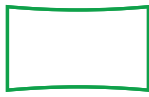


DAMD

Dutch Animation & Motion Design

UURTARIEVEN





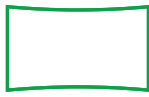
Hoe bepaal je je juiste uurtarief?

Een te laag uurtarief heeft gevolgen die verder reiken dan alleen je eigen financiële huishouding. Het ondermijnt het inkomen en is daarmee schadelijk voor de professionaliteit van de hele beroepsgroep. Wanneer het werk in de markt ook gedaan kan worden voor een lager bedrag zal voor iedereen het bedrag dat in rekening kan worden gebracht daarmee dalen.

Er bestaat helaas geen basisformule waarmee je je ideale uurtarief kunt berekenen, maar er is wel een aantal strategieën die je kunt gebruiken, ongeacht product of dienst die je aanbiedt. Wellicht helpen de volgende overwegingen je een eindje op weg.

De manier of strategie die je het best kunt gebruiken hangt af van (i) je doelgroep, (ii) je concurrenten en (iii) de relatie tussen de kwaliteit en de prijs. Ten eerste dien je voor jezelf duidelijk te krijgen wat je wil bereiken met je prijsstrategie. Wil je een klant voor langere termijn behouden, of wil je op korte termijn en wellicht eenmalig ‘cashen’?

De grootste fout die veel zzp'ers maken is dat ze geloven dat alleen de prijs zorgt voor de verkoop. Het is juist de kunst om je eigen vaardigheden om te verkopen te benutten, eventueel het juiste personeel in te huren en de goede verkoopstrategie te hanteren. Wees je ervan bewust dat de prijs een onderdeel is van hetgeen je aanbiedt, en niet allesbepalend is.



UITGANGSPUNTEN BIJ OVEREENKOMSTEN

Als uitgangspunten gelden: (i) stel je zakelijk op (ook bij bekenden), (ii) leg een opdracht duidelijk (schriftelijk) vast bijvoorbeeld in een bevestigingsmail, (iii) tijd is geld (uren bijhouden!), (iv) vragen staat vrij, wees niets te bang om te beginnen een voor je gevoel stevig tarief te vragen, (v) kijk niet alleen naar van je kunt vragen maar ook naar wat je moet kosten! De meeste zzp'ers zijn zich onvoldoende bewust van het tarief dat nodig is om op een verantwoorde wijze een onderneming draaiende te houden.

Omschrijf duidelijk wat je gaat doen voor welke prijs. Werk niet met één prijs, maar bouw hem op. Maak onderscheid naar werkzaamheden en eventueel het bijbehorende uurtarief. Maak afspraken over de te factureren uren, meer-/minderwerk, vergoeding van kosten en reistijd en reiskosten. Denk aan je auteursrecht en modellenrecht. En maak afspraken over de betalingstermijnen.

#TIP De markt bepaalt je tarief, maar je hebt wel invloed

#TIP Zorg voor 'wisselgeld' bij onderhandelingen

#TIP Kwaliteit verkoopt zichzelf

#TIP Investeren in relaties loont

#TIP Neem alleen werk aan tegen een vast prijs als je een goed inzicht hebt in de hoeveelheid werk die nodig is om te voldoen aan de vraag. Vraag door totdat er geen twijfel is wat de opdrachtgever verwacht, wat het met het werk wil doen, hoe en waar hij het wil gebruiken etc.

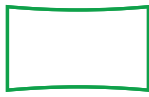
#TIP Neem alleen werk aan tegen een vast prijs als je een goed inzicht hebt in de tijd die je kwijt bent om aan de vraag te voldoen. Zelf professionals die al jaren nauwgezet uren bijhouden en een overzicht hebben hoeveel tijd bepaalde werkzaamheden kosten, worden in de praktijk nog vaak verrast.

#TIP Maak afspraken over service: ben je bereid je werk eenmaal op aanwijzingen van de klant aan te passen, of laat je je voor een te laag afgesproken bedrag keer-op-keer terugsturen naar je studio totdat het helemaal naar de zin van de opdrachtgever is.

TE LAGE PRIJS

Stunten en een te lage prijs hanteren kan erg vervelende consequenties hebben voor je onderneming. Op de korte termijn wil je volume behalen en uren maken, maar ook hier kun je als ondernemer weer de denkfout maken dat de prijs allesbepalend is.

Klanten hebben een bepaald gevoel bij de aanschaf van een product of



dienst. Ze kennen er een bepaalde waarde aan toe. Zodra jij gaat stunten en je prijs te laag inzet, denkt de klant 'dat is goedkoop, daar is vast is mis mee'. Ook op de lange termijn ben je niet gebaat bij een te lage prijs. Je klant gaat je product of dienst als minder waardevol zien.

