



Zzp'ers verdienen meer!

Waarom jij te weinig verdient en wat je daaraan kunt doen

Hoe vraag ik het juiste uurtarief, zodat ik krijg wat ik écht verdien?

Dat is een vraag die iedere zzp'er zichzelf wel eens stelt. En dat is heel logisch. Je uurtarief bepaalt immers niet alleen hoeveel geld er nu binnenkomt. Het staat symbool voor alle energie, kennis en passie die jij in je bedrijf stopt.

Bij Rompslomp spreken we regelmatig met zelfstandig ondernemers. Wat opvalt is dat veel van deze ondernemers vastzitten in een tariefdilemma. Ze vinden het lastig om te bepalen wat hun ideale uurtarief is.

En als ze dan weten wat dat ideale uurtarief is, vinden ze het moeilijk om dit ook echt te gaan vragen. Hierdoor vragen veel zzp'ers uiteindelijk een te laag uurtarief.

In dit artikel geven we je inzichten en praktische tips om jouw ideale uurtarief te bepalen én te krijgen. Zodat je als zelfstandige professional het maximale uit jouw onderneming kunt halen.

Jouw waarde als zzp'er is onbetaalbaar, dus vraag nooit minder dan je verdient!

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	3
Waarom jij als zzp'er te weinig verdient	4
Moet ik dan altijd een hoog tarief vragen?	8
Wat is jouw ideale uurtarief?	13
Hoe vind ik klanten die goed bij mij passen?	16
Hoe neem ik goed afscheid van klanten?	20
Op een goede financiële toekomst!	23

Waarom jij als zzp'er te weinig verdient

Veel zzp'ers starten vanuit een passie en een drang naar vrijheid. Vaak zonder echt na te denken over het geld dat ze daarmee willen verdienen. Zelf heb je je uurtarief waarschijnlijk ook bij de start van je bedrijf vastgesteld op je gevoel en wat online (concurrentie)onderzoek. Maar levert dat nu nog wel genoeg op? Kun je jezelf een fatsoenlijk salaris betalen en tegelijkertijd een buffer opbouwen voor mindere tijden? Of worstel je elke maand om rond te komen? Wij ervaren dat veel zelfstandig ondernemers hier moeite mee hebben. Hoe dat komt vertellen we je in dit artikel. Daarnaast helpen we je natuurlijk om dit te verbeteren.

Waarom is meer verdienen belangrijk? Sta jij er eigenlijk wel eens bij stil dat je uurtarief niet alleen genoeg moet zijn om maandelijks je eigen salaris te betalen en belastingen, zoals inkomstenbelasting en btw? Het is belangrijk dat je ook rekening houdt met kosten die voortkomen uit het runnen van je bedrijf. Denk bijvoorbeeld maar aan zaken als kantoorruimte, apparatuur (zoals computer, telefoon), software, marketing

en advertenties, lidmaatschappen van vakverenigingen, opleidingen en trainingen, boekhouding en administratie en eventuele reiskosten.

Al deze regelmatig terugkerende kosten zorgen dat je bedrijf nu kan bestaan. Dat is echter nog geen garantie voor de toekomst. Daarvoor moet je een financiële buffer opbouwen. Die zorgt ervoor dat je eens een vrije dag kunt opnemen, met vakantie kunt of toch geld hebt als je ziek wordt. Als zelfstandig ondernemer moet je bovendien je eigen pensioen opbouwen. En sowieso is het fijn om wat geld achter de hand te hebben voor als het even wat slechter gaat en je bijvoorbeeld een tijd minder klanten hebt.

Uit onderzoek van Knab bleek onlangs dat het gemiddelde uurtarief van een zelfstandige professional gemiddeld €81,- is. Toch horen we regelmatig dat het uurtarief van zzp'ers hier nog flink onder zit! Dan wordt het heel lastig om financieel gezond te blijven. Ligt jouw uurtarief ook lager?

Het gemiddelde uurtarief voor een zzp'er

Dat is niet heel verwonderlijk.

Waarschijnlijk heb je namelijk, net zoals heel veel zelfstandige professionals, last van enorme omzethonger. Dat wil zeggen dat je heel graag geld wil verdienen met je bedrijf en keihard werkt om te zorgen voor meer omzet of inkomsten. Omzethonger zorgt ervoor dat je continu vol passie aan de slag gaat om nieuwe klanten te vinden of je productaanbod uit te breiden. Niks mis mee zou je denken.

