



Zzp'ers verdienen meer!

Waarom jij te weinig verdient en wat je daaraan kunt doen

Verdien jij wel wat je waard bent?

Of je nou net start of al jaren werkt als zelfstandig ondernemer: elke zzp'er vraagt zich weleens af of zijn / haar uurtarief wel helemaal klopt. Je uurtarief bepaalt namelijk niet alleen je inkomen, maar weerspiegelt ook de kennis, ervaring en energie die jij in je onderneming stopt.

Bij Rompslomp spreken we regelmatig zelfstandig ondernemers die hiermee worstelen. Ze vragen zich af welk uurtarief ze moeten vragen. En als ze dat eenmaal weten, vinden ze het moeilijk om dit ook echt te gaan vragen. Het gevolg is dat veel zzp'ers uiteindelijk te weinig verdienen.

In deze gids helpen we je om jouw ideale uurtarief te berekenen én geven we je tips om jouw financiële situatie te verbeteren. Want goed verdienen als zzp'er begint bij het juiste uurtarief!

Podcast vol praktische tips

Wil jij als zzp'er het maximale uit je onderneming halen? In de Rompslomp video podcast krijg je praktische tips en inspirerende verhalen van experts en mede-ondernemers.

Of je nu cursussen geeft, een webshop runt of in de zorg werkt: hier vind je slimme inzichten en handige adviezen. Geen saaie theorie, maar echte verhalen en tips waarmee je direct aan de slag kunt!

Luister de podcast via rompslomp.nl/podcast of scan de QR code



Inhoudsopgave

Verdien jij wel wat je waard bent?	2
Podcast vol praktische tips	2
Waarom jij als zzp'er te weinig verdient	4
Het gemiddelde uurtarief voor een zzp'er	6
Bewust voor een laag uurtarief kiezen	10
Hoe bepaal je je uurtarief?	15
Hoe vind ik klanten die goed bij mij passen?	17
Hoe minder klanten je toch meer opleveren	21
De gevolgen van slechte klanten	22
Hoe neem je afscheid van lastige klanten?	23
Help je klanten een nieuwe aanbieder te vinden	25
Op een goede financiële toekomst!	27
Maak een goede financiële start!	27

Waarom jij als zzp'er te weinig verdient

Veel zzp'ers beginnen hun eigen bedrijf vanuit een passie en de wens om vrij te kunnen ondernemen. Geld verdienen is daarbij vaak niet de eerste prioriteit.

Grote kans dat jij je uurtarief bij de start ook vooral gebaseerd hebt op gevoel en wat rondkijken bij de concurrentie. Maar levert dat nu nog genoeg op? Kun je jezelf een fatsoenlijk salaris betalen én een buffer opbouwen voor mindere tijden? Of voelt het elke maand als een gevecht om rond te komen?

Neem je alle kosten mee in je uurtarief?

Bij het uurtarief denken zelfstandig ondernemers vaak vooral aan wat ze zelf nodig hebben om van te leven. Dat lijkt heel logisch, maar is dat wel genoeg? Sta je er wel bij stil dat je tarief niet alleen genoeg moet zijn om je eigen salaris en belasting te betalen, maar ook alle andere kosten die komen kijken bij het runnen van je bedrijf?

Denk bijvoorbeeld aan je laptop en telefoon, de huur van je werkplek, software, marketing, verzekeringen, trainingen en misschien zelfs je

boekhouder. Al die kosten lopen stiekem behoorlijk op.

Voorbeeld: je bent fotograaf en je vraagt €50 per uur. Klinkt prima, toch? Maar na aftrek van btw, inkomstenbelasting, reiskosten en de afschrijving van je dure camera blijft er ineens een stuk minder over. Kun je daar al je kosten wel van betalen?

En dan hebben we het nog niet eens over je toekomst. Wat als je een week ziek wordt? Of als je ineens minder opdrachten hebt? Als zzp'er heb je geen doorbetaalde vakantiedagen en moet je zelfstandig je pensioen opbouwen.

Voorbeeld: je bent webdesigner en vraagt €40 per uur. Op het eerste gezicht lijkt dat een mooi bedrag, maar wat als je plots een maand geen klanten hebt? Of als je laptop crasht en je direct een nieuwe nodig hebt? Zonder buffer kunnen zulke situaties een flinke financiële tegenvaller zijn.

