelijk is er eentje vanaf uw website te printen.

Volgens de definitie van ISO 10002, de internationale richtlijn voor klachtbehandeling, is een klacht: ‘een uitdrukking van ontevredenheid gericht aan uw bedrijf over uw producten en diensten, waarbij de klant een respons of oplossing verwacht’. Anders gesteld: een klacht is een consument die de moeite neemt zijn onvrede aan u kenbaar te maken. Voor u een uitgelezen moment om aan klantenbinding te doen. Maar jammer genoeg is ‘klacht’ voor sommige ondernemers een dermate beladen woord, dat ze zich laten overheersen door negatieve emoties en hun kansen niet zien.

Voor veel consumenten is klagen overigens net zozeer met emoties omgeven. Bovendien werken de hoge drempels die veel bedrijven opwerpen, ontmoedigend. Denk maar aan eisen zoals het moeten kunnen tonen van de originele verpakking of de aankoopbon. Veel klachten blijven hierdoor onvermeld, terwijl de klant wél ontevreden is.

Wanneer u openstaat voor klachten en dat ook duidelijk communiceert, zullen consumenten dit waarderen als een belangrijke vorm van service. Ook zullen ze sneller de dialoog met u aandurven. Verlaag de drempel door:

- Uw medewerkers van het belang van klachtenmanagement te doordringen. Maak duidelijk welke procedures worden gevolgd.
- Zet een contact- of klachtenformulier op de eigen website, of voorzie nota's standaard van een e-mail- en correspondentie-adres en een telefoonnummer.
- Hang een bordje op in de zaak en/of zet standaard op al uw correspondentie: ‘We willen graag dat u tevreden bent. Laat weten als dat niet zo is!’

# Stap 2

## Uw eigen 'Ombudsman'



Het is verstandig één persoon binnen uw bedrijf te belasten met de afhandeling van klachten. Dit verkleint het risico dat zaken door drukte blijven liggen en mogelijk escaleren. De klant voelt zich bovendien sneller serieus genomen.

Om effectief te kunnen functioneren, moet een klachtenmanager bevoegd zijn bij andere medewerkers informatie op te vragen. Het is trouwens slim ook een plaatsvervanger aan te wijzen.

In het kleinbedrijf zal de directeur-eigenaar vaak zelf de rol van klachtenmanager op zich moeten nemen. Maar dat wil niet zeggen dat u er alleen voor staat! Betrek actief uw personeel erbij, maak duidelijk dat u wilt dat ze positief in plaats van afwijzend reageren op klachten.

**TIP:** Consumenten hebben veel rechten.

Spijker uw kennis daarover bij op [www.StalkSterk.nl](http://www.StalkSterk.nl).

Maar u als ondernemer bent natuurlijk ook niet rechteloos. Is bijvoorbeeld een klacht terecht, maar betreft het een product dat al langere tijd in gebruik is, dan mag u wettelijk bij vervanging ervan, een gebruiksvergoeding in rekening brengen.





# Stap 3

## Laat van u horen



Stuur nog dezelfde dag een bevestiging als er een klacht binnenkomt, plus eventueel een kopie van de ingevulde klachtenformulier. Houd klanten op de hoogte van de voortgang in de afwikkeling en geef een reële indicatie van de tijd die er mee gemoeid zal zijn. Laat geregeld iets van u horen, zodat de klant weet welke acties worden ondernomen.

**TIP:** Veel klachten zijn eenvoudig en snel op te lossen. Doe daarom eerst navraag bij uw verkoper(s). Welke informatie is er tijdens het verkoopsgesprek verstrekt?

# Stap 4

## Wie schrijft, die blijft



**TIP:** Peil hoe binnen uw bedrijf op dit moment wordt omgegaan met klachtenmanagement! Doe de Klachtenmanagementscan op [www.StalkSterk.nl/Ondernemers/Klachtbehandeling](http://www.StalkSterk.nl/Ondernemers/Klachtbehandeling). Kijk op [www.vwa.nl](http://www.vwa.nl) voor de regels over de in sommige gevallen verplichte klachtenregistratie.

