

### I nogle brancher er 800 kroner i timen ikke for meget

Dansk Journalistforbund, der består af knap 20 % selvstændige eller freelancere, har lavet dette regnestykke: En fastansat journalist tjener i gennemsnit 526.896 kroner om året, inklusive diverse tillæg, arbejdsgiverbidrag til pension og yderligere omkostninger som ATP, Barsel.dk, ferietillæg og udgifter til efteruddannelse. Herudover kommer de selvstændiges løbende udgifter. (Du kan se en bruttoliste side 17).

Fastansatte arbejder 1.482 timer om året, når man fratrukker: søn- og helligdage, sygefravær, barselsfravær, feriefravær, orlov og efteruddannelse. Journalistforbundet antager, at freelancerne kan fakturere 67 % af deres arbejdsdag, da resten af tiden går med salg, ideudvikling– you name it ... Forbundet er dermed kommet frem til, at hvis freelancejournalisten vil tjene det samme som en fastansat, der laver det samme, skal vedkommende sætte sin timepris til 879 kroner. Hvis journalisten derimod arbejder med kommunikation og PR, er forbundet kommet frem til, at vedkommende skal tage 1.329 kroner i timen, da kommunikationsfolk og PR-medarbejdere gennemsnitligt tjener mere end journalister. Og hvem kan argumentere for, at den fastansatte skulle have mere end freelanceren, når freelanceren blandt andet er langt mere fleksibel og tit bliver hyret til en opgave, netop fordi vedkommende har nogle særlige kompetencer, der skal bruges til lige præcis den opgave?

Du kan lave det samme regnestykke ved at finde ud af, hvad fastansatte i din branche tjener, og ved at regne ud, hvad din virksomhed har af udgifter på et år. Hvis du er nyuddannet, vil du måske lægge dig lidt under den pris, du kommer frem til. Og hvis du er meget erfaren, har særligt efterspurgte kompetencer eller andet, kan du lægge noget oveni. Hvis du bare gerne vil tjene mere end de andre, fordi du mener, du er mere værd end dem, eller at de alle sammen sælger deres guld forbilligt, så gør du bare det. Husk: Der vil altid være én, der er den dyreste. Og det er ikke nogen skam. For det indikerer, at man kender sit værd og sikkert har nok at lave – ellers var man nok blevet fristet til at sætte prisen ned igen. Og er det så dyrt? Mange lønmodtagere vil sikkert svare ja. Det er ofte, fordi de slet ikke ved, hvor meget de selv koster. Jeg plejer at sige, at min timepris ikke er mere flot, end at det er »flot«, at en lønmodtager også får løn, når han har influenza. Og det er der ingen, der synes er flot. Det tager alle som en selvfølge.

Så nej! Højest sandsynligt er du ikke dyr. Men i din timebetaling ligger der en masse udgifter, som lønmodtageren ikke regner med i sin egen løn. Derfor ser du dyrere ud. Mange selvstændige synes, det er svært at skulle sætte pris på sig selv. Hvis du har det sådan, så prøv i stedet at tænke på, at det, du sælger, er et par fine italienske støvler af den allerbedste kvalitet. De koster også mange penge, fordi de er gode og populære. Hvorfor skulle det være anderledes med dig? Jeg har set flere eksempler på selvstændige, der begrundet deres lave priser med, at de ikke har ret mange udgifter i firmaet. Hvis du sparer på firmaets udgifter, er det ofte dig, der har konsekvenser for – f.eks. ved at du har et dårligt fysisk arbejdsmiljø, mangler de nyeste programmer på computeren eller andet. Hvorfor skal kunden så have besparelsen? Hvis du også sparer på din udvikling og din efteruddannelse, får du også meget svært ved at følge med i, hvad der sker på dit marked, og så bliver din vare reelt dårligere for kunden.

Når jeg skriver »timebetaling« i stedet for »timeløn« er det helt bevidst. For din betaling går som sagt til en række andre omkostninger end løn. Hvis du bare siger timeløn, lyder det, som om pengene kun går til løn. Og så kommer du og kunden let til at sammenligne pærer og bananer. Du kan også sige »honorar«, så er du mere sikker på, at din pris ikke bliver sammenlignet med en timeløn.

### Sæt prisen ordentligt fra begyndelsen

Mange nystartede har svært ved at sætte prisen højt nok fra begyndelsen. Hvis de kommer fra et fast lønmodtagerjob, hvor de måske har fået 200 kroner i timen plus diverse lønmodtagergoder, kan det virke helt vildt at skulle ud og sælge timer til eksempelvis 800 kroner. Dertil kommer, at de formentligt ikke er klar over, hvor mange udgifter selv et enkeltmandsfirma har, og at de forventer at kunne fakturere urealistisk mange timer om ugen. Mange fristes til at begynde med en lav timepris og tænker, at de altid kan sætte prisen op med tiden. Pas på med det!

Hvis du først har fået kunder ind til en lav pris, kan det være nærmest umuligt at sætte prisen op senere. Og hvis du først har fået et godt forhold til kunden, kan du blive fristet til at lade kunden fortsætte med at betale markant mindre end nye kunder. Især hvis du får mange faste kunder, mens du er alt for billig, kan det blive en rigtig dårlig forretning. Den tid, du bruger på at arbejde billigt for disse kunder, går fra at finde kunder, der betaler bedre. Derudover sender en lav pris tit nogle uheldige signaler om, at du ikke synes, din egen hjælp er mere værd. Det er desuden et kendt faktum, at mange selvstændige lukker deres forretninger igen, fordi de simpelthen tjener for lidt. Derfor risikerer du, at kunder er bange for, om dit firma vil overleve, hvis de godt ved, at du er meget billig og ny. Denne frygt betyder måske ikke noget for netop det, du laver, men hvis du er revisor, it-konsulent eller andet, kan det have meget stor betydning, at kunden ved, du også er der næste gang, han har brug for din hjælp. Derfor må kunden ikke være usikker på, om dit firma lukker igen. Det kan f.eks. være, fordi du i mellemtiden er blevet fristet af et fast job til en meget bedre betaling. Din pris er kundens garanti for, at du er der næste gang, han har brug for dig. Og i nogle brancher er denne garanti rigtig mange penge værd.

Nogle gange kan der være fordele ved at give kunden en særlig intropris – f.eks. hvis du vil lancere et nyt produkt. I så fald skal du have følgende i baghovedet: Kunden skal være klar over, at han får en særlig god pris, og hvad din ydelse normalt koster. Han skal vide, at introprisen kun gælder i en bestemt periode eller for et begrænset antal opgaver. Han skal også vide, at hvis han ønsker at fortsætte samarbejdet herefter, skal han betale fuld pris.

Du kan eventuelt som en del af aftalen bede kunden om at give en udtalelse, du kan bruge til markedsføring senere. Eller bede kunden om at give feedback, så du efterfølgende ved, hvad der var lige i øjet, og hvad du skal overveje at ændre fremover. Hvis du ikke kan finde andre måder at adskille dig fra konkollegerne på end ved at være billig, så overvej igen, hvilken forskel du ville gøre for kunderne, da du oprettede dit firma. Der er altid en bedre grund end at være billig – medmindre du har fundet en smart måde, så du kan løse opgaven hurtigere end konkollegerne. Men varen skal aldrig bare være billig og gøre, at du sidder tilbage med en dårlig økonomi. Pas generelt på med at signalere, at du vil give kunden et særligt tilbud, eller at prisen bliver til efter en konkret forhandling. For det indikerer, at du ikke kører fast pris, og åbner for, at kunden vil forhandle. Individuelle priser sker på baggrund af en udregning – ikke en forhandling.