

UURTARIEF BEPALEN OF VERHOGEN ALS ONDERNEMER. HOE DOE JE DAT?

Tarieven bepalen en verhogen is voor veel ondernemers een precair onderwerp. Vaak zien we berichten voorbij komen in Facebookgroepen, met 'ik wil mijn tarieven verhogen, maar...'. Meestal volgt er dan een heel verhaal, waarin de ondernemer in de verdediging schiet over waarom zij haar tarief wil verhogen. Vaak komt hier een storm van reacties op van iedereen, die hier iets van vindt.

Wat moet je daar nou mee? Ons advies: maak het jezelf niet te moeilijk.

Uurtarief bepalen: wat heb je nodig, privé en zakelijk?

Je uurtarief bepaal je aan de hand van een simpele rekensom. Bekijk eerst wat jij nodig hebt aan inkomsten om van te leven, door al je vaste lasten bij elkaar op te tellen. Zoals je huur of je hypotheek, zorgverzekering, boodschappen, etc. Zet ook op een rij welke zakelijke kosten je allemaal maakt en welke je nog verwacht te maken. Misschien huur je een kantoorruimte? Of heb je een boekhouder, die je maandelijks betaalt? Het is belangrijk om hier rekening mee te houden, zodat je zeker weet dat je dit ook kúnt (blijven) betalen.

Bekijk vervolgens wat je graag wilt verdienen. Misschien heb je €2000,- per maand nodig om te overleven, maar word je van €3000,- per maand wel veel gelukkiger, omdat je dan ook af en toe op reis of uit eten kunt.

Omzet is geen winst

Goed om rekening mee te houden: omzet is geen winst. En winst is ook niet wat je daadwerkelijk te besteden hebt, want de Belastingdienst klopt natuurlijk ook nog op de deur. En als zelfstandige moet je ook zelf zorgen voor je arbeidsongeschiktheid, je pensioen en je vakantiegeld.

Een veelgebruikte en simpele methode is daarom: verdubbel het geld dat je minimaal wilt verdienen per maand. Zo weet je ongeveer welke omzet je moet halen. Als je weet wat je per maand nodig hebt, dan kun je dit ook omrekenen naar jaardoelen en kwartaaldoelen.

Hoeveel uur per week wil je werken?

Nu je weet wat je per maand nodig hebt, kun je ook nadenken over hoeveel uur je gemiddeld wilt werken per maand. Houd hierbij ook rekening met vakanties, feestdagen en eventueel een keer ziek zijn. Deel dan je maandbedrag door het aantal uren en je weet wat je uurtarief minimaal moet zijn.

En je tarieven verhogen?

Als het goed is, betaal jij jezelf als ondernemer een salaris uit, want ook jij moet je rekeningen betalen. Niet alleen zakelijk, ook privé. Ieder jaar worden die zakelijke en privé rekeningen hoger. Logisch, want ook bedrijven hebben te maken met CAO's die gewijzigd worden, hoge energiekosten en een verhoging van het minimumloon. En dat wordt allemaal netjes doorberekend aan, jawel, de klant. Waarom zou jij jouw tarieven dan níet verhogen, zodat je kunt blijven leven van jouw eigen salaris?

Maar... hoe communiceer je dit dan naar je klant?

Simpel. Je stuurt een e-mail, waarin je aangeeft dat jouw tarieven per *datum* omhoog gaan. Natuurlijk kun je je klanten even de tijd geven om aan je nieuwe tarieven te wennen, als dat voor jou goed voelt. Bijvoorbeeld door aan te geven dat het nieuwe tarief pas 2 maanden later ingaat.

Voor de meeste ondernemers is het einde van het jaar een natuurlijk moment om klanten of opdrachtgevers te informeren over de tariefverhoging voor het daaropvolgende jaar. Máár: laat je daardoor niet tegenhouden. Je hoeft niet in februari te gaan zitten wachten tot het december wordt om je tarieven te verhogen. Als ondernemer bepaal jij je tarieven áltijd zelf. En vergeet niet: inflatie wacht ook niet netjes tot december. Dat gaat ook het hele jaar door.

Jouw tarief staat niet gelijk aan de waarde die je levert

Last but not least: een punt waar vaak discussies over ontstaan als het over tariefbepaling gaat, is de 'waarde' die je levert voor je klant. Want hoe meer waarde je levert, hoe meer je kunt vragen. Toch?

Wat ons betreft staat dat volledig buiten beschouwing. Want wat is waarde? Is waarde de diploma's, die je behaald hebt? Jouw ervaring? Je mooie reviews? De ene klant is de andere niet. Wat voor de één van grote meerwaarde is, hoeft dat voor de ander helemaal niet te zijn.

Jouw tariefverhoging hoeft daarom ook niet gelijk te staan aan de waarde, die je levert. Als het goed is, lever je dat altijd. Want als jij geen waarde toevoegt voor jouw klant, dan was de samenwerking al lang gestopt. Of stopte je er zelf mee. Je blijft namelijk nóóit werken voor iemand, als je niet van meerwaarde bent. Zo werkt het nu eenmaal in de wonderlijke wereld van het ondernemen.

Stop dus met jouw tarief gelijk te trekken aan de waarde, die je levert. Je bent een ondernemer, die ook verplichtingen heeft. Zo simpel is het.