Leg een dossier aan van iedere klacht. Stop daarin relevante informatie, zoals ingevulde klachtenformulieren, eventuele oplossingen die door de klant zelf worden aangeboden en het precieze tijdstip en de wijze waarop de klacht is binnengekomen.

Werk met klachtenregistratieformulieren: eenvoudig en overzichtelijk de belangrijkste gegevens van een zaak in één document bij de hand. Zie voor de gegevens die u minstens zou moeten registreren pagina 18 van deze brochure.

Wie concrete toezeggingen doet over een afhandelingstermijn, moet die uiteraard nakomen. Anders dreigt imago-schade. Blijf communiceren over de voortgang.

Klachtenregistratie zorgt niet alleen voor overzicht. Er zijn meer redenen waarom uw bedrijf hier beter van wordt:

- Een overzicht van ontvangen klachten biedt actuele informatie over de daadwerkelijke behoeften van uw doelgroep.
- Is er sprake van een structureel probleem, dan komt dit door klachtenregistratie sneller aan het licht. Vraagt u zich af waarom bepaalde producten en/of diensten minder hard lopen, hoe uw service wordt ervaren of wat klanten vinden van uw verkopers? Klachtenregistratie en -analyse bieden een antwoord op dit soort belangrijke vragen. Zo wordt het mogelijk om gericht veranderingen door te voeren, die tot verbetering van de bedrijfsprestaties kunnen leiden.

Het bijhouden van een klachtenregister is soms voor producenten en importeurs een wettelijke verplichting. Dit is namelijk een van de manieren om veiligheidsrisico's tegen te gaan. Meer informatie daarover staat op de website van de Voedsel en Waren Autoriteit ([www.vwa.nl](http://www.vwa.nl)).

# Stap 5

## Scheid feiten en fictie



Met de informatie die in de voorgaande stappen is verzameld, wordt het mogelijk een oordeel te vormen. Ga allereerst na of er sprake is van een kwaliteitsprobleem, verkeerd gebruik van het product door de klant of dat er iets mis is gegaan in de communicatie. Misschien lijkt het er op dat een klant een overhaaste aankoop heeft gedaan, maar als blijkt dat er tijdens het verkoopgesprek onjuiste informatie is verstrekt, dan kan dat úw bedrijf worden aangerekend. Veel klachten gaan over de bij de verkoop verstrekte informatie. Goede productinformatie voorkomt zulke klachten en geschillen.

In sommige gevallen zult u meteen een oplossing kunnen bieden, maar het kan ook dat verder onderzoek nodig is. Als dat zo is, laat de klant dat dan weten.

Trek niet te snel conclusies. Toon betrokkenheid. Meestal heeft iemand al een drempel moeten nemen alvorens met een klacht te komen, enige gespannenheid en irritatie is dus niet ongewoon en meestal niet persoonlijk bedoeld. Luister geduldig en blijf vriendelijk.

Vergeet nooit dat een klagende klant in principe nog het vertrouwen heeft in uw bedrijf. Wanneer het lukt om tot een wederzijds bevredigende oplossing te komen, verstevigt u de klantrelatie en verandert de klager in een 'ambassadeur' voor uw bedrijf.

**TIP:** *Stel in de onderlinge communicatie niet de klacht, maar de klant centraal. Probeer u in hem of haar te verplaatsen. Ga na wat u in eenzelfde situatie zou denken en voelen. Hoe zou u reageren? Wat zouden uw verwachtingen zijn?*



# Stap 6

## Naar een oplossing



De beste oplossing voor een klacht hangt uiteraard af van het specifieke probleem. Maar er zijn legio mogelijkheden: repareer het product, biedt een vervangend product aan en/of technische assistentie, verstrek extra informatie, biedt een financiële vergoeding of een presentje als teken van goede wil. Soms is zelfs terugbetalen geboden. Het kan ook zijn dat de geboden oplossing bestaat uit de mededeling dat een klacht heeft geleid tot (voorgenomen) product- of procedurewijziging. Omdat de klant daar zelf niet meteen bij is gebaat, kan het in dit geval slim zijn een vorm van 'nazorg' aan te bieden. Overweeg die ook aan te bieden aan andere consumenten (denk aan de goodwill!) die dezelfde product of dienst hebben afgenomen, maar geen formele klacht hebben ingediend.

