Leeswijzer

Wat bent u waard?

Deze gids bevat de meest recente tarieven van ruim 160 beroepsgroepen. Met de gegevens in deze gids kunt u uw uurtarief of uw prijs bepalen of, als u opdrachtgever bent, kijken of de gevraagde tarieven of prijzen redelijk zijn. Deze gids bevat naast tarieven van verschillende beroepsgroepen ook vijf rekenmethodieken om prijzen of tarieven te bepalen. De gegevens in deze gids zijn afkomstig van ons continue tarievenonderzoek en eigen research.

De economische crisis en de onzekere vooruitzichten hebben effect op de tarieven van zelfstandigen. Het gevolg voor de uurtarieven blijkt wel, de tarieven stijgen minder snel dan in het verleden en zijn in veel gevallen zelfs gedaald. Maar dat de recessie over is blijkt ook uit de uurtarieven. In 2016 zagen we de tarieven weer stijgen.

Wat kost dat, wat kunt u voor uw diensten vragen?
Deze vraag vormt de kern van dit boek. Het antwoord is afhankelijk van een groot aantal factoren. Wat is meer waard voor de verdwaalde wandelaar die al twee dagen zonder drinken in de woestijn ronddoolt, een fles water of een rugzak gevuld met veertig kilo goud?
Wat koopt u voor uw geliefde, een literfles parfum (of aftershave) van 3 euro of een klein flesje parfum van 30 euro?

Het blijkt dat de prijs niet alleen bepaald wordt door kwaliteit of hoeveelheid maar dat de prijs vooral afhankelijk is van de verwachting van de koper. Natuurlijk is de prijs belangrijk, een prijsverlaging kan de omzet verhogen, maar er zijn ook voorbeelden dat een prijsverhoging tot omzetstijging leidde (het was zo goedkoop, het kon gewoon niet goed zijn).

Als freelancer of ZZP'er (Zelfstandige Zonder Personeel) of als ondernemer heeft u te maken met een verwachtingspatroon van uw klanten. Ze kiezen u omdat u goed bent of goedkoop, uw klant verwacht een prijs die bij uw kwaliteiten past. U kunt de perceptie die uw klanten van uw producten of diensten hebben zelf creëren, onder andere door uw prijsstelling. Deze gids biedt richtlijnen voor het bepalen van de prijs van diensten of producten. U bepaalt uw prijs aan de hand van rekenmodellen en strategieën of aan de hand van standaardtarieven die per beroepsgroep gehanteerd worden. Daarnaast bespreekt deze gids in het kort enkele methodieken voor het vaststellen van de prijs van uw producten of diensten. Over dit onderwerp zijn al bibliotheken volgeschreven, deze gids volstaat daarom met een kort overzicht van prijsstrategieën. Hiermee bent u in staat om uw prijsbeleid te formuleren en uit te voeren.

Vast tarief bestaat niet
De tarieven die in deze gids staan zijn afkomstig van eigen onderzoek en van onze enquête. In de praktijk blijken er per beroepsgroep grote verschillen te bestaan tussen de hoogste en de laagste tarieven.
In hoofdstuk 3 staan deze tarieven genoemd. De laagste en de hoogste tarieven per beroepsgroep staan aangegeven. Het tarief dat het meest voorkwam staat onder het kopje midden benoemd (Laag Midden Hoog).

In de enquête is er een verband tussen opleiding, ervaring en de hoogte van het tarief. Dit verband is echter niet heel duidelijk. Ook regionaal kunnen er verschillen zijn in tarieven.

Er zijn verschillende factoren die het tarief beïnvloeden:
- duur van de opdracht
- de soort opdrachtgever
- de mate van concurrentie
- onderhandelingsvaardigheden (van de ondernemer en de opdrachtgever)

Hoe bepaalt u uw tarief?
Om tot een juiste bepaling van uw tarief te komen kunt u het beste alle methodieken doorlopen. Daarna kijkt u of uw tarief niet teveel afwijkt van de tarieven in hoofdstuk 3. Als u dan eenmaal een tarief heeft lees dan hoofdstuk 4 over offertes.
In de meeste gevallen heeft u dan een goed uitgangspunt voor uw tarief. Bovendien hebt u tijdens dat proces voldoende argumenten gevonden om uw tarief te kunnen rechtvaardigen.

De prijs of het tarief is een van de belangrijke bestanddelen van een bedrijfsstrategie. De prijs hangt ook nauw samen met de andere bestanddelen van het bedrijfsbeleid. Starters, freelancers en kleine zelfstandigen kunnen niet met hun prijzen gaan stunten. Kwaliteit is voor deze groep het beste verkoopargument.

Uiteindelijk is het beter om een prijs te vragen die de klant bereid is te betalen. Daar achter komen is de kunst. Wij hopen dat dit boek daar een bijdrage aan kan leveren.

De redactie

P.s. Om deze gids up-to-date te houden nodigen we belanghebbenden uit om verbeteringen, aanpassingen en suggesties aan ons door te geven. Dit kan via de website www.publimix.nl of via de e-mail: info@publimix.nl. Zet u dan wel “Tarief” in de onderwerpregel van uw mail.

Tarieven gedaald, verschillen groter

In 2015 zijn veel tarieven gedaald. Dat is met name terug te vinden in de starttarieven. De gemiddelde tarieven zijn soms wat gestegen en soms wat gedaald, terwijl de hoge tarieven stegen. Met andere woorden, de concurrentie neemt toe, de toppers hebben hun tarieven aan kunnen passen en de starters werken voor minder geld. Vanaf 2016 gaat het beter; de tarieven stabiliseren en stijgen.