Daarom is het slim om je uurtarief niet alleen te baseren op wat je nú nodig hebt, maar ook op wat je bedrijf en

toekomst veiligstelt. Door rekening te houden met onvoorziene kosten, rustige periodes en lange vakanties, zorg je ervoor dat je zonder stress kunt blijven ondernemen. Ook als het even tegenzit.

Een goed uurtarief is dus niet alleen wat je nú verdient, maar ook wat je nodig hebt om je bedrijf en je toekomst veilig te stellen. Vraag jij eigenlijk wel genoeg?

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

Zzp'ers werken vaak keihard om hun bedrijf te laten groeien. Logisch, je wilt zoveel mogelijk opdrachten binnenhalen en je naam opbouwen. Maar als je alleen maar bezig bent met méér klanten en méér omzet, kan je dat op de lange termijn juist tegenwerken.

Misschien herken je het wel: je zegt overal 'ja' op, neemt kleine opdrachten aan die eigenlijk niet helemaal bij je passen en rekent een (veel) lager tarief dan je zou willen. Alleen maar om zoveel mogelijk werk binnen te slepen. Dit noemen we omzethonger.

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?

Wanneer je ervoor kiest om een laag uurtarief te hanteren, bijvoorbeeld €40 per uur, klinkt dat aantrekkelijk voor nieuwe klanten. Je hoopt zo snel een

volle agenda te krijgen. Maar heb je er echt goed over nagedacht of je hiervan kunt rondkomen? Want die €40 per uur is alleen voor de uren die je daadwerkelijk factureert. Maar wat doe je met al die andere uren? Denk aan reistijd, administratie, klantgesprekken, marketing en acquisitie. Die uren worden nergens vergoed, maar kosten je wél tijd en energie.

Als je daar geen rekening mee houdt in je tarief, werk je dus (onbetaald) harder om hetzelfde te verdienen. Je moet deze uren dus allemaal zelf bekostigen. 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 je met een laag uurtarief 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. Omdat je meer uren moet werken om genoeg 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.

Bewust voor een laag uurtarief kiezen

Nu je weet waarom een te laag uurtarief nadelig kan zijn, vraag je je misschien af of je dan altijd de hoofdprijs moet vragen. Het goede nieuws is dat jij als zzp'er natuurlijk zelf volledig de touwtjes in handen hebt als het gaat om het bepalen van je tarieven.

Voor een lager uurtarief kiezen, kan dus ook. En soms zijn daar hele goede redenen voor. Er kunnen echter momenten zijn waarop een lager uurtarief heel strategisch kan zijn.

Bijvoorbeeld als je net start met je bedrijf. In die beginfase ben je waarschijnlijk druk bezig met het aantrekken van je eerste klanten en het opbouwen van een solide basis van referenties. Door een lager tarief aan te bieden, kun je aantrekkelijker zijn voor nieuwe klanten die je een kans gunnen.

Eerst meer ervaring opdoen

Als beginnend ondernemer kan het aantrekkelijk zijn om eerst meer ervaring op te doen en te leren van je klanten en projecten. Het hanteren van een lager uurtarief biedt je die kans. Je kunt bijvoorbeeld gemakkelijker opdrachten binnenhalen, wat je helpt

om praktijkervaring op te bouwen terwijl je je bedrijf verder ontwikkelt.

Het is wel belangrijk om transparant te zijn naar je klanten. Laat ze weten dat je diensten of producten momenteel tegen een lager tarief worden aangeboden omdat je nog aan het leren bent. Deze eerlijkheid kan ervoor zorgen dat klanten begripvoller zijn als een project bijvoorbeeld iets langer duurt of als er meerdere feedbackrondes nodig zijn

Wees je er echter wel van bewust dat een te laag uurtarief bepaalde risico's met zich meebrengt. Het is goed om te erkennen dat wat je verdient misschien niet voldoende is om comfortabel van te leven. Door deze situatie helder te begrijpen, kun je beter plannen voor de toekomst. Zodra je meer ervaring hebt opgebouwd en je reputatie is gegroeid, is het belangrijk om je tarieven aan te passen zodat ze in lijn zijn met je waarde en expertise. Op deze manier kun je zowel professioneel groeien als financieel stabiel worden.

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 helemaal niet om dat de klant jouw uitlaatservice te duur vindt. Hij geeft alleen prioriteit aan iets anders: een vakantie. De klant hééft het budget, maar kiest ervoor om het anders te besteden. Ga bij een afwijzing dus niet direct twijfelen 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 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

Het toevoegen van extra waarde aan je diensten kan een grote impact hebben op je klantenbinding en reputatie als zelfstandig ondernemer. Overweeg om aanvullende diensten of producten te bieden die je klanten extra kunnen waarderen. Als je bijvoorbeeld trainingen geeft, kun je deelnemers een zelfgeschreven werkboek cadeau doen. Dit werkboek kan extra informatie, oefeningen of praktische tips bevatten die hun leerervaring verrijken.

Het grote voordeel van een extraatje, zoals een werkboek, is dat het je slechts eenmalig tijd kost om te maken. Eenmaal afgerond, kan het voor vele deelnemers worden gebruikt zonder dat het je extra tijd of kosten per deelnemer oplevert.

Zo verhoog je de waarde van je training efficiënt en effectief.

Extra waarde kan ook komen in de vorm van gratis extra consulten of overlegmomenten. Bied bijvoorbeeld een (online) sessie aan waarin klanten vragen kunnen stellen of advies kunnen krijgen. Deze extra service laat zien dat je betrokken bent bij hun succes en bereid bent om net dat stapje extra te zetten om hen te ondersteunen.

Door op deze manier waarde toe te voegen, verhoog je de klanttevredenheid. Tevreden klanten zijn vaak loyaler en dragen bij aan een sterkere reputatie als deskundige en betrouwbare zzp'er. Op de lange termijn leidt dit tot betere mond-tot-mondreclame en meer opdrachten van zowel bestaande als nieuwe klanten, wat bijdraagt aan 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.

Hoe bepaal je je uurtarief?

Ben je inmiddels benieuwd geworden naar het uurtarief dat jij 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 nemen zzp'ers zo'n 6 weken per jaar vrij, inclusief vakanties en vrije dagen. Daarnaast kun je te maken krijgen met ziekte en heb je tijd nodig voor administratieve taken. Het is dus belangrijk om realistisch in te schatten hoeveel uren je daadwerkelijk kunt factureren.

Tip: uit recent onderzoek van Knab onder ruim 10.000 ondernemers blijkt dat zzp'ers gemiddeld 29 declarabele uren per week hebben.*

*Onderzoek uitgevoerd door Knab onder ruim 20.000 ondernemers, maart 2025

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 (€ 48,- exclusief btw) dan wanneer je werkt voor de overheid (€ 104,- exclusief btw).

Maar mijn uurprijs is dan veel hoger dan in loondienst!

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 kantoorruimte, 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.

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 je 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 serieuze 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 ook 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 bovendien minder 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?

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 niet gek is als prijzen veranderen. Je betaalt zelf immers ook niet jarenlang hetzelfde bedrag voor boodschappen, de glazenwasser en je sportschoolabonnement. Jouw tarieven stijgen net zo goed als dat andere dingen duurder worden.

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

Het is belangrijk om je klanten goed te informeren over waarom je je tarieven verhoogt. Hou het wel simpel. Zeg bijvoorbeeld dat de aanpassing van je tarieven nodig is om de kwaliteit van je diensten te waarborgen of te verbeteren. Misschien wil je blijven investeren in je bedrijf. Of ben je genoodzaakt je prijzen te verhogen door de gestegen kosten van levensonderhoud.

Als je al een tijdje zzp'er bent, is daarbij het goed om je jarenlange ervaring te benadrukken. Dit is namelijk een grote troef. Deze kennis en expertise maken jou uniek in je vakgebied en onderscheiden je van anderen.

De voordelen van veel ervaring

Je bent hierdoor in staat om complexe problemen sneller en doelgerichter op te lossen, kent de kneepjes van het vak en weet precies welke aanpak werkt. Hierdoor werk je niet alleen efficiënter, maar lever je ook consequent goede en waardevolle resultaten. Je ervaring maakt het mogelijk om obstakels snel te overwinnen waar anderen misschien langer over zouden doen. Dit betekent dat je klanten kunnen rekenen op een betrouwbare partner die met hun specifieke behoeften en uitdagingen omgaat met precisie en vakmanschap.

En als kers op de taart, komt die ervaring ook goed van pas in het anticiperen op mogelijke knelpunten, waardoor je proactief kunt handelen in plaats van reactief. Dit bespaart tijd en geld en zorgt ervoor dat projecten soepel verlopen. Jouw jarenlange toewijding vertaalt zich direct in waarde voor de klant. Dit is iets wat zeker gedeeld mag worden!

Geef voorbeelden van projecten die goed zijn verlopen. Deel verhalen van tevreden klanten. Toon voorbeelden van behaalde successen. Denk bijvoorbeeld aan omzetgroei, besparingen of betere klanttevredenheid. Laat zien hoe jouw werk het succes van je klanten heeft gestimuleerd. En hoe dit zich vertaalt in waarde voor hen. Op die manier begrijpen ze waarom je je tarieven aanpast. En waarderen ze je nog meer.

Hoe minder klanten je toch 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.

Daarnaast ontstaan er vaak langdurige samenwerkingen met deze klanten. Hoe langer je samenwerkt, hoe beter je elkaar begrijpt. Dit zorgt ervoor dat je sneller beslissingen kunt nemen, het werk efficiënter wordt uitgevoerd en je relaties steviger worden. Dit is niet alleen voordelig voor jou, maar ook voor je klanten, omdat ze merken dat de samenwerking soepeler verloopt en hun vertrouwen in jou groeit.

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

De gevolgen van slechte klanten

Naast hele fijne klanten, heb je vast ook minder fijne klanten. Stel je eens voor dat 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?

Stress en frustratie

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 kunnen bovendien een groot gevaar vormen voor je bedrijf. Ze brengen niet alleen je cashflow in gevaar, maar kunnen ook leiden tot ernstige problemen bij het betalen van je eigen rekeningen.

Zonder voldoende liquide middelen is het lastig om te blijven groeien, je bedrijf verder te ontwikkelen of zelfs je dagelijkse bedrijfsvoering goed te runnen. Het kan je in een situatie brengen waarin je continu in de verdediging zit, terwijl je juist vooruit zou moeten kunnen kijken. Het is dus heel belangrijk om duidelijke afspraken te maken en, indien nodig, stappen te ondernemen om ervoor te zorgen dat je tijdig betaald krijgt.

Weg met energievreters

Misschien is een aantal van je lastige klanten al uit zichzelf 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 de laatste 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 ze niet helemaal aan hun lot over te laten.

Denk bijvoorbeeld eens na over bij wie deze klanten wel passen. Zelf ben je dan misschien 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 overgangsperiode.

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 deze gids 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

Maak een goede financiële start!

Met een up to date administratie zie je direct hoe je bedrijf ervoor staat en neem je betere beslissingen. Je ziet bijvoorbeeld snel hoeveel inkomsten je hebt, hoeveel btw je moet gaan betalen en of je een (grotere) investering kunt doen.

Bovendien vormt je administratie de basis voor je btw-aangifte. Boekhoudsoftware kan je hierbij helpen.

Probeer het gratis en vrijblijvend uit

Wist je dat je Rompslomp Professional een maand gratis en vrijblijvend kunt uitproberen? We beloven dat je helemaal nergens aan vastzit.

Bij het aanmelden voor je proefabonnement vragen we alleen naar je naam en e-mailadres. Verder moet je een wachtwoord voor je account aanmaken. Om over te stappen naar een betaald abonnement moet je zelf altijd actie ondernemen.

Ga je na de proefperiode liever niet verder met je boekhoudpakket of stap je over naar andere boekhoudsoftware? Dan wordt jouw account automatisch omgezet naar het Starter pakket. Dit is helemaal gratis. Zolang jij je account niet laat verwijderen, blijven je gegevens bewaard.

[Probeer het direct gratis en vrijblijvend zelf uit!](#)

