

## OPDRINGERIGE KEUKENVERKOPERS

# MET HET MES OP HET AANRECHT



Keukenverkopers hebben al jaren een slechte naam. Worden klanten nog steeds onder druk gezet? We namen de proef op de som en bezochten 10 keukenwinkels. En vroegen ruim 1500 consumenten naar hun koopervaringen.

Een keuken koop je niet vaak. Ongeveer eens in de 19 jaar, blijkt uit cijfers van Inretail en marktonderzoeksbureau Gfk. We geven er gemiddeld zo'n €14.000 aan uit. Dat is een flinke uitgave, waar je misschien een nachtje over wilt slapen. Toch krijg je die kans meestal niet. Veel verkopers doen er alles aan om je diezelfde dag nog een

Direct, Mandemakers Keukens, Nieuwenhuis Keukens, Piet Klerkx, Tulp Keukens en Wooning.

### Trucs

Er zijn ruim 900 keukenwinkels in ons land, blijkt uit cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). De concurrentie is dan ook groot. Keukenverkopers weten

## Bruynzeel heeft er bewust voor gekozen om positief af te wijken van de CBW-voorwaarden

keuken in de maag te splitsen. Dit blijkt uit een enquête onder 1500 panelleden. Zij bezochten in de afgelopen tweeënhalf jaar één of meerdere keukenwinkels voor de aankoop van een keuken. Ook hebben we zelf een mystery-bezoek gebracht aan tien keukenwinkels, om te ondervinden hoe het er tijdens een verkoopgesprek aan toe gaat. Zes van die winkels horen bij De Mandemakers Groep (DMG). Hier valt een groot aantal keukenketens onder: Brugman, Grando, Keuken Kampioen, Keukenmaxx, KeukenConcurrent, Küchen

precies welke trucs ze kunnen inzetten om klanten over de streep te trekken. Uitputting is er één van. Een nieuwe keuken uitzoeken kost tijd. Maar sommige verkopers nemen er zo veel tijd voor dat het moeilijk is om aan het eind nee te zeggen. 'We werden vier uur aan de praat gehouden', vertelt een panellid. 'Het voelde alsof de verkoper ons de hele dag "gegijzeld" hield', omschrijft een andere keukenkoper zijn bezoek. Tussendoor worden lunchbonnen uitgedeeld. En de verkopers spelen in op je gevoel met opmerkingen als 'We hebben zo veel voor u

gedaan'. Ook creëren ze een vriendschappelijke sfeer, waardoor het lastig is om te weigeren. Dat maken we zelf mee tijdens een van onze bezoeken. 'Het gesprek begint ontspannen. De verkoper maakt complimenten en zegt tegen mijn partner wat een ongelooflijk leuke vriendin hij heeft', vertelt een mystery-bezoeker. Maar in de loop van het gesprek wordt de vriendelijkheid van de verkoper overdreven. 'We merken dat dit een tactiek is en het komt niet echt gemeend meer over.'

### Gratis airco

Vaak vraagt de verkoper naar het budget, om aan de hand daarvan een keuken samen te stellen. Zo horen we bij ons bezoek aan een Grando-winkel: 'Ik ga dadelijk voor jullie een offerte maken zodat ik tussen de €8000 en €12.000 uitkom. En dan denk ik dat jullie vandaag nog een keuken hebben aangeschaft.' Ze werken niet alleen naar het genoemde bedrag toe, je hebt

# 44%

**VAN DE PANELLEDEEN MOEST VOORAF EEN DEEL VAN HET AANKOOPBEDRAG AANBETALEN**

ook geen idee meer wat de diverse onderdelen kosten. En dat maakt vergelijken lastig. Tijdens de onderhandelingen vliegen de acties en kortingen je om de oren. De offertes zakken meestal met enkele duizenden euro's. En er worden cadeaus gegeven. 'Als u vandaag bestelt, krijgt u er een gratis airco bij. Toch zonde als u die misloopt.' De kortingen gelden meestal alleen die ene dag. Want 'een groot deel van de bezoekers komt nooit meer terug', horen we van verkopers. Ze laten klanten dan ook graag geloven dat ze misgrijpen als ze niet direct beslissen. Van misgrijpen is helemaal geen sprake, blijkt uit ons ▶