#TIP Mocht je om een bepaalde reden een opdracht per se willen aanvaarden tegen een wat lager bedrag, verlaag dan niet je uurtarief maar geef een bepaald en op de offerte zichtbaar gemaakt eenmalig percentage korting op het bedrag. Dan zet je noch voor zichzelf noch voor de sector een te laag bedrag in de markt. Maar houd jezelf niet voor de gek en geef die korting niet elk keer.

#TIP Korting geven gaat makkelijk, maar een prijs verhogen is veel lastiger

#TIP Vraag iets terug als je korting geeft

TE HOGE PRIJS

Ook een te hoge prijs spreekt voor zichzelf. Je klant zal niet alleen naar jouw prijs kijken, maar ook naar die van je concurrenten. Zet je te hoog in, dan kan dat je verkoopvolume omlaag halen. Sommige ondernemers lopen te hard van stapel, maken teveel kosten (teveel personeel, dure leaseauto's etc) en willen deze kosten verwerken in de prijs waardoor deze te hoog is. Stap in de schoenen van je klant en kijk eens kritisch naar jezelf en of de prijs die je vraagt juist en eerlijk is. Een klein markt-onderzoekje kan daarbij helpen: vraag eerdere klanten over wat zij een eerlijke prijs vinden. Ook je collega's kunnen je daarbij helpen.

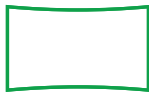
VARIATIE

Je kunt de hoogte van je tarief enigszins laten afhangen van factoren zoals de omvang van het werk (als je er een jaar werk aan hebt, kun je een lager uurtarief rekenen), of het een commerciële of een non-profit klant betreft en of je levert aan een onderneming of een particulier.

Maar biedt je werk nooit gratis of tegen bodemprijzen aan. Het verzielt de markt en je neemt jezelf als professional volstrekt niet serieus als je dat doet ... en waarom zou de klant dat dan wel doen?

KIJK NAAR JE KLANT

Niet alle klanten vinden de prijs het belangrijkste van een opdracht. Ook flexibiliteit, lange of juist korte levertijd, kwaliteit en service (aanpassingen, bijkomende werkzaamheden) zijn elementen die meewegen bij het gunnen van een opdracht. Wees je daarvan bewust.



Vraag door om te weten te komen waar voor je opdrachtgever het zwaartepunt ligt. En handel daarna ook conform de verwachtingen.

STEL PRIORITEITEN

Er zijn natuurlijk andere redenen dan om te ondernemen. Naast maximale winst behalen kan een onderneming ook als doel hebben om een zo groot mogelijke doelgroep te benaderen met een product of dienst. De waarde van je product kan stijgen aan de hand van hoeveel mensen het gebruiken. Een goed voorbeeld is het besturingssysteem Windows van Microsoft. Omdat hier weer andere diensten en producten aan gekoppeld kunnen worden.

Een andere reden kan de kwaliteit van je product of dienst zijn. In plaats van dat je de goedkoopste wil zijn, wil je het beste van het beste leveren. Je kunt je prijs dan wat opschroeven om daarmee de exclusieve waarde van je product of dienst aan te duiden.

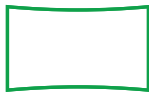
KOSTEN

Natuurlijk zijn ook je kosten behoorlijk bepalend voor je prijs en uiteindelijk ook voor je winst. Wanneer je een product verkoopt moet je goed weten wat de kostprijs is en hoeveel je er van moet verkopen wil je break-even draaien. Houd rekening met de actuele kosten van je product of dienst, inclusief personeel, je eigen uren en marketing, maar ook met alle operationele kosten en tijd die nodig zijn om je zaak draaiende te houden: je eigen salaris en afschrijvingen of gereserveerde bedragen voor toekomstige investeringen, tijd voor administratieve werkzaamheden, bijhouden van je vakgebied en acquisitie. Vergeet ook je verzekeringen en voorziening voor de oudedag niet.

KIJK NAAR JE CONCURRENTIE

Check eens wat je directe concurrenten voor een bepaalde dienst of product vragen want dat zullen je klanten ook doen. Ze zullen meerdere offertes aanvragen en kijken of de diensten of producten die ze van jou afnemen te vergelijken zijn met die van je concurrenten. Je kunt de gemiddelde prijzen van je concurrenten gebruiken als richtlijn. Kijk vervolgens naar wat de toegevoegde waarde van jouw product is. Lever je bijvoorbeeld extra service of jouw product kwalitatief beter? Dan kun je de prijs misschien iets hoger zetten. Mocht je minder kosten maken of minder service aanbieden dan kun je onder de prijs gaan zitten.

