

## Våga höja priserna – eller betala priset själv

När kostnader för material, löner och transporter stiger – men dina kundpriser står still – är det någon som får betala mellanskillnaden. Och det är du.

Att inte justera priserna i takt med omvärlden betyder i praktiken att du subventionerar dina kunder. Det sker ofta tyst och utan att någon ens frågar efter det.

### Så – vågar du höja?

Det borde inte vara en fråga om mod. Det handlar om att ta ansvar för företagets lönsamhet och framtid. Prishöjningar är inte girighet – det är en förutsättning för att kunna fortsätta betala löner, investera i utveckling och stå stadigt när nästa lågkonjunktur kommer.

### Vi lever inte på omsättningen – vi lever på resultatet.

Många fastnar i jakten på tillväxt och fler affärer, men utan att tjäna mer per affär. Marginalerna krymper. Inflationen äter upp vinsten. Och till slut står du där med full fart – men tom kassa.

### Vad kan du göra i praktiken?

Här är fem sätt att förbättra lönsamheten – utan att jobba mer:

#### 1. Se över dina 80/20-kunder

Ofta står 20 % av kunderna för 80 % av vinsten. Resten? De kräver mycket och ger lite tillbaka. Här finns ofta utrymme att justera priser – eller säga nej.

#### 2. Ta betalt för det ni redan gör

Många småtjänster "bjuder ni på". Det är dags att paketera dem och ta betalt på riktigt.

#### 3. Involvera medarbetarna

Prissättning är inte bara en fråga för ledningen. När fler förstår marginaler och lönsamhet – då börjar saker hända i vardagen. Från dokumenterade ÅTA-arbeten till bättre faktureringsrutiner.

#### 4. Våga ta samtalet – åt båda hållen

Prishöjningar är en del av affären – både uppåt och nedåt. Många kunder accepterar en justering när du är tydlig med varför och vilket värde ni levererar. Samma sak gäller leverantörer: det lönar sig att förhandla, särskilt när volymerna ökat eller marknadsläget förändrats.

Att ta dialogen i tid kan göra stor skillnad – på både kostnads- och intäktssidan

#### 5. Lyft fram värdet – inte bara priset

Det är inte priset som bromsar. Det är otydlighet om vad kunden faktiskt får.

### Det handlar inte om att bli dyr – utan rätt prissatt

Faktum är att en prishöjning på bara **1 %** kan ge ett oproportionerligt stort lyft i resultatet – särskilt i företag med låga marginaler. I vissa fall kan det motsvara upp till **10 % förbättring på sista raden**, utan att du behöver sälja mer eller jobba hårdare.

Vill du ha fler argument, räkneexempel och tips?

Ladda ner vår folder: [Våga höja priserna](#)

[Annika Karlén](#)