Maar omzethonger zorgt er ook voor dat je niet genoeg geld vraagt voor je producten of diensten. Wanneer de focus volledig ligt op geld verdienen, maak je namelijk niet altijd de juiste keuzes voor de langere termijn.

Is de passie om meer klanten te winnen en meer winst te maken te groot? Dan kun je je daardoor te veel laten meeslepen. Je kunt dan uit het oog verliezen wat echt belangrijk is: kwaliteit.

Je neemt bijvoorbeeld heel veel (kleine) projecten aan die eigenlijk niet helemaal bij je passen. Gewoon om

maar zoveel opdrachten binnen te halen. Of je vraagt dan een veel te laag uurtarief om heel snel veel nieuwe klanten aan te trekken.

Allemaal zaken die op de lange termijn vrijwel zeker ongunstig uitpakken. Want krijg je eigenlijk wel genoeg motivatie van al die projecten die eigenlijk helemaal niet bij jou passen? En met een te laag uurtarief verdien je niet genoeg om je kosten te dekken en ontvang je zelf geen redelijk salaris. Ook kun je geen reserves opbouwen voor toekomstige groei. Hoe kun je dan investeren in je eigen ontwikkeling en professionele groei?

Wat is jouw uurtarief?

Stel dat je heel graag snel wil groeien en daarom gaat voor een lekker laag uurtarief van €30,-. Dat levert vast veel nieuwe klanten op! Maar kun je als zzp'er wel leven van zo'n laag uurtarief?

Die €30,- ontvang je namelijk alleen voor de uren die je kunt declareren bij je klant. Hoe zit het dan met de tijd die je kwijt bent aan zaken als reistijd, marketing en het vinden van nieuwe klanten? Wanneer je deze kosten niet meeneemt in het berekenen van je

uurtarief, bekostig je dit allemaal zelf. Hierdoor loop je een groter risico op financiële problemen en is het onmogelijk om je bedrijfskosten helemaal te dekken.

Gevolgen van een te laag uurtarief
Als zelfstandig ondernemer ben je daarnaast verantwoordelijk voor zaken waar je in loondienst geen rekening mee hoeft te houden. Denk maar eens aan pensioen, verzekeringen, belastingen en vakantiegeld. Houd je hier in je uurtarief geen rekening mee, dan kom je al snel financieel in de knel.

En natuurlijk wil je als zzp'er over financiële reserves beschikken. Zo kun je tegenvallers opvangen, zoals periodes met weinig werk (denk ook aan vakanties!) of onverwachte uitgaven. Je slaapt een stuk beter als je weet dat je in staat bent om financiële verplichtingen na te komen, zelfs als je inkomen tijdelijk daalt.

Een maandelijks wisselend inkomen maakt het echter niet eenvoudig om zo'n buffer op te bouwen. Vraag je ook nog een te laag uurtarief, dan is dit

vrijwel onmogelijk. Hoe ga je dan om met onvoorziene uitgaven of zorg je dat je geld hebt om je vakantieperiode door te komen?

De niet financiële gevaren van een te laag uurtarief

Een te laag uurtarief heeft nog meer nadelen. Zo kan dit de indruk wekken dat jouw werk van mindere kwaliteit is dan dat van iemand met een hoger tarief. Dit kan potentiële klanten afschrikken en ervoor zorgen dat ze ergens anders gaan kijken.

Daarnaast neemt de werkdruk door een laag uurtarief toe. Je moet immers meer uren werken om voldoende inkomen te verdienen. Dit kan leiden tot burn-out en verminderde productiviteit.

En wie eenmaal een laag uurtarief vraagt, kan dit lastig zonder goede argumenten weer verhogen. Klanten die eenmaal zijn gevallen voor je lage uurtarief, en niet voor de kwaliteit van je producten of diensten, haken waarschijnlijk eerder af als je je tarieven verhoogt.

Vind je het lastig om je ideale uurtarief te vragen?

Ben je aan het rekenen geslagen en op een tarief uitgekomen waarmee je bedrijf een mooie toekomst tegemoet gaat? En schieten tegelijkertijd de vlekken in je nek omdat je dit bedrag nooit durft te gaan vragen? Dan ben je niet de enige!