Wees in alle gevallen duidelijk over wat u gaat doen, en blijf ook in dit stadium naar de klant luisteren. Breng uw personeel op de hoogte en controleer of gemaakte afspraken inderdaad worden nagekomen.

### Onterechte klachten

Ligt de fout aantoonbaar bij de klant, dan hoeft u daar natuurlijk niet voor op te draaien. Leg uw argumenten om niet op een klacht in te gaan, duidelijk en vriendelijk uit.

Sommige consumenten maken een sport van klagen en daarmee misbruik van u. Blijkt duidelijk dat het iemand erom te doen is hoe ver ze bij u kunnen komen, aarzel dan niet om hem of haar de deur te wijzen. Dergelijke 'klanten' kunt u missen als kiespijn!

**TIP:** De klant zal het waarderen als hij een vervangend product mag gebruiken zolang het traject van klachtafhandeling duurt. Overigens bent u wettelijk verplicht de overlast bij de reparatie zoveel mogelijk te beperken. Daarvan uitgaande is het geven van een vervangend product méér dan alleen een vriendelijke geste: het is een mogelijke invulling van uw wettelijke plicht.

# Stap 7

## De evaluatie



**TIP:** *Op [www.consumentenvoorwaarden.ser.nl](http://www.consumentenvoorwaarden.ser.nl) vindt u de geldende algemene voorwaarden voor een groot aantal branches. Kijk er eens naar. Misschien leest u zaken waarmee u uw eigen algemene voorwaarden nog verder kunt verbeteren! U achteraf beroepen op algemene voorwaarden kan overigens alleen wanneer u de klant een redelijke mogelijkheid heeft geboden om ervan kennis te nemen. Uitgangspunt daarbij is dat u de algemene voorwaarden aan de consument ter hand stelt. Als dat redelijkerwijs niet mogelijk is, moet u wel bekend maken dat ze bij u ter inzage liggen.*

**TIP:** *Als consumenten tevreden zijn over de afhandeling van hun klacht, zullen ze graag meewerken aan een kleine enquête. Dat levert belangrijke informatie op voor uw bedrijf om het serviceniveau verder te verhogen. Op [www.StalkSterk.nl/Ondernemers/Klachtbehandeling](http://www.StalkSterk.nl/Ondernemers/Klachtbehandeling) vindt u een voorbeeld van een compact klachttevredenheidsonderzoek.*

Informeer na enige weken of uw klant tevreden is met de afhandeling van zijn klacht en de geboden oplossing. Maak hiervan melding in het dossier. Deze kan nu worden gesloten. Stuur ook een brief naar de klant, waaruit blijkt dat de zaak volgens alle betrokkenen naar tevredenheid is afgerond.

### **Dreigt het toch mis te gaan...**

Lukt het ondanks alles niet om tot een oplossing te komen, dan kan een geschillencommissie uitkomst bieden. Veel brancheorganisaties beschikken hierover. In principe kan ieder bedrijf bij een geschillencommissie aankloppen. Maar voor brancheleden ligt dit makkelijker dan voor niet-georganiseerden.

Geschillencommissies zijn laagdrempelig, in de regel snel en onderzoeken een zaak tegen relatief lage kosten. Bij de besluitvorming wordt uitgegaan van algemene voorwaarden die branchebreed zijn afgesproken en die in in overleg met de consumentenorganisaties, zoals de Consumentenbond, tot stand zijn gekomen.

Inschakeling van een geschillencommissie ontslaat een ondernemer uiteraard niet van zijn verantwoordelijkheid om aan goede klachtbehandeling te doen. Geschillen voorkómen blijft natuurlijk de beste aanpak!

# Meer informatie



Voor meer branchespecifieke informatie over klachtafhandeling en de branchespecifieke wettelijke regels die hiervoor gelden, kunt u terecht bij uw brancheorganisatie. Algemene informatie is verkrijgbaar bij de centrale ondernemersorganisaties MKB-Nederland en VNO-NCW, of via de website [www.StaIkSterk.nl](http://www.StaIkSterk.nl) van het Ministerie van Economische Zaken.

