

HOE BEREKEN IK MIJN UURTARIEF? 'WIE ÉÉN EURO PER MINUUT HANTEERT, BEREKENT ÉCHT TE WEINIG!'

Veel schoonheidsspecialisten worstelen met de vraag: hoe bereken ik mijn uurtarief? "Ik betaal mijn werknemers meer salaris dan dat ik mezelf kan uitbetalen", is een uitspraak die financieel strateeg Debbie Boekhout van Fineezy helaas te vaak hoort. "Veel salons hanteren nog steeds een prijs van één euro per minuut, oftewel zestig euro per uur. Maar dat is écht veel te weinig", stelt Debbie, die zowel namens ANBOS als vanuit haar eigen onderneming beautyprofessionals helpt met hun geldzaken en hen inzichtelijk maakt hoe zij een reële uurprijs vragen voor de expertise die ze bieden.

Debbie heeft altijd gewerkt met ondernemers. Voor hulp bij verzekeringen, hypotheek, vastgoed en zakelijke kredieten. De laatste jaren kreeg zij steeds meer klanten op haar pad die in de schoonheidsbranche actief zijn. Via brancheorganisatie ANBOS geeft zij trainingen over hoe je als ondernemer grip krijgt op je cashflow. "Als ondernemer zie je van alles en wil je van alles, maar vaak is er niet voldoende geld. Of denk je dat dat er niet is. Om beautyprofessionals gericht advies te geven over hoe ze hun inkomsten en uitgaven meer in balans kunnen brengen, ben ik trainingen gaan geven waarin ik de grillige cashflow omzet in een duidelijk financieel overzicht en perspectief biedt voor de doelen die ze hebben. Alleen inzicht brengt vaak al een boel rust", verzekert Debbie. "Schoonheidsspecialisten volgen de trainingen vaak voor de punten, maar tijdens de trainingen komen meestal binnen het uur al reacties als: 'Wow, dit wist ik niet.' Of: 'Hiermee ben ik echt goed geholpen.' Want dat is toch waar die trainingen natuurlijk voor bedoeld zijn."

Mismatch in financiële plaatje

Beginnende ondernemers zien vaak dat hun omzet groeit, maar dat hun inkomsten gevoelsmatig niet gelijke tred houden met die stijging. "Dat ervaren ze doordat hun personeel met het salaris dat ze uitbetalen een huis kunnen kopen, maar zij zelf niet. En daar zit er een mismatch in het financiële plaatje. Er mist een stukje zelfwaardering. Je mag laten zien waar je voor staat, wat je kunt met je salon en daar mag je best wat voor vragen", stelt Debbie. "Daarom is het goed om een ondernemersplan te maken met een gelddoel en vragen zoals: Wat wil ik eruit halen? Wat heb ik hiervoor nodig?"



Debbie Boekhout

Maar ook op privégebied: hoe ziet mijn leven eruit en hoe kan ik dat financieel dragen? Hierbij komen werk en privé samen en moet je goed kijken naar je levensstijl. Als deze componenten bekend zijn, krijg je een goed inzicht dat rust creëert. Het is belangrijk om te weten wanneer en hoeveel geld er binnen komt."

"Dat zou eigenlijk al op school moeten beginnen. Bij de meeste opleidingen krijg je uitgebreid les op vakgebied, maar worden ondernemerschap en financiën vergeten. Dus hoe je daarmee omgaat is vaak gerelateerd aan je eigen expertise. Ondernemers houden hun eigen boekhouding bij totdat blijkt dat dit in de praktijk anders werkt. En ze vragen zelfs dan vaak nog geen hulp. Daar rust toch nog een taboe op", ervaart Debbie. Ze vervolgt: "Aan het begin van een cursus is iedereen stil en afwachtend, maar uiteindelijk zie je ze steeds meer ervaringen delen. Het besef dat het anders of beter kan, is er vaak niet, zeker bij ondernemers die al een tijdje op weg zijn. Soms komen ze er pas na verloop van tijd achter. Dan blijkt het aan zichzelf uitgekeerde salaris onvoldoende. Of dubben ze of ze wel of niet personeel moeten aannemen? Of is er fors geïnvesteerd in apparatuur. Vaak is er een angst dat er niet voldoende zicht op de inkomsten en of die in verhouding staan met wat eruit gaat."

