

## Onderzoek: sweet revenge

Het klaagedrag van consumenten wordt steeds meer een publiek fenomeen, waar het vroeger meer een persoonlijke en individuele aangelegenheid was. Onderzoek geeft antwoord op de vraag hoe en waarom consumenten zich uiten als ze ontevreden zijn over een bedrijf.

Consumenten maken steeds vaker gebruik van zogenoemde protest-websites om hun ongenoegen te uiten. De belangrijkste reden hiervoor is het aanwenden van de macht van de massa. De bedoeling is om een publieke woede uit te lokken die het bedrijf uiteindelijk de kop kan kosten. Deze acties worden gedreven door gevoelens van onrechtvaardigheid, persoonlijke belediging en/of het behoeden van andere consumenten voor het bedrijf.

Ward en Ostrom voerden een inhoudsanalyse uit op 40 grotere klachtensites. Doel was inzicht te verwerven in de tactieken die consumenten gebruiken bij het uiten van hun ongenoegen. Initiatiefnemers van klachtensites maken gebruik van een zestal overredingstechnieken:

1. Ze labelen door een bedrijf gemaakte fouten als een ontkenning van de rechten van de consument.
2. Ze overdrijven de impact van de schade.
3. Ze stereotyperen managers van het desbetreffende bedrijf als kwaadwillende verraders van consumentenbelangen.
4. Ze benadrukken klachten van andere consumenten.
5. Ze presenteren zichzelf als 'kruisvaarders' die opkomen voor de belangen van alle consumenten.
6. Ze moedigen andere consumenten aan zichzelf als onderdeel van een groep te zien, die als een eenheid tegen het bedrijf ten strijde trekt.

Uit de inhoudsanalyse bleek verder dat klagers vonden dat het bedrijf hun problemen niet adequaat oploste, het bedrijf hen 'verraden' had en/ of het bedrijf niet respectvol met hen omging. Verder gaf het leeuwendeel van de klagers aan dat zij klachtensites opzetten om andere consumenten te waarschuwen, maar ook wraak te willen nemen op het bedrijf.

*Referentie(s)*

Ward, J.C., Ostrom, A.L. (2006), Complaining to the masses: the role of protest framing in customer-created complaint web sites. *Journal of Consumer Research*, vol.33, no.2, p.220-230. \*

\* : aanwezig in de EURIB-bibliotheek.