De internationale richtlijn voor klachtafhandeling ISO 10002 (2004) heeft als leidraad gediend voor het schrijven van deze brochure. De volledige tekst van deze richtlijn is te bestellen via [www.nen.nl](http://www.nen.nl).

Aan de inhoud van deze brochure kunnen juridisch gezien, geen rechten worden ontleend.

**TIP:** Zet [www.klachtenmanagement.nl](http://www.klachtenmanagement.nl) en [www.StaIkSterk.nl](http://www.StaIkSterk.nl) in uw favorieten voor actuele informatie en concrete tips. *StalkSterk.nl is vanaf 2006 onderdeel van een centraal informatieloket van het Ministerie van Economische Zaken. Bij dat loket kunnen consumenten en ondernemers terecht met specifieke vragen over hun rechten en plichten. Men kan er ook een verwijzingsadvies krijgen naar de juiste geschilleninstantie.*





## NUTTIGE ADRESSEN

### **Koninklijke Vereniging MKB-Nederland**

Postbus 5096  
2600 GB Delft  
Telefoon: 015 - 2 191 212  
Fax: 015 - 2 191 240  
[www.mkb.nl](http://www.mkb.nl)

### **Vereniging VNO-NCW**

Postbus 93002  
2509 AB Den Haag  
Telefoon: 070 - 3 490 349  
Fax: 070 - 3 490 300  
[www.vno-ncw.nl](http://www.vno-ncw.nl)

### **Sociaal-Economische Raad**

Postbus 90405  
2509 LK Den Haag  
Telefoon: 070 - 3 499 499  
Fax: 070 - 3 832 535  
[www.ser.nl](http://www.ser.nl)

### **Stichting Geschillencommissies voor Consumentenzaken**

Postbus 90600  
2509 LP Den Haag  
Telefoon: 070 - 3 105 310  
Fax: 070 - 3 658 814  
[www.sgc.nl](http://www.sgc.nl)

### **Ministerie van Economische Zaken**

Postbus 20101  
2500 EC Den Haag  
Telefoon: 070 - 3 798 911  
Fax: 070 - 3 474 081  
[www.ez.nl](http://www.ez.nl) / [www.StaIkSterk.nl](http://www.StaIkSterk.nl)

### **Voedsel en Waren Autoriteit**

Warenklachtenlijn 0800 - 0488  
[www.vwa.nl](http://www.vwa.nl)

[www.klachtenmanagement.nl](http://www.klachtenmanagement.nl)

## COLOFON

### **Uitgave:**

Sociaal-Economische Raad, Den Haag  
www.ser.nl

### **Tekst:**

Commissie voor Consumentenaangelegenheden  
van de SER

### **Vormgeving:**

Marvin Dolladi, Albani Ontwerpers BV, Den Haag

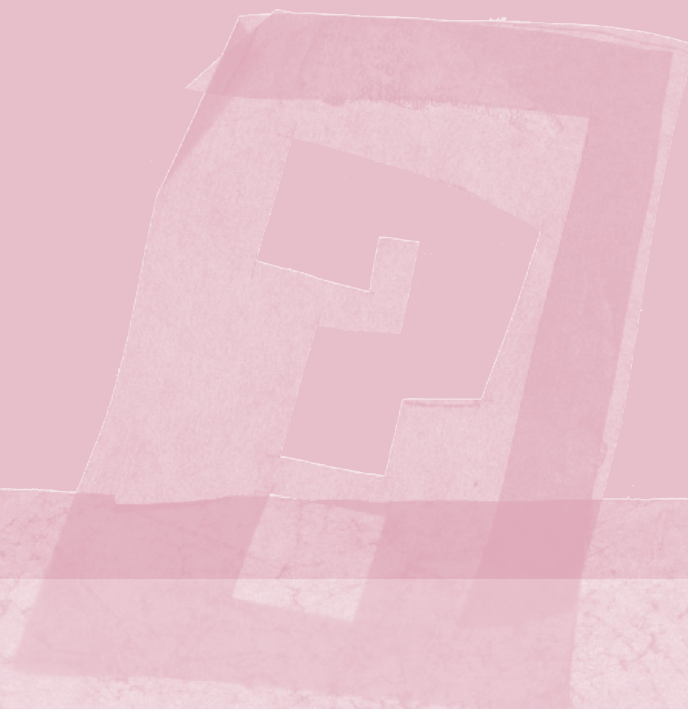
### **Druk:**

SER huisdrukkerij, Den Haag

© 2005, Sociaal-Economische Raad (SER)