Er zijn heel veel zzp'ers die het lastig vinden om de juiste prijs te vragen voor hun producten en diensten. Vaak overheerst het gevoel van 'is wat ik bied wel echt zoveel waard?'. Of heerst de gedachte 'Ik zou hier zelf nooit zoveel voor betalen dus waarom zouden mijn klanten dat wel doen?'. Andere zelfstandig ondernemers zijn juist weer bang dat ze met een hoger uurtarief geen nieuwe klanten meer gaan vinden.

Wat hierbij kan helpen is de nadruk bij je klanten niet te leggen op de prijs, maar op de meerwaarde van je product of dienst. Zo gaan anderen ook de meerwaarde zien!

Denk hierbij aan:

- Dankzij jouw advies en begeleiding halen je klanten nog meer uit je product of dienst.
- De kwaliteit van jouw product of dienst is veel beter dan die van de concurrentie.
- Jouw product of dienst is helemaal afgestemd op de klanten uit jouw regio.

Moet ik dan altijd een hoog tarief vragen?

Nu je de nadelen van een te laag uurtarief kent, vraag je je misschien af of je voortaan dan altijd maar de hoofdprijs moet vragen. Het goede nieuws is dat je dat als zzp'er natuurlijk helemaal zelf bepaalt!

Voor een lager uurtarief kiezen, kan dus ook. En soms zijn daar hele goede redenen voor. Bijvoorbeeld wanneer je net begonnen bent met je bedrijf en je druk bezig bent om je eerste klanten binnen te halen en referenties op te bouwen. Door positieve referenties te verzamelen, bouw je een reputatie op als deskundige in jouw vakgebied. Dat kan uiteindelijk weer leiden tot meer kansen en groei voor je bedrijf.

Bewust voor een lager uurtarief kiezen
Of misschien wil je als beginnend ondernemer liever eerst nog wat ervaring opdoen en meer leren van je klanten en projecten? Door een lager uurtarief te vragen krijg je de mogelijkheid om ervaring op te doen terwijl je leert en je bedrijf opbouwt. Geef wel eerlijk bij je klanten aan dat jouw producten / diensten nu nog wat goedkoper zijn omdat je nog aan het

leren bent. Hierdoor vinden klanten het waarschijnlijk minder erg om bijvoorbeeld iets langer op jouw product te moeten wachten.

Ben je er in dit soort gevallen wel bewust van dat je eigenlijk een te laag uurtarief hanteert. Dat je weet dat wat je vraagt te weinig is om goed rond te komen en dat dit dus bepaalde risico's met zich meebrengt.

Wat als je klant jou niet kan betalen?

Soms vragen zzp'ers een te laag uurtarief omdat klanten aangeven dat ze het anders niet kunnen betalen. Het is dan belangrijk om te analyseren of het probleem daadwerkelijk te maken heeft met de prijs die je vraagt of dat het meer te maken heeft met de prioriteiten van de klant.

Voorbeeld: een klant geeft aan dat hij jouw hondenuitlaatservice echt niet kan betalen. Maar in de zomervakantie gaat de hond wel drie weken naar een dierenpension waarvan de prijs in totaal vergelijkbaar is met een jaar uitlaatservice.

Dan gaat het er dus eigenlijk niet om dat de klant jouw uitlaatservice te duur vindt. Hij geeft alleen prioriteit aan iets anders: een vakantie. De klant heeft dus wel degelijk de financiële middelen, maar kiest ervoor om deze elders te besteden. Ga bij een afwijzing dus niet direct twifelen aan je eigen uurtarief!

Ziet de klant jouw waarde wel?

Daarnaast is het voor jou als gedreven zzp'er waarschijnlijk ook gewoon belangrijk dat de klant jouw waarde ziet. Je staat immers elke dag voor je klanten klaar, steekt veel tijd in de diensten die je levert en doet je werk met veel passie. Je kent de toegevoegde waarde van jouw diensten als geen ander en weet heel goed welke problemen ze oplossen.

Wat doet het dan met je als er een potentiële klant langskomt die de waarde van jouw diensten niet ziet? Die over de prijs begint te mopperen en die eigenlijk vindt dat je veel te veel geld vraagt. Wil jij graag met iemand samenwerken die de waarde niet ziet van wat jij levert?

Waarschijnlijk gaat het jou als zelfstandig ondernemer niet alleen om

het geld. Het gaat ook om erkenning, respect en een gedeelde visie. Komen die elementen niet samen? Dan is het misschien beter om te wachten op die klant die jouw diensten echt waardeert en er graag voor betaalt.