Andere belangrijke factoren zijn bijvoorbeeld: je opleiding en technische/artistische vaardigheden, ervaring, populariteit van je werk of stijl



en of je een specialist bent in bepaalde werkzaamheden. Een gespecialiseerde arts of advocaat heeft bijzondere kennis, is beter in dat speciale onderdeel maar is ook duurder.

SMOEZEN

- Je bent te duur -> leg uit hoe je je uurtarief hebt berekend
- Ons budget is te klein -> beschouw dit niet als een afwijzing, maar een openingsbod om te gaan onderhandelen. Wees creatief tijdens het onderhandelen. Wat kun je minder of goedkoper doen of terugvragen als je in prijs zakt.
- Anderen zijn goedkoper -> verleg de aandacht van de prijs naar de inhoud van het werk

BEREKENEN

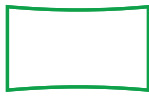
Declarabele uren

Om een reëel inzicht te krijgen in het bedrag dat je als uurtarief zou moeten rekenen moet je beginnen met een overzicht te maken van het aantal uren dat je normaal gesproken per jaar kunt declareren.

Werkdagen per jaar	261
AF: vakantiedagen	25
AF: feestdagen en bijzonder verlof	10
AF: ziekte dagen	10 (4% = landelijk gemiddelde)
Resteert	216

Bij een werkdag van 8 uur is dat $216 \cdot 8$:	1.728 uur/jaar
AF: niet-declareerbare uren (40%)	692
Resteert	1.036 uur/jaar

De indicatie is dat de gemiddelde zzp'er -uitgaande van 8 uur werk per dag- als basis van zijn onderneming in de praktijk 1.036 uur kan declareren. Dat is ongeveer 50% van de uren die hij beschikbaar heeft. Met deze uren en door het direct doorberekenen van bijkomende kosten zal hij op een duurzame en toekomstbestendige wijze zijn onderneming draaiende zien te houden en daar ook zijn inkomen uit moeten halen. Dit is natuurlijk een gemiddeld voorbeeld, maar hanteer het als indicatie en ga voor jou persoonlijk na hoe jouw realiteit eruit ziet. Is jouw bedrijf een onderneming waar het werk 'vanzelf' op je af komt, heb je weinig tijd nodig voor administratie of bijhouden van je vakgebied? Dan kom je wellicht hoger uit.



Minimaal noodzakelijke omzet (MNO)

kosten levensonderhoud (2 x minimumloon) (€ 2.000 p/mnd +8% vakantiegeld)	25.920,=	
aov/pensioen/verzekering	5.000,=	
reserveringen	2.000,= +	
	<u>32.920,=</u>	(= 80%)
IB/OB (inkomsten-/omzetbelasting, met aftrek)	8.230,= +	(= 20%)
	<u>41.150,=</u>	(=100%)
Totale kosten/jaar (huur, tel., comp./software)	11.500,= +	
Totale opbrengst	<u>52.650,=</u>	(= MNO)

Uurtarief MNO: omzet/declareerbare uren = € 52.650/1.036 =
€ 50,= per uur

In dit (gemiddelde) voorbeeld is dus een tarief nodig van € 50,= per uur én 1.036 declareerbare uren om een jaar lang in de kosten van het levensonderhoud te kunnen voorzien (€ 2.000,= per maand), de belasting en niet direct door te declareren kosten van de onderneming te kunnen voldoen, en geld genoeg over te houden voor vakantie en de noodzakelijke arbeidsongeschiktheidsverzekering (aov) en pensioen. Elke euro onder dag bedrag geeft ergens een verandering in deze voorbeeldberekening. Ofwel er moet meer gewerkt worden (die opdrachten moeten er dan wel zijn natuurlijk), of er is minder geld om van te leven, of er blijft onvoldoende geld over voor opbouw van een oudedagsreserve of een aov.

Natuurlijk moet je de berekening aanpassen aan je persoonlijke omstandigheden, maar het begint bij bewustwording en inzicht in je kosten. DAMD! kan je hierbij helpen. Ook dit jaar organiseren we verschillende trainingen en workshops waarin je bijvoorbeeld succesvol leert onderhandelen.

Wil je bij een workshop uurtarief berekenen volgen, klik dan hier.

Wil je meer de diepte in, dan kan de driedaagse training 'Freelancen= Ondernemen' je een eind op weg helpen.