Alle rechten voorbehouden

ISBN 90-6587-908-0



## GEGEVENS DIE U BIJ KLACHTEN MINSTENS ZOU MOETEN REGISTREREN:

### **Persoons- en adresgegevens:**

- *Naam, adres, telefoonnummer en e-mailadres van de klant. Deze gegevens zijn nodig om de klant te kunnen informeren over de stand van zaken in de behandeling van zijn klacht.*

### **Bij klachten over een product:**

- *De datum en het tijdstip waarop de klacht wordt ingediend.*
- *Het merk en het type product, eventueel inclusief aanduidingen zoals serienummers en productiedatum.*
- *De aankoopprijs en de datum en het tijdstip van de aankoop (is vast te stellen door middel van de aankoopbon).*
- *Een aanduiding van de problemen met het product en/of de bijbehorende service.*

### **Bij klachten over een dienst:**

- *De datum en het tijdstip waarop de klacht wordt ingediend.*
- *Een omschrijving van de dienst en de datum waarop de klant deze heeft afgenomen.*
- *De datum waarop de dienst volgens afspraak had moeten zijn verricht (mogelijk vast te stellen aan de hand van een offerte en een offertebevestiging).*
- *De omvang en prijs van de dienst.*
- *Een aanduiding van de problemen met de geleverde dienst en/of bijbehorende service.*

### **Bij de afhandeling:**

- *Registreer alle afspraken die u met de consument overeenkomt, zo mogelijk met bijbehorende aanduidingen van data of tijdsduur. Beschrijf ook de wijze waarop u de klacht afhandelt.*
- *Een aanduiding van de problemen met de geleverde dienst of service.*
- *De datum waarop de klacht wordt afgesloten.*



Succesvolle klachtafhandeling kan al door dagelijks een paar vuistregels na te leven. Met deze checklist wordt het gemakkelijk ze te onthouden.

**Scheur uit en hang op!**

## Altijd doen

**Uitstralen dat klanten met hun klacht bij u terecht kunnen. Dat bereikt u al met zoiets simpels als een klachtenformulier op uw website.**

**Betrek medewerkers actief bij klachtafhandeling en communiceer een uniforme aanpak.**

**Luister goed naar de klant, toon begrip en blijf te allen tijde vriendelijk. Houd een klant op de hoogte van de afhandeling van zijn klacht.**

**Leg klachtendossiers aan. Dit vergroot het overzicht. Bovendien komen structurele problemen zo eerder aan het licht.**

**Doe altijd eerst navraag bij uw verkoper(s). In een redelijk aantal gevallen zal dat een snelle oplossing bevorderen.**

**Informeer achteraf of een klant tevreden is over de wijze waarop met zijn klacht is omgegaan.**

**Regelmatig surfen naar websites als [www.StalkSterk.nl](http://www.StalkSterk.nl) en [www.klachtenmanagement.nl](http://www.klachtenmanagement.nl)**

## Nooit doen


**Een klacht opvatten als een bedreiging in plaats van een kans om uw bedrijfsvoering verder te verbeteren en aan klantenbinding te doen.**

**Zeggen: 'Daar hebben we nooit klachten over gehad'.**

**U verschuilen achter 'interne problemen, onderbezetting of drukte'.**

**Al conclusies trekken als u niet alle partijen heeft gehoord en nog niet alle informatie bijeen heeft.**

**Een klant aan het lijntje houden. Honoreert u een klacht niet, draai er dan niet omheen maar communiceer snel, duidelijk én vriendelijk.**



klachten =  
kennis

