

# REVIEWS



**Christine Verzijl**



Reedijk 8A

3274 KE Heinoord

T: 078 – 203 40 12

I: [www.psybusiness.nl](http://www.psybusiness.nl)

E: [info@psybusiness.nl](mailto:info@psybusiness.nl)

Leest u ze voordat u iets koopt? Je bent op zoek naar een product of dienst, je hebt er al over nagedacht en je er in verdiept. Je hebt al in je hoofd wat je zoekt, maar dan moet je nog beslissen waar je die aankoop gaat doen. Uit diverse onderzoeken is gebleken dat bij die keuze, naast zaken als bijvoorbeeld snelle levering, de reviews van anderen een belangrijke rol spelen bij deze beslissing. Blijkbaar zoeken we bevestiging dat we de juiste keuze maken.

Bedrijven willen dan ook maar al te graag dat we een review schrijven. Dat merk je aan het aantal mails dat je na aankoop ontvangt. 'Is het pakket bezorgd?' 'Hoe was uw aankoopervaring?' 'Waren onze medewerkers vriendelijk?' Uit onderzoek \*) blijkt dat 20% van de Nederlanders wel eens een review schrijft en bijna 80% van de Nederlandse consumenten een of meerdere reviews leest voor een aankoop. Je hebt als review schrijver dus ook wel een bepaalde verantwoordelijkheid, je kunt je eerlijke mening geven, maar je ongenoegen ongefundeerd online plaatsen kan erg schadelijk zijn voor een bedrijf.

Om terug te komen op mijn vraag of u reviews leest: ik wel! Ze hebben namelijk ook vaak een hoge amusementswaarde omdat ze bedoeld of onbedoeld enorm op je lachspieren kunnen werken. Wat dacht u van deze beoordeling van het Thialf stadion: 'Ik haat schaatsen', of bij het Paleis op de Dam: 'Ik heb Koning Willem Alexander niet één keer gezien.' Op de website van een touroperator 'Er was ons niet verteld dat we de boot moesten nemen om van het ene naar het andere eiland te gaan.' Bij een leverancier van printers zag ik ook een leuke: 'Nadat mijn dochter een werkstuk over de neushoorn had gemaakt printte onze printer een verslag over de zebra uit. Alle afbeeldingen hadden zwart/witte strepen.'

Ook wij willen natuurlijk graag weten hoe de dienstverlening van PSY Business ervaren wordt. Daarvoor sturen wij onze cliënten na afloop een korte vragenlijst die (desgewenst anoniem) kan worden ingezonden. Een goede beoordeling voelt als een schouderklopje en bij een slechte beoordeling kunnen we kijken waar nog verbeteracties nodig zijn. Worden deze lijsten altijd ingevuld? Helaas niet. Daar hebben ze bij ons buurbedrijf in Heinoord (met de bekende blauwe auto's met oranje stip) een leuke tekst op gevonden. Zij schrijven: 'Geen tijd om de review nu in te vullen? Laat ons weten wanneer het je wél schikt en we sturen je een reminder!'

Reviews zijn dus nuttig, soms ongefundeerd en vaak grappig. En soms kan het opschrijven van een wat mindere ervaring een consument ook milder stemmen. Zoals deze klant van een bouwmarkt: 'Het sierhekwerk werd te laat geleverd en was lastig in elkaar te zetten. Ook hebben de palen erg scherpe punten. Maar dat vind ik eigenlijk geen punt.'

\*) Onderzoek review Marketing door Marlies Dobbe

# CO COLUMN