**A. Trender & behov**

1. Vilka är de 2-3 viktigaste trenderna på marknaden för redovisningstjänster/ ekonomiadministrativa och närliggande tjänster?

**Det stora är vad som händer med digitalisering, det är en naturlig övergång som speglar samhället i stort. I och med att det går mer digitalt så går också vårat arbete från att vara administratörer till att bli rådgivare i större utsträckning.**

2. Vilka är topp 2-3 utmaningar för kunder & leverantörer på marknaden för redovisningstjänster / ekonomiadministrativa och närliggande tjänster?

**Det handlar om att vi måste jobba med att hålla uppe kunskapsnivån, mycket av det vi gjort tidigare försvinner så det är en jätteutmaning. Även för kunderna så behöver vi fundera på hur vi kan vara proaktiva i att också leda in kunderna till att bli mer digitala, för inom vår bransch är det inte alltid självklart.**

3. Hur skulle du beskriva kundföretagens 2-3 viktigaste behov avseende dessa tjänster?

**För dom är det viktigt att det administrativa bara funkar så att de kan släppa det och kan fokusera på vad de är de gör. Sen är det viktigt att vi fångar upp grejer i den löpande verksamheten och ger förslag på förändringar eller eventuella investeringar, så rollen som bollplank är ett stort behov som vi ser.**

**B. Tillväxt och tjänster**

4. Ca hur stor årlig tillväxt är det på marknaden för redovisnings-/ ekonomiadministrativa tjänster som helhet?

(i) +/- 0%

(ii) ca 1-2 %

**(iii) 3-5 %**

(iv) 6-8 %

(v) >8 %

5. Vilka faktorer driver främst tillväxten?

**Just nu händer det mycket i Norrbotten, det kommer upp många en- och tvåmansföretag så marknaden i stort växer uppe hos oss. Sen är det också så att det pågår och startas upp en del större industriprojekt i området vilket också driver på utvecklingen.**

6. Vilka specifika tjänster har högst tillväxt dvs där efterfrågan ökar mest (på marknaden för redovisningstjänster/ ekonomiadministrativa och närliggande tjänster)?

**Det är den löpande redovisningen som växter framförallt, men den är det också stor efterfråga på arbete med deklarationen och det sker framförallt på våren då vi jobbar med mycket skogsägare.**

7a. Om man förenklat delar upp hela marknaden i dels mer kvalificerade rådgivningstjänster och dels mer standardiserade / enkla redovisningstjänster - hur snabbt växer de mer *kvalificerade* rådgivningstjänster (ex. kring skatt, juridik, revision mm) årligen i % ca?

**Marknaden går mer mot rådgivning och kvalificerade tjänster, men jag har ingen uppfattning om en siffra på det.**

7b. Hur mycket växer *enklare* redovisningstjänster årligen i % ca?

**Vi har också många kunder som vi gör mindre insatser för, men jag har ingen siffra på det heller.**

8. Vilka topp 3-4 bastjänster är nödvändiga att kunna erbjuda inom redovisningstjänster / ekonomiadministrativa och närliggande tjänster?

**Att man kan erbjuda hela kedjan, det är i alla fall basen för oss. Då kan vi skräddarsy uppdrag för kunden och hjälpa till med alla delar eller utvalda delar.**

9. Vilka tjänster eller faktorer är allra viktigast för att kunna differentiera & särskilja sig mot andra byråer / leverantörer?

10a. Vilken kategori av byråer växer snabbast?

**(i) De mindre redovisningsbyråerna (ex upp till 10-12 anställda)**

(ii) Medelstora redovisningsbyråer (ex ca 15-50 anställda)

(iii) Riktigt stora redovisningsbyråer (ex. >50 anställda)

10b. Motivera kort svaret i fråga 9a?

**Uppe hos oss så är det många små bolag som bubblar upp och de vänder sig hellre till en lokal redovisningsbyrå som jag upplever det, än att de går till de allra största.**

**C. Outsourcing**

11. Bland kundföretag med upp till 100 anställda - ungefär hur stor del i genomsnitt av redovisnings-/ekonomiadministrativa tjänsterna (ex. lönehantering, fakturahantering, utläggsredovisning, årsredovisning etc.) är outsourcade dvs sköts av en extern redovisningsfirma?

(i) 0-10 %

(ii) Ca 10-20%

(iii) Ca 20-30%

(iv) Ca 30-40%

(v) Ca 40-50%

(vi) Ca 50-60%

(vii) Ca 60-70%

**(viii) Ca 70-80%**

(ix) Ca 80-90%

(x) Annan % sats, ange vilken

12. Bland kundföretag med upp till 100 anställda – ca hur mycket växer outsourcing per år avseende redovisnings-/ekonomiadministrativa tjänster (ex. lönehantering, fakturahantering, utläggsredovisning, årsredovisning etc.)?

(i) Kundföretagens outsourcing ökar i snitt 2-5% årligen

(ii) Kundföretagens outsourcing ökar i snitt 5-10% årligen

(iii) Kundföretagens outsourcing ökar i snitt>10% årligen

**(iv) Kundföretagens outsourcing ökar inte +/- 0%**

(v) Annan % sats, ange vilken

13a. För vilka specifika redovisnings-, ekonomiadministrativa- och närliggande tjänster ökar outsourcing till externa byråer mest?

13b. Motivera kort svar i 13a

**D. Digitalisering**

14. Bland kundföretag med upp till 100 anställda – i vilken genomsnittlig omfattning är hanteringen redovisningstjänster ’digitaliserad’?

*[dvs digitaliseringsgrad i % genom hela kedjan: input av redovisningsdata – hantering/processande av data – output / presentation av data för olika redovisningstjänster]*

(i) 0-10 %

(ii) Ca 10-20%

(iii) Ca 20-30%

**(iv) Ca 30-40%**

(v) Ca 40-50%

(vi) Ca 50-60%

(vii) Ca 60-70%

(viii) Ca 70-80%

(ix) Ca 80-90%

(x) Annan % sats, ange vilken

15a. I vilken takt ökar digitaliseringen dvs digital hantering av redovisningstjänster bland kundföretag med upp till 100 anställda?

(i) Mycket hög takt, ex >20% årligen

**(ii) Hög takt ex 10-20% årligen**

(iii) Ganska hög takt, ex 5-10% årligen

(iv) Låg takt, ex <5% årligen

15b. Motivera kort svar i 12a

**Det sker en del generationsskiften hos våra kunder och den yngre generationen är mer vana vid datorer som gör att den digitala utvecklingen sker i mycket snabbare takt än förut. Men under de senaste två åren bara så har det hänt jättemycket så att det är 30-40% som är digitala idag är resultat av att det gått väldigt fort från knappt någon grad av digitalisering till att det ökar hela tiden. Så inom några år kommer den siffran se helt annorlunda ut.**

16. Förenklat – ca vilken digitaliseringsgrad ligger er byrå på avseende hantering av redovisningstjänster uppskattningsvis?

(i) 0-20 %

(ii) Ca 20 - 40 %

(iii) Ca 40 - 60 %

(iv) Ca 60 – 80 %

(v) Ca 80 – 90 %

**(vii) Annan % - 95 %**

17. Vilka är de 2-3 största utmaningarna för en redovisningsbyrå i omställningen till ett effektivt digitaliserat arbetsflöde för redovisningstjänster?

**Vi övergick till ett mer digitalt arbetsflöde för ungefär två år sen och det har gått väldigt bra, så det interna arbetet flyter på utan några utmaningar som jag har kunnat identifiera och det var jag som ledde det arbetet att gå över till ett mer digitalt arbetssätt.**

18a. Hur svårt på en skala 1-10, där 7 är svårt och 9 är mycket svårt, är det att få medarbetare på byrån att effektivt ställa om till digitala arbetsflöden?

**3**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Om man vet vad man gör så är det inte svårt att ställa om, det som kan vara svårt är att ändra beteendet och att vänja sig vid nya arbetssätt och processer. Men i grund och botten så har vår omställning gått väldigt bra och smidigt.**

19. Vad krävs konkret för att klara av de största utmaningarna i omställningen till ett effektivt digitaliserat arbetsflöde för redovisningstjänster?

**Det har krävts en hel del utbildningar för själva omställningen och för oss gäller det att hålla oss uppdaterade i hur programmen förändras och utvecklas, så en gång i månaden går vi igenom nyheter i programmen med hela personalstyrkan för att hålla oss up to speed.**

*Bara några frågor till …*

**E. Effekter av skala och digitalisering**

20. Vi kan inte se att större redovisningsbyråer som vuxit & konsoliderats och som dessutom satsar på digitala arbetssätt har en högre lönsamhet än branschen som helhet – vilka faktorer förklarar att det ser ut så?

**Svårt att säga varför men det kan ha och göra med hur allting flyter på i omställningen, det kan bli ett glapp där den enkla redovisningen som inte kanske är lika lönsam eftersom tidsåtgången blir mindre och det blir svårt att leverera och ta betalt för påläggstjänster.**

21. Vad krävs för att större redovisningsbyråer som växer och satsar på digitala arbetssätt även ska lyckas få en högre lönsamhet än branschen som helhet?

**Annorlunda här uppe i Norrbotten vi har en annan mentalitet där man inte vill inte ändra på det som funkar. Men för oss så ä rådgivningen något som vi fortsätter fokusera på och något som är lönsamt för vår affär, för eftersom vi är nischade mot skogs och lantbruk som har väldigt bra marginaler och gott om pengar så bär det frukt för oss, speciellt under våren.**

**F. Leverantörer – Lojalitet & byte**

22a. Hur lätt eller svårt är det för ett kundföretag med upp till 100 anställda att byta leverantör av redovisningstjänster?

(i) Mycket svårt

(ii) Svårt

(iii) Ganska svårt

(iv) Inte så svårt

**(v) Enkelt**

22b. Motivera kort svar i fråga 22a

**Det skulle jag inte säga att det är eftersom vi använder oss av webbaserade program så egentligen är det bara en ny inloggning som krävs för att en kund ska byta men gör man ett bra jobb och kunderna är nöjda så byter kunderna inte villiga att byta och då är inte priset heller så viktigt upplever jag.**

23. Vad får kundföretag att byta leverantör av redovisningstjänster – exemplifiera 2-3 anledningar?

**Kan vara att de inte har fått kontinuerlig rapporteringsfeedback eller att vi har gjort misstag som lett till olika konsekvenser och priset kan vara en annan faktor.**

24a. Hur många år i genomsnitt stannar ett kundföretag hos en och samma leverantör av redovisningstjänster?

(i) 2-5 år

(ii) 5-10 år

(iii) 10-20 år

**(iv) >20 år**

24b. Kort motivering till fråga 24a, vilka faktorer förklarar att kundföretagen i genomsnitt använder samma leverantör under den genomsnittliga tid du anger i 24a?

**Det är att vi har långsiktiga kundrelationer, för det är även så att anställda är kvar under lång tid och har kontakt med företagen hela deras karriär**

**G. Sälj**

25. Hur vinner man effektivt nya kunder; 2-3 viktigaste framgångsfaktorerna / argumenten?

**Inte så mycket för här uppe hos oss är det svårt att få tag på personal och när man får in någon ny så är det en lång inlärningsprocess. Så i dagsläget är det inget större behov att utöka kundstocken. Men vi har gjort insatser förr där vi försökt nå ut till nya kunder, men det är inget vi aktivt jobbar med idag.**

26. Som grov tumregel, av de som arbetar direkt med kunder, ca hur stor del av totala arbetstiden läggs på aktivt sälj i %?

(i) Ca 10-20% aktivt sälj

(ii) Ca 20-40% aktivt sälj

(iii) Ca 40-60% aktivt sälj

(iv) Ca 60-80% aktivt sälj

**(v) Annan % sats på aktivt sälj – 5 %**

*Sista avslutande frågor …*

**H. Konkurrens**

27a. Är framväxten av aktörer som Aspia och Ludwig ett stort eller litet konkurrenshot?

**Litet**

27b. Motivera kort svar i 27a?

**Så länge vi hänger på och påskyndar processen att bli mer digitala så är det inget större hot, men det gäller att man hänger med i utvecklingen och inte blir för bakåtlutade som jag tror att många mindre byråer kan bli.**

28a. Är ökad digitalisering i marknaden ett stort eller litet hot?

**Litet**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**Det är snarare en möjlighet för oss, och det gäller att vi hänger med i processen.**

29. Vilka är ert företags 3 främsta styrkor, som gör er mer framgångsrika än andra byråer?

**Vi har funnits länge och är välkända i området, vi är mer eller mindre the go to option. Sen har vi lyckats behålla bra personal och våran nisch är också en del av vår styrka då det finns massor av skogsbruk och lantbruk i området.**

**I. Pris**

30a. Många tjänster som förenklas & digitaliseras prissätts som abonnemang med fasta priser per månad och användare eller anställd – är det en bra modell för digitaliserade redovisningstjänster?

(i) Ja

**(ii) Nej**

(iii) Vet ej

30b. Motivera kort svar i fråga 30a

**Det är generellt väldigt svårt att sätta fasta priser, man behöver en referensperiod för att kunna sätta fasta priser som gör att man kan tjäna pengar och det är väldigt svårt att kalkylera fram en korrekt prissättning. Men det är ju då kanske bra för kunderna och det lockar dem.**

31. Ca vad är marknadens spann avseende timpris idag för redovisningstjänster (timpris eller spann i kronor)?

**700-900 kr**

32. Ca vad är marknadens spann avseende abonnemangspris för redovisningstjänster ex. per användare och månad eller liknande?

**Sett olika, men om ett par tusen, svårt att säga. Jag är inte så insatt i prissättningen.**

**J. Övrigt**

33. Ungefär hur är omsättningsuppdelning i % mellan era 3-5 huvudsakliga tjänsteområden?

**De som drar in mest i omsättningstermer är först och främst redovisningen där vi till exempel har några stora uppdrag som vi har i vissa fall dedikerad personal som sitter med. Sen är det deklarationer en stor källa på våren.**