

KASIA RACISZ-WSPARCIE DLA BIZNESU

KURS WIRTUALNA ASYSTENTKA

Lekcja 7. Jak wyliczyć swoją stawkę godzinową?

Wbrew pozorom wyliczenie swojej stawki godzinowej to nie jest taka łatwa sprawa. Nie wystarczy tutaj wzorować się na swojej konkurencji, bo każda z nas ma trochę inną sytuację i inne rozliczenia. Oczywiście widełki dotyczące stawek za usługi asystenckie są ważne i nie można też ustalać swoich cen w oderwaniu od tego. Nie mniej jednak, każda z nas powinna swój cennik ustalić sama. Jak to zrobić?

Zacznijmy od początku. Jeśli dopiero zaczynasz swoją pracę jako Wirtualna Asystentka i rozliczasz się poprzez działalność nierejestrowaną lub takie portale, jak USEME (portal wystawia fakturę za Ciebie i pobiera za to prowizję), to odpadają Ci opłaty związane z prowadzeniem firmy (ZUS). Pamiętaj, że kiedy prowadzisz działalność, to płacisz ZUS niezależnie od tego ile w danym miesiącu zarobiłaś.

W wirtualnej asyście tak, jak w każdym zawodzie, na początku zarabia się mniej od tych, którzy są na rynku znacznie dłużej. Te niskie stawki mają kilka swoich uzasadnień. Po pierwsze, nie masz jeszcze dużego doświadczenia w tej pracy. Po drugie, nie masz jeszcze wyrobionej marki osobistej. Po trzecie, nie masz jeszcze referencji i poleceń.

Bardzo często Wirtualne Asystentki zaczynają swoją pracę jako podwykonawca u innej, doświadczonej VA. Tutaj z kolei niską stawkę tłumaczy dodatkowo fakt, że to Asystentka u której pracujesz zajmuje się zdobywaniem klientów i to ona, a nie Ty przeznaczyła na to czas i pieniądze (marketing). Poza tym, to ona odpowiada przed klientem za jakość dostarczonej pracy. Ty w takim układzie wykonujesz tylko dane zlecenie lub jego część. Kiedy nabierzesz już doświadczenia i będziesz miała za sobą pierwsze zlecenia, wtedy zaczniesz stopniowo podnosić swoją stawkę. Jak to zrobić? Opowiem na końcu tej lekcji. Najpierw skupmy się na wyliczeniach podstawowych.

Na początku pomyśl, ile chciałabyś zarabiać. Ile chciałabyś oraz ile musisz zarabiać, żeby wyrobić się ze swoimi osobistymi kosztami (rata kredytu, przedszkole, rachunki, jedzenie, wakacje, itd.)

KASIA RACISZ-WSPARCIE DLA BIZNESU

KURS WIRTUALNA ASYSTENTKA

Następnie zdecyduj, ile godzin dziennie i ile dni w miesiącu chcesz pracować. Uwzględnij nie tylko swoje chęci, ale też możliwości. Bo jeśli jesteś na przykład mamą, która w ciągu dnia zajmuje się dzieckiem, to nie ma sensu zakładać, że będziesz w stanie pracować 8 godzin dziennie. Podejdź więc do takich wyliczeń realnie.

Jeśli już ustaliłaś sumę, której potrzebujesz co miesiąc, podziel to teraz przez ilość godzin, którą chcesz pracować w miesiącu. Jeśli nie odleciałaś zbyt z pomysłami typu-”chcę zarabiać 50 tysięcy miesięcznie i pracować tylko 2 godziny dziennie”, to powinna Ci wyjść w miarę sensowna stawka godzinowa.

Ale to jeszcze nie koniec!

Teraz zrób research i sprawdź, jakie mniej więcej ceny za podobne lub takie same usługi, które chcesz oferować klientom, przewiduje konkurencja. Zrób listę 20 osób z Twojej branży i zobacz, czy Twoja stawka godzinowa mieści się w ich przedziale.

Jeśli zaniżyłaś swoją cenę to polecam Ci mój tekst o tym dlaczego nie warto obniżać swoich stawek (tekst znajdziesz w PDF pod tą lekcją).

Jeśli zawiżyłaś swoją cenę lub jesteś przy górnej granicy widełek konkurencji, zastanów się czy ta wysoka kwota realnie odzwierciedla wartość, jaką dajesz.

Kolejny krok to podliczenie wydatków związanych z pracą/prowadzeniem firmy. Zobacz, które z nich Ciebie dotyczą.

- ZUS
- Podatek dochodowy
- Opłaty bankowe (prowadzenie konta, przelewy, karta)
- Usługi księgowo
- Opłata za coworking, jeśli korzystasz z tego rozwiązania lub wynajem lokalu, jeśli nie pracujesz w domu
- Internet

KASIA RACISZ-WSPARCIE DLA BIZNESU

KURS WIRTUALNA ASYSTENTKA

- Telefon
- Materiały biurowe (planery, papier do ksero, zeszyty, długopisy)
- Wiedza i rozwój (szkolenia, książki, eventy branżowe)
- Opłaty za platformy i oprogramowanie (np. program mierzący czas, Newsletter czy program antywirusowy)
- Marketing (opłaty związane z reklamą i promocją Twojej firmy)

Stawka netto, którą musisz zarobić, czyli ta po odliczeniu i zapłaceniu podatku VAT (jeśli korzystasz z tego rozwiązania), musi Ci więc wystarczyć nie tylko na Twoje prywatne wydatki, które określiłeś w pierwszej części lekcji, ale też na wszystkie wydatki firmowe.

Nie mając konkretnie rozpisanych wszystkich tych kosztów, możesz łatwo wpaść w pułapkę myślenia „jakoś to będzie” oraz nadmiernej radości z powodu jednego czy dwóch zleceń o najniższej wartości, wychodząc z założenia, że lepiej mieć to, niż być na zero.

Prowadzenie własnej firmy wiąże się jednak z pewnymi wydatkami i to co zarabiamy musi najpierw pokryć te koszty, żebyś w ogóle wyszła na zero, zamiast być na minusie. Potem dopiero zarabiasz pieniądze, dzięki którym jesteś na plusie.

Pamiętaj też, że kiedy nie pracujesz na etacie, nie masz też płatnych urlopów, zwolnień lekarskich, dofinansowania na okulary. Nikt Ci też nie zapewni komputera, drukarki, telefonu. To są koszty, które musisz ponieść sama. I trzeba je sobie rozpiścić w planie rocznym. Czyli to, co zarobisz musisz przeznaczyć nie tylko na bieżące wydatki, ale na przykład na wakacje, które będą za pół roku. I nie mam tu na myśli ceny samego wyjazdu, ale fakt, że w tym czasie nie będziesz zarabiać.

Myślę, że tutaj dość mocno wraca to, o czym mówiłam na początku. Musisz zacząć myśleć, jak przedsiębiorca.

KASIA RACISZ-WSPARCIE DLA BIZNESU

KURS WIRTUALNA ASYSTENTKA

A teraz o tym, jak podnosić stawki.

Jeśli podnosisz stawki nowym klientom, czyli po prostu od następnego miesiąca wysyłasz już oferty z nową ceną, to oczywiście nie musisz się do tego jakoś specjalnie przygotowywać. No, może poza badaniem rynku i analizą czy ta podwyżka jest ok.

Jeśli natomiast mówimy o podnoszeniu cen dla aktualnych klientów, powinnaś ich o tym wcześniej uprzedzić. Warto napisać maila w którym informujesz, że podniosłaś swoje kwalifikacje/masz już większe doświadczenie/ceny na rynku są wyższe i zamierzasz np. za miesiąc lub dwa (maksymalnie trzy) podnieść cenę swoich usług. Warto dokładnie opisać co klient zyska, jaką wartość dołożysz do swojej pracy, żeby miał poczucie, że ta cena jest uzasadniona.

Ten mail jest formą przygotowania go na to, oswojenia z tą podwyżką. Może się zdarzyć, że nie będzie go już stać na Twoje usługi. Taka możliwość też niestety istnieje i musisz ją wziąć pod uwagę. Najczęściej jednak klienci podchodzą do tego ze zrozumieniem i decydują się na dalszą współpracę po nowych cenach. Tutaj oczywiście ogromne znaczenie ma jakość Twojej pracy i wartość, jaką dajesz przedsiębiorcy.