Een aantrekkelijke prijs bieden

In plaats van een lager uurtarief kun je ook op andere manieren kiezen voor een aantrekkelijke prijsstelling voor jouw (nieuwe) klanten. Geef bijvoorbeeld een korting, sluit een barterdeal of biedt op een andere manier meerwaarde voor de prijs die je vraagt.

Kies voor korting

Zit je in een rustige periode en wil je snel veel nieuwe klanten? Of bied je een nieuwe dienst of product aan? Dan kun je ervoor kiezen om tijdelijk korting te geven. Op die manier maken klanten op een voordelige manier kennis met jouw product of dienst. Doordat je echter duidelijk laat weten dat je een korting geeft, is ook meteen duidelijk dat je uurtarief normaal gesproken hoger ligt.

Let wel goed op want het geven van kortingen brengt ook nadelen met zich mee. Zo zijn klanten die alleen vanwege

de korting voor je kiezen vaak niet loyaal op de lange termijn, verwachten ze soms de volgende keer dezelfde prijs en heb je met een kortingsdeal minder inkomsten.

Sluit een barterdeal

Wil een klant graag iets bij je kopen, maar is zijn of haar budget niet toereikend? Kijk dan eens of je een barterdeal kunt sluiten! Je ruilt dan (een deel van) jouw producten of diensten voor diensten die jij nodig hebt. Denk bijvoorbeeld aan een schilder die jouw kozijnen verft in ruil voor het maken van een website voor zijn bedrijf. Of aan iemand die een mooie testimonial schrijft over jouw diensten nadat jij hem hebt geholpen als opruimcoach.

Zorg wel dat barterdiensten altijd zuiver blijven voor je administratie en de belastingdienst. Dus documenteer alles goed. Schrijf op wat je ruilt, hoeveel het waard is en wanneer het gebeurt. En maak altijd een factuur, zelfs als er geen geld bij betrokken is. Houd de ontvangen barterdiensten bij als inkomsten in je boekhouding, en houd ook rekening met de waarde van de geleverde diensten als uitgaven.

Vergroot je waarde

Je kunt natuurlijk ook besluiten dat korting helemaal niet bij jou of jouw bedrijf past. Omdat je bijvoorbeeld vindt dat je met korting de indruk wekt dat je normale tarieven te hoog zijn. Of omdat je bang bent dat je klanten gewend raken aan lagere tarieven en je daardoor later niet meer je gewone tarief kunt vragen. Misschien maak je je juist wel druk over de reacties van je vaste klanten als ze horen dat iemand anders veel minder hoeft te betalen.

Het kan dan een oplossing zijn om de gewone prijs te vragen en geen korting te geven. Bied je klanten in plaats daarvan iets dat extra waarde toevoegt. Hierdoor wordt je dienst of product nog aantrekkelijker, zonder dat je concessies hoeft te doen aan je tarieven.

Bied je klanten iets extra's

Bied bijvoorbeeld extra diensten of producten aan die je klanten kunnen waarderen. Geef je trainingen? Doe de deelnemers dan een zelfgeschreven werkboek cadeau met extra informatie, oefeningen of praktische tips waarmee ze hun leerervaring kunnen versterken.

Het voordeel van het geven van een extraatje zoals een werkboek is dat het je eenmalig tijd kost om te maken. Daarna kun je het voor heel veel deelnemers gebruiken. Op deze manier vergroot je de waarde van je trainingen zonder dat het je bij elke deelnemer iets extra kost.

Je kunt ook extra waarde toevoegen door je klanten gratis extra consulten of overlegmomenten aan te bieden. Denk bijvoorbeeld aan een online sessie waarin klanten vragen kunnen stellen of advies krijgen. Het aanbieden van deze extra service laat je zien dat je

betrokken bent bij het succes van je klanten en dat je bereid bent om een stapje extra te zetten om hen te ondersteunen.

Door op deze manier waarde toe te voegen, vergroot je de tevredenheid van je klanten. Hierdoor worden klanten loyaler en versterk je direct ook je reputatie als deskundige en betrouwbare zzp'er. Dit kan op lange termijn leiden tot meer mond-tot-mondreclame, meer opdrachten bij dezelfde klanten en een groeiende klantenkring!

Maar wat als ik gewoon graag mensen wil helpen?