## ONS ONDERZOEK

**Onze mystery-onderzoekers bezochten in augustus tien keukenwinkels. Het ging om negen ketens en één zelfstandige winkel. Zes van de ketens horen bij De Mandemakers Groep. We hebben van iedere keten één winkel bezocht. Om de verkopers te beschermen, geven we niet aan welke vestigingen we hebben bezocht. Ook hebben we een enquête uitgevoerd onder ruim 1500 panelleden. Zij hebben in de afgelopen tweeënhalf jaar één of meerdere winkels bezocht voor de aankoop van een keuken.**

# €14.000

GEVEN ONZE PANELLEDEN  
GEMIDDELD UIT AAN EEN  
NIEUWE KEUKEN

onderzoek. Een week later nemen we contact op met de bezochte winkels. Bij alle tien krijgen we goed nieuws: de beloofde prijs geldt nog steeds. Ook bij Brugman gaat de verkoper, na een wat warig verhaal, akkoord: 'Dit gaat mij privé geld kosten. Dus ik moet even een ander slachtoffer gaan zoeken. Maar we zien wel hoe we dat doen.'

## Geen offerte

Thuis nog even rustig alle prijzen naast elkaar zetten, zit er meestal niet in. Verkopers willen niet dat je gaat vergelijken en maken lang niet altijd een offerte.

'De verkoper wil alleen een offerte maken als we direct beslissen', geven meerdere panelleden aan. Bij één van de winkels krijgen we pas bij het tweede bezoek een prijs te horen. 'Dat is ons standaardbeleid', meldt de verkoper. Sommige keukenzaken gebruiken dit als tactiek. De kans dat je na

maakt de verkoper een handgeschreven offerte. Die krijgen we niet mee, maar we mogen wel een foto van zijn aantekeningen en prijsberekening maken. Bij Piet Klerkx gaan we ook met lege handen naar huis. Hij vindt zijn prijsberekening 'maar wat gekras' en we moeten het doen met onze eigen notities. Uit de enquête blijkt dat panelleden bij winkels van

## Het is niet voor het eerst dat De Mandemakers Groep slechter scoort op verkoopdruk dan de concurrentie

een tweede bezoek alsnog naar een andere winkel gaat, wordt daarmee kleiner. Bij Brugman wil de verkoper in eerste instantie ook geen offerte opstellen. Uiteindelijk krijgen we een printje mee, maar zonder gespecificeerde prijzen. Bij Keuken Kampioen

De Mandemakers Groep minder vaak (45%) een offerte meekrijgen dan bij de andere winkels (68%). Ook vindt het panel de offertes bij de winkels van De Mandemakers Groep minder duidelijk gespecificeerd dan bij andere keukenzaken.

## Onder druk

'Wat moet ik doen om jullie vandaag te laten tekenen?' Verkopers dringen regelmatig aan op een snelle beslissing. En meestal zonder dat er een duidelijke offerte of prijsspecificatie is voorged. Ze praten op je in: 'Waarom moet je thuis overleggen, kun je niet zelf een beslissing nemen?' En nogal eens wordt de manager erbij gehaald om je te overtuigen. Het gaat soms echt ver, horen we van panelleden. 'De verkoper werd boos toen we afhaakten.' En: 'Hij liet ons niet gaan tot we zouden tekenen'.

Van de geënquêteerden voelt ruim een kwart (28%) zich tijdens het bezoek (in meer of mindere mate) onder druk gezet. Dit geldt vooral voor winkels die bij De Mandemakers Groep horen. Bij die winkels voelt 57% van de panelleden verkoopdruk, terwijl dit bij de andere winkels voor maar 15% van de bezoekers geldt.

We zien ook een groot verschil in hoe tevreden de panelleden zijn over het advies. Bij De Mandemakers Groep is 38% tevreden, bij de andere winkels 73%. Het advies heeft te leiden onder de drang om een koop te sluiten. 'Het lijkt wel alsof ze alleen maar bezig zijn met geld verdienen', is een van de reacties.

## Niet dwingen

Tijdens onze mystery-bezoeken ervaren we zelf



**Frouke Tamsma**  
is campagneleider

## 'Een goede klantrelatie opbouwen is kennelijk niet de moeite waard'

'Een keuken koop je maar een paar keer in je leven. Veel keukenvkopers vinden het kennelijk niet de moeite waard om een goede klantrelatie op te bouwen, want anno 2020 zetten ze consumenten nog steeds onder druk om snel te beslissen. Dit is onacceptabel. We hebben onze bevindingen dan ook gerapporteerd aan de toezichthouder Autoriteit Consument en Markt (ACM).

Wij pleiten al langer voor een bedenktijd in de algemene voorwaarden, waarbinnen klanten kosteloos kunnen annuleren. Bruynzeel Keukens, lid van brancheorganisatie InRetail, heeft zo'n afkoelingsperiode van vijf kalenderdagen en bewijst dus dat dit kan. En gelukkig zijn er meer keukenvkopers bij wie consumenten zich niet opgejaagd voelen, zoals Ikea.'



## GOED VOORBEREID OP PAD

**Bepaal vooraf hoeveel je maximaal wilt uitgeven, maar geef dit niet prijs. Vraag om een offerte met een specificatie van de prijs en vergelijk deze met offertes van concurrenten. Wil de verkoper geen offerte geven, ga dan naar een andere winkel. Besef dat de meeste verkopers toneelspel en trucs inzetten, prik daar doorheen. En laat je niet overhalen meteen te beslissen. Dat de prijs alleen die dag geldt, is een verkooptruc. De offerte geldt daarna ook echt nog wel.**

hoe opdringerig sommige verkopers te werk gaan. Bij vijf van de tien bezochte winkels wordt op een of andere manier op een koop aangestuurd. Soms met alleen toneelspel en trucs, maar bij de vestigingen van Grando en Brugman wordt de druk flink opgevoerd. Bij Brugman geven onze onderzoekers ter plekke aan dat ze zich hier niet prettig bij voelen. De verkoper reageert daarop met: 'Jullie zetten mij eigenlijk onder druk, omdat jullie gebruik willen maken van de actie, maar vandaag niet willen beslissen'. Goede verkopers luisteren naar wat je wilt, doen zelf ook suggesties, maar geven nooit een dwingend advies. Ze geven een berekening en offerte mee zonder enige vorm van druk. Gelukkig kom je af en toe zo'n verkoper tegen. Zo ook onze mystery-onderzoekers bij de winkels van Bruynzeel, Keukensale en Superkeukens. Er is in die drie winkels van verkoopdruk totaal geen sprake. De verkoper bij Keukensale zegt zelfs: 'Ik ga absoluut niet te

werk zoals de medewerkers van De Mandemakers Groep. Zij zetten klanten onder druk en dat is iets wat ik juist echt niet wil doen'. In de enquête steekt Ikea er met kop en schouders bovenuit: 97% van de keukenkopers heeft geen enkele vorm van verkoopdruk ervaren.

### Achteraf spijt

Het is niet voor het eerst dat winkels van De Mandemakers Groep er slechter uitkomen dan hun concurrenten. In 2017 voelde 62% van de panelleden verkoopdruk bij deze winkels, tegen 25% bij de andere winkels. Er is in de afgelopen jaren dus nog niet veel verbeterd. 'Het is niet onze bedoeling om verkoopdruk uit te oefenen met het risico dat mensen ontevreden zijn en niet tot koop overgaan', reageert De Mandemakers Groep op onze onderzoeksuitkomsten. 'Als er mensen zijn die verkoopdruk ervaren, dan spijt ons dat. We gaan graag met deze mensen in gesprek.' Naar aanleiding van negatieve publiciteit heeft De

Mandemakers Groep in 2017 een bedenktijd in de voorwaarden opgenomen. Daardoor was het mogelijk om binnen 48 uur kosteloos te annuleren. Een goede oplossing voor consumenten die te snel beslissen en achteraf spijt hebben. Maar in 2019 heeft De Mandemakers Groep deze kosteloze annuleringstermijn weer uit de voorwaarden gehaald. De winkeliers brengen nu een bedrag van 5% van de aankoopprijs in rekening als je binnen 48 uur annuleert. Met een minimum van €500.

Dit geldt in principe voor alle leden van de Centrale Branchevereniging Wonen (CBW). Uitzondering hierop is Bruynzeel. Deze keten heeft er bewust voor gekozen om op dit punt positief af te wijken van de CBW-voorwaarden. Bij de Bruynzeel-winkels kun je binnen vijf kalenderdagen na de keukenaankoop kosteloos annuleren. Wij pleiten ervoor dat ook andere winkelketens een vergelijkbare bedenktijd opnemen.



## ERVARINGEN VAN HET PANEL

	DMG	REST WINKELS	TOTAAL
Offerte meegekregen	45%	68%	61%
Duidelijk gespecificeerde offerte	63%	84%	79%
Tevreden over het advies	38%	73%	61%
Enigszins/veel druk ervaren	57%	15%	28%

Enquête onder ruim 1500 panelleden die in de afgelopen 2,5 jaar een of meer winkels hebben bezocht voor de aankoop van een keuken. DMG = De Mandemakers Groep