

Retouren-Killer Produktbewertungen

✘ Retouren gehören zum Geschäftsmodell des Online-Handels dazu. Doch gibt es wirksame Strategien, um Rücksendungen zu minimieren. Produktbewertungen sind ein solches wirksames Mittel, sagen Retouren-Forscher der Universität Jena.

Shopbetreiber, die unter hohen Retourenquoten leiden, sollten einmal über den Einsatz von Produktbewertungen nachdenken. Denn hierbei handelt es sich nach Erkenntnissen der Forschergruppe um Prof. Dr. Gianfranco Walsh von der Friedrich-Schiller-Universität Jena um ein probates Mittel, Rücksendungen schon zu vermeiden, bevor sie entstehen.

Natürlich sind Produktbewertungen keine Wunder-Medizin, aber in Kombination mit anderen zielorientierten Vermeidungsstrategien, können sie zu einer signifikanten Reduzierung führen, sind sich die Retouren-Forscher sicher.

3 Instrumentengruppen zur Retourenvermeidung

Im Rahmen der Arbeit am „Forschungsschwerpunkt Präventives Retourenmanagement“ hat Prof. Dr. Gianfranco Walsh in Zusammenarbeit mit führenden Online-Shops drei Instrumentengruppen zur Retourenvermeidung entwickelt:

kundenorientierte Instrumente: Dazu zählen unter anderem Produktbewertungen, Avatare oder virtuelle Schneiderpuppen bzw. interaktive Spiegel.

monetäre Instrumente: Kunden werden beispielsweise durch Gutscheine bei Nichtretouren belohnt. Auch eine Geld-zurück-Garantie, wie sie viele Online-Händler von Trusted Shops kennen, führt nach Einschätzung der Experten dazu, dass die Retourenbereitschaft abnimmt.

ablauforientierte Instrumente: Darunter sind unter anderem die Durchlaufzeitoptimierung oder Erhöhung der Schikane durch Weglassen von Retourenscheinen zu verstehen.

Retouren: Einfach oder umständlich?

Wer wirklich wirkungsvoll gegen Retouren vorgehen möchte, der solle es dem Kunden so schwer wie möglich machen, behaupten die akademischen Retouren-Profis.

Und genau an dieser Stelle scheiden sich die Geister. Shopbetreiber, die eine harte Linie fahren und dem Kunden die Rücksendung erschweren, laufen Gefahr, dass der Kunde sich einen anderen Anbieter sucht, in dem die Retoure für ihn wesentlich einfacher ist.

Nicht mit der Gießkanne

Eigentlich sollte es für jeden Online-Händler eine Selbstverständlichkeit sein, seine Kunden zu kennen. Und zwar auf Basis der Auswertung von verfügbaren Kundendaten. So lassen sich durch die Analyse der Kauf- und Retourenhistorie bereits Gruppen identifizieren, die eine höhere Neigung zur Retoure aufweisen.

Der Effekt: Der Shopbetreiber muss nicht mit dem ganzen Arsenal an Vermeidungsinstrumenten auf die Kunden losgehen, sondern kann gezielt auswählen, welche Maßnahmen er einsetzt.

Produktbewertungen testen

Natürlich muss jeder Shopbetreiber durch eigenes Testing herausfinden, welchen Einfluss Produktbewertungen auf seine Retourenquoten haben. Eine Möglichkeit die Effizienz von Produktbewertungen zu testen, ist die Teilnahme an der kostenlosen Beta-Phase der Trusted Shops Produktbewertungen. Hier finden Sie weitere Informationen und ein Anmeldeformular.