**A. Trender & behov**

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

**Det är förändringar hos kunder och efterfråga. Digitalisering också en stor sak inom jord och skogsbruk så finns kanske mer konkreta utmaningar med digitalisering eftersom kunderna ofta inte är så duktiga på datorer. Men annars sker ju utvecklingar på systemnivå, med program och system som pratar med varandra och att man kan spara tid med integrationer och att kunder kan använda mobiltelefonen till olika delar som förenklar helheten.**

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

**I branschen så pratas det ju mycket om huruvida vi kommer behövas i framtiden, om datorerna kan ta över våra jobb helt men det faller tillbaka på den mänskliga faktorn. Kunderna vill ha en rådgivare, en riktig människa som är insatta i helheten. Så vi måste se till att vi är bra rådgivare och lära oss att inte lägga tid på sånt som en kan dator kan göra utan fokusera på att utveckla det andra.**

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

**Det är framförallt hjälp med helheten. Kunderna vill ha någon som hjälper med det man har problem med för stunden. Det kan vara juridik, redovisning och mycket annat, så det gäller att vara mångsidig som byrå med kompetens inom många områden.**

**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?

**Jag kan inte säga en procentsiffra på det, för det är olika för olika branscher. Vi är fokuserade på jordbruk och skog så inom vår nischade marknad är inte tillväxten superhög eftersom gårdarna som finns i vårat närområde ofta går i arv och det är sällan det skapas nya jordbruk då marken är begränsad.**

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

**Bokslut och deklarationer är störst sett till volym, alla andra bitar varierar från år till år.**

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?

**Vet inte**

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

**Vet inte**

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

**Bokslut, deklaration, bokföring, konsultation**

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

**För oss handlar det om att se till att relationen med kunden är bra, sen eftersom vi har våran nisch så särskiljer vi oss från många andra aktörer. Vi är experter på östergötland och jordbruk och skog.**

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?

**Vi är relativt små och nischade inom jord och skog och det tänker jag att de mindre byråerna ofta är vilken kanske sänker tillväxttakten så de stora aktörerna får säkert fler frågor från vanliga företag säkert men för oss som har en relativt stabil kundbas som stannar hos oss länge så