“

HET IS BELANGRIJK OM VANAF HET BEGIN EEN ONDERNEMERSPLAN TE HEBBEN WAARIN JE EEN TOEKOMSTPLAN ZET, DE DROMEN DIE JE HEBT EN WAT JE NODIG HEBT OM ZE TE REALISEREN

”

Veelvoorkomende fout

Een veelvoorkomende fout die Debbie ziet, is dat beautyprofessionals kijken naar wat hun concurrenten in dezelfde stad of dorp rekenen voor hun behandelingen. "Je wil de markt niet kapot maken, maar wat als zij ook niet de juiste prijs vragen? Als je te weinig vraagt, doe je jezelf te kort. Je waardeert jezelf als het ware niet! Ook al werk je aan huis, je mag gerust hogere prijzen hanteren als jouw expertise dat rechtvaardigt. Je moet niet denken: ik zit aan huis, dus ik heb weinig nodig... Ook dan moet je een rechtvaardig uurloon aanhouden. Het is natuurlijk wel goed om te weten waar je naartoe wil. Bovenal moet je weten wat je nodig hebt om je prijs te onderbouwen. Sommigen werken puur voor een lekker zakcentje erbij maar anderen omdat ze willen doorgroeien naar een volwassen salon of instituut. Een prijs berekenen, is meer dan alleen kijken naar wat je overhoudt. Vaste kosten als inkoop, software, personeel, boekhouder, huur of hypotheek en afschrijvingen komen hier ook bij kijken. Voor sommigen is dit een eyeopener. Als ze weten waar ze aan toe zijn, ervaren ze rust. Het zelfvertrouwen komt terug en ze durven eindelijk te vragen wat ze waard zijn."

"Daarnaast moet er ook rekening gehouden worden met de producten en uren. Het is eigenlijk heel gemakkelijk rekenen. Soms komen we ook tot de conclusie dat er genoeg geld verdiend wordt. Maar waar het dan blijft? Er wordt bijvoorbeeld meer salaris uitgehaald dan passend is of een apparaat gekocht dat minder oplevert dan is beloofd door de leverancier. Verder is het belangrijk dat alle uren worden doorberekend. Alle kwartiertjes die niet doorberekend worden aan de klant, zijn wel gewoon kosten die je als ondernemer maakt!" Debbie benadrukt dat het essentieel is om producten uit de salon te verkopen aan klanten voor thuisgebruik om het resultaat van een behandeling te verlengen en de huid blijvend te verzorgen: "Ik hoor nog te vaak dat het voor beautyprofessionals voelt als aansmeren. Maar opsmeren is essentieel voor een blijvend resultaat. Salonverkoop zou ook deel moeten uitmaken van je standaard advies."



▲ Beautyprofessionals hanteren vaak nog een te lage uurprijs in hun salon

Achterhaalde vuistregel

Een vuistregel die allang achterhaald is, zegt Debbie, is het rekenen van één euro per minuut voor een behandeling. "Je moet goed kijken naar je doelgroep. Trouwe klanten die je graag houdt, zijn gerust bereid om 1,50 of zelfs twee euro per minuut te betalen. Als je hoger in prijs gaat, voorkom je mogelijk niet dat er klanten afhaken. Maar dat zijn doorgaans ook de klanten waar je al geen plezier aan beleefde. Degenen die na het hanteren van een reële behandelprijs blijven komen, en dus geloven in jouw expertise, vormen de doelgroep waar je je op moet richten. En er zullen ook weer nieuwe klanten komen. Uiteindelijk komt dat altijd weer goed. Zolang de gehanteerde prijs maar in verhouding staat met de geboden expertise."

De belangrijkste boodschap die Debbie meegeeft aan beautyprofessionals, is dat zij moeten stilstaan bij wat hun onderneming in hun ogen moet opleveren. "De knop van prijs is gevoelsmatig het lastigste om aan te draaien, maar het is tevens de variabele factor die je zelf in de hand hebt... Stel, je wilt 120 euro per uur vragen, dan moet je nagaan of het reëel is om dat te berekenen en wat ervoor nodig is om op dat prijsniveau te komen. Is dat een huidplan waarbij de klant rimpelloos en gladgestreken naar huis gaat? Als je klant daar niet toe bereid is, dan heb je een mismatch. Daarnaast verandert je plan gaandeweg ook als je groeit. Zo kun je in de toekomst, als gevestigde salon, 100, 120 of 140 euro per uur gaan vragen. Behalve de uurprijs verandert dan ook het type klant. Het is belangrijk om vanaf het begin een ondernemersplan te hebben waarin je een toekomstplan zet, de dromen die je hebt en wat je nodig hebt om ze te realiseren. Dat past vaak al op een A4'tje. Maar het biedt wel houvast."

Meer informatie: Fineezy | Tel. 06-14 24 95 14 | info@fineezy.nl | www.fineezy.nl

ONLINE MASTERCLASS EN CHALLENGES

Op dinsdagavond 23 september geeft ANBOS Academy een nieuwe Masterclass over berekening van de juiste uurprijs. Deze online workshop is ook te volgen door niet-leden. Meer informatie hierover is te vinden op www.anbosacademy.nl. Daarnaast verzorgt Debbie Boekhout regelmatig gratis challenges voor (beauty)ondernemers. Kijk hiervoor op www.fineezy.nl/signup/cashchallenge. "Met behulp van deze challenges kunnen ze vrijblijvend de methode van Fineezy ontdekken", zegt Debbie.