Anderen helpen zit bij veel zelfstandig ondernemers in hun bloed. Zelfs als dat betekent dat ze hun normale uurtarief moeten verlagen. Vind jij het ook belangrijk om anderen te helpen? Probeer dan een balans te vinden tussen het helpen van anderen en het behouden van een gezond inkomen.

Maak met jezelf een duidelijke afspraak over hoe je deze hulp wilt bieden. Besluit bijvoorbeeld om elk jaar een bepaald aantal mensen te helpen tegen een tarief dat voor jou acceptabel is. Zelfs als dat lager is dan je normale uurtarief. Op deze manier geef je jezelf de voldoening om anderen te ondersteunen, terwijl je tegelijkertijd zorgt voor je eigen financiële welzijn.

Je kunt er ook voor kiezen om een aantal uur per jaar gratis te werken voor mensen of groepen die je normale tarief echt niet kunnen betalen. Denk aan het geven van een aantal gratis consulten voor startende ondernemers of workshops voor kansarme jongeren.

Door een evenwicht te vinden tussen het bieden van hulp en het handhaven van je tarieven, kun je zowel jezelf als anderen ten goede komen.

Wat is jouw ideale uurtarief?

Ben je inmiddels benieuwd geworden naar het uurtarief dat jij aan jouw klanten zou moeten vragen? Dan helpen we je graag in 5 eenvoudige stappen bij het berekenen!

Stap 1 – Bepaal je gewenste inkomen

Hoeveel wil je verdienen? Zet hiervoor je kosten voor levensonderhoud, bedrijfskosten, belastingen, onvoorziene kosten en eventuele spaardoelen op een rij. Kijk om welk bedrag dat per maand gaat en doe dat uiteindelijk x 12 voor je jaarinkomen.

Stap 2 – Tel je zakelijke kosten op

Dit omvat zaken als werkruimte, apparatuur, verzekeringen, belastingen, marketingkosten, pensioenbijdragen en eventuele kosten voor opleidingen of certificeringen.

Stap 3 – Bereken je gewenste winst

Trek je zakelijke kosten af van je gewenste jaarinkomen om je gewenste winst te berekenen.

Stap 4 – Schat het aantal factureerbare uren

Hoeveel uur per jaar verwacht je echt factureerbaar te kunnen werken? Wanneer je 40 uur per week werkt, wil dat niet zeggen dat je ook 40 uur per week kunt declareren. Gemiddeld zijn mensen 6 weken per jaar vrij. Hieronder vallen losse vrije dagen en vakanties. Houd daarnaast ook rekening met zaken als ziekte en tijd die je nodig hebt om je administratie bij te werken.

Tip: uit recent onderzoek van Knab onder ruim 10.000 ondernemers blijkt dat zzp'ers gemiddeld 27 declarabele uren per week hebben.*

Stap 5 – Bereken je uurtarief

Deel je gewenste winst plus je zakelijke kosten door het aantal factureerbare uren. Dit geeft je een ruwe inschatting van het uurtarief dat je kunt gaan vragen.

(jaarlijks gewenst inkomen + jaarlijkse bedrijfskosten) /

verwachte factureerbare uren per jaar

= uurtarief

Hoe hoog is jouw ideale uurtarief? En hoeveel verschilt dat met je huidige tarief?

Uit onderzoek blijkt dat het gemiddelde uurtarief van een zzp'er € 81,- exclusief btw is. Het ligt er wel aan in welke sector je werkzaam bent.

In de horeca ligt het uurtarief voor zelfstandig ondernemers bijvoorbeeld lager (€ 49,- exclusief btw) dan wanneer je werkt voor de overheid (€ 101,- exclusief btw).

Maar mijn uurprijs is dan veel hoger dan wat ik loondienst kreeg!

Wanneer je je uurprijs als zzp'er gaat vergelijken met je (netto?) uurprijs in loondienst krijg je al snel een vertekend beeld. We zetten op een rij waarom het helemaal niet zo gek is dat je uurprijs als zelfstandig ondernemer hoger is.

Een variabel inkomen

In loondienst ontvang je een vast salaris. Het maakt daarbij vaak niet uit hoeveel werk je verricht of hoeveel waarde je toevoegt aan het bedrijf. Dit is als zzp'er wel anders! Je inkomen wordt bepaald door het aantal opdrachten dat je hebt en het uurtarief dat je vraagt. Hierdoor hangt je inkomen dus veel meer af van je eigen inspanningen en prestaties.

Jouw toegevoegde waarde

Iemand in loondienst krijgt vaak betaald voor de tijd die wordt besteed aan het werk. Daarbij wordt niet altijd gekeken naar behaalde resultaten. Als ondernemer verkoop je echter niet alleen je tijd. Je verkoopt ook je ervaring, opgedane kennis en de waarde die je toevoegt aan de opdracht of het project.

Zakelijke kosten

Wie in loondienst werkt, hoeft zich niet druk te maken over zakelijke kosten zoals kantooruimte, laptop, gebruikte software, verzekeringen en belastingen. Deze worden dan meestal door de werkgever gedekt. Als zelfstandig professional ben je hier allemaal zelf verantwoordelijk voor en moet je dit dus ook zelf bekostigen.

Een andere manier van denken

Als zelfstandig ondernemer moet je dus op een hele andere manier kijken naar inkomen, waarde en kosten. Word je bewust van de waarde die je biedt en vertaal deze waarde op de juiste manier naar je uurtarief.

*Onderzoek uitgevoerd door Knab onder ruim 10.000 ondernemers, februari 2024

Hoe vind ik klanten die goed bij mij passen?

Wanneer je weet wat jouw ideale uurtarief is, wil je dat natuurlijk ook aan je (nieuwe) klanten gaan communiceren. Iets dat niet altijd even makkelijk is. Want hoe voorkom je dat klanten weggaan? Hoe zorg je dat je wel voldoende inkomsten blijft houden? En hoe zorg je dat je klanten vindt die echt bij jou passen?

Het goede nieuws is dat de klanten die ooit alleen vanwege je lage uurtarief voor jou gekozen hebben, meestal niet je fijnste klanten zijn. Bedenk je dus goed hoe erg het is als je daar afscheid van moet gaan nemen. Werk liever samen met betrokken klanten die met jou willen werken. Omdat ze bijvoorbeeld de meerwaarde van jouw producten zien of vanwege de goede resultaten die je behaalt.

Een passend uurtarief helpt je dus ook om de kwaliteit van je klanten te verbeteren. Minder fijne klanten nemen afscheid en je trekt serieuzere en meer betrokken klanten aan.

Voordelen van serieuze en betrokken klanten

Wanneer je steeds meer klanten hebt die willen betalen voor de waarde die je levert, zorgt dit voor een stabielere inkomstenstroom voor je bedrijf. Deze klanten weten bovendien vaak beter wat ze willen waardoor je efficiënter werkt.

Daarnaast leveren deze klanten meestal meer uitdagende projecten. Hierdoor kun je je vaardigheden blijven ontwikkelen en verder groeien als professional. Werk je prettig samen met een klant? Dan vinden jullie het vast allebei fijn om vaker samen te werken. Dit zorgt voor langdurige samenwerkingen. Op die manier ben je ook veel tijd kwijt aan het vinden van nieuwe klanten en het onderhandelen over zaken als prijzen en levertijden.

Het aantrekken van betere klanten kan dus een positieve impact hebben op alle aspecten van je bedrijf. Maar hoe vind je die serieuze klanten die meer willen betalen dan?

Overtuig eerst jezelf

Wil je anderen overtuigen dat jij je gevraagde uurtarief (meer dan) waard bent? Overtuig dan eerst jezelf van de waarde die je biedt aan je klanten. Hierbij spelen een aantal zaken een rol.

- Hoeveel ervaring heb je en welke vaardigheden bezit je?
- Is er veel vraag naar jouw expertise?
- Heb je veel tevreden klanten en kun je goede referenties laten zien?
- Wat maakt jou uniek en onderscheidend van je concurrenten?

Zo nu heb je een goed beeld van wat jij anderen te bieden hebt! En kun je het ook aan je klanten gaan vertellen. Hierbij is het belangrijk dat je open en professioneel communiceert.

Bereid je goed voor

Wanneer je aangeeft dat je je tarieven gaat verhogen, krijg je daar waarschijnlijk vragen over. Zorg dat je je daar goed op voorbereid. Maak voor jezelf een lijstje met mogelijke vragen die je klanten zouden kunnen hebben

en kijk of je overal antwoord op kunt geven.

Geef je bestaande klanten voldoende tijd om zich aan te passen aan de verandering. Breng ze minstens een maand van tevoren op de hoogte van je tariefverhoging, liefst nog eerder. Dit geeft klanten de kans om de wijziging te begrijpen en eventueel te budgetteren voor je nieuwe tarieven.

Bedenk dat het helemaal niet gek is als prijzen regelmatig veranderen. Je betaalt zelf immers ook niet jarenlang hetzelfde bedrag voor je boodschappen, de glazenwasser en je tijdschriftenabonnement. Net zoals dat die dingen duurder worden, stijgen jouw tarieven ook.

Gebruik voor nieuwe klanten vanaf het moment dat je je nieuwe uurtarieven bekendmaakt, direct je nieuwe tarieven. Nieuwe klanten die meer betalen, zorgen direct voor een verhoging van je gemiddelde opbrengst per klant.

Toon je waarde

Leg je klanten duidelijk uit waarom je je tarieven verhoogt. Vertel dat je tarieven worden aangepast om de kwaliteit van

je diensten te handhaven of te verbeteren, om te kunnen blijven investeren in je bedrijf of om tegemoet te komen aan gestegen kosten van levensonderhoud.

Wijs klanten gerust op je jarenlange ervaring en expertise in jouw vakgebied. Leg uit hoe je dankzij deze ervaring complexe problemen oplost, efficiënter werkt en hoogwaardige resultaten levert.

Laat zien dat jouw kennis en vaardigheden in hun voordeel werken. Of geef voorbeelden van goed verlopen projecten waar klanten tevreden over waren. En geef concrete voorbeelden van behaalde resultaten voor andere klanten. Denk aan omzetgroei, kostenbesparingen of een verbeterde klanttevredenheid. Laat zien hoe jouw werk direct heeft bijgedragen aan het succes van je klanten en hoe dit zich vertaalt in waarde voor hen.

Hoe minder klanten je uiteindelijk meer opleveren

Door je als ondernemer te richten op het aantrekken van minder maar de juiste klanten, kun je je omzet maximaliseren. Klanten die goed bij jou passen, zien je meerwaarde en betalen zonder problemen meer voor jouw producten of diensten.

Zo ontstaan vaak langdurige samenwerkingen. En wie langer naar volle tevredenheid samenwerkt, begrijpt elkaar sneller, neemt makkelijker beslissingen en werkt daardoor efficiënter. Bovendien zorgen tevreden klanten vaak weer via mond-tot-mondreclame voor soortgelijke nieuwe klanten.

Een langdurige samenwerking met tevreden klanten zorgt onder meer voor:

- minder behoefte aan marketingactiviteiten
- lagere kosten voor het werven van nieuwe klanten
- minder tijd voor het opstellen van nieuwe offertes en contracten
- efficiënter te werken omdat je de werkwijze van de klant kent
- een stabielere en voorspelbare inkomstenstroom
- meer ruimte voor het uitvoeren van hoogwaardige projecten
- kleinere kans op onbetaalde facturen of late betalingen

Hoe neem ik goed afscheid van klanten?

Je mobiel gaat en je ziet de naam van die ene klant op het scherm staan. Direct voel je een knoop in je maag. Waar zal het nu weer over gaan? De laatste keer dat je 'm sprak wilde hij het hele project (dat je net helemaal had uitgewerkt) radicaal omgooien. Omdat een vriendin tegen hem had gezegd dat het echt anders moest. Het project daarvoor liep juist veel vertraging op doordat de communicatie slecht verliep en je steeds zo lang moest wachten op een terugkoppeling. En dan hebben we het nog niet eens gehad over de betalingstermijn die hij altijd flink weet op te rekken. Met tegenzin neem je op.

Zeg eens eerlijk? Is dit een klant waar je echt op zit te wachten? Waarschijnlijk niet.

De gevolgen van slechte klanten

Slechte klanten zorgen bij veel zelfstandig ondernemers voor stress en frustratie. Het kost veel energie als je overal over moet discussiëren, er onredelijke eisen worden gesteld en de schuld van gemaakte fouten altijd bij jou wordt gelegd. Hierdoor heb je vaak

geen tijd en energie meer om te werken aan andere projecten. En het motiveert ook niet echt. Dat alles kan uiteindelijk een negatieve invloed hebben op je algehele bedrijfsprestaties.

Niet of te laat betalende klanten zijn daarnaast een extra gevaar voor je bedrijf. Er kunnen cashflowproblemen ontstaan en moeilijkheden bij het betalen van je eigen rekeningen. Ook wordt het zo wel erg lastig om te kunnen investeren in je bedrijf.

Weg met energievreters

Misschien is een aantal van deze lastige klanten zelf al vertrokken na het verhogen van je uurtarief. Hopelijk heb je inmiddels wat nieuwe, en beter bij jou passende, klanten gevonden. Dan is het de hoogste tijd om afscheid te nemen van energievreters en wanbetalers!

Maak een lijst met al je klanten. Spreek van elke klant de naam hardop uit. Zorgt alleen het uitspreken van een naam al dat het klamme zweet je uitbreekt? Dan is het tijd om afscheid te nemen. Maar hoe neem je afscheid van

dit soort klanten zonder zelf in de problemen te komen?

Hoe neem je afscheid van lastige klanten?

Neem in ieder geval op een respectvolle manier afscheid. Houd in gedachten dat je ooit blij was dat deze persoon klant bij je werd. En dat jullie vast ook goede tijden hebben gekend.

Stel vervolgens een duidelijke boodschap op waarin je uitlegt waarom je de samenwerking beëindigt. Wees eerlijk maar respectvol in je communicatie. Focus op objectieve redenen zoals dat jullie verwachtingen niet goed overeenkomen, dat je je gaat focussen op een ander gebied of dat je

denkt dat een andere zelfstandig ondernemer beter bij hem of haar past. Stel in het laatste geval ook een alternatief voor om de overstap voor je klanten zo eenvoudig mogelijk te maken.

Kies vervolgens een geschikt moment om de boodschap over te brengen. Liefst tijdens een rustig privégesprek. Vertel je verhaal en luister vervolgens naar de reactie van de klant. Toon begrip voor zijn/haar reactie. Laat je echter niet overtuigen om toch te blijven samenwerken. Door op een goede manier afscheid van elkaar te nemen, blijft de klant een ambassadeur voor je.

Help je klanten een nieuwe aanbieder te vinden

Misschien vind je het lastig om de samenwerking te verbreken met klanten waarmee je liever niet meer samenwerkt. Het kan dan fijn zijn om de klanten niet helemaal aan hun lot over te laten.

Denk bijvoorbeeld eens na over bij wie deze klanten wel passen? Zelf ben je dan niet langer de juiste persoon om deze klant te bedienen, maar een collega kan dat wel zijn.

- Is jouw uurtarief voor de klant te hoog geworden? Kijk eens of er in jouw omgeving een collega is die minder vraagt. Bijvoorbeeld omdat dat een startende zzp'er is.
- Klikt het niet tussen jou en de klant omdat jullie te verschillende manieren van werken hebben? Misschien past je klant beter bij een andere professional.
- Soms sluit een specialist in een bepaald vakgebied beter aan bij de behoeften van je klant. Verwijs klanten dan gerust door of bied aan het eerste contact te leggen.
- Is een project van een klant te complex of is hier iets voor nodig dat jij lastig vindt? Verwijs de klant dan door naar iemand die de benodigde service wel kan bieden.
- Kost een bezoek aan een klant je veel reistijd en kun je lastig online samenwerken? Kijk eens of er een lokale dienstverlener is die de klant verder kan helpen.

Help je klanten daarnaast ook zelf bij het overstappen naar een andere dienstverlener. Denk bijvoorbeeld aan het overdragen van relevante documenten, het delen van contactgegevens van nieuwe dienstverleners of het bieden van ondersteuning tijdens de overgangperiode.

Zo neem je op een respectvolle en behulpzame manier afscheid. Op die manier laat je een positieve indruk achter en vergroot je de kans dat ze jouw hulp en advies in de toekomst waarderen.

Op een goede financiële toekomst!

Ben jij er klaar voor om jouw waarde als zzp'er te erkennen en te omarmen? Als je dit artikel hebt gelezen, heb je misschien al enkele stappen gezet om je financiële toekomst te versterken.

Zorg dat je je bewust bent van je waarde, dat je je tarieven op een strategische manier bepaalt en dat je klanten aantrekt die jouw waarde

erkennen. Op die manier leg je de basis voor een bloeiende onderneming.

Hopelijk hebben we je geïnspireerd en ben jij er nu als zelfstandig ondernemer zeker van dat je meer verdient!

Heb je nog vragen, kijk dan eens op onze website: www.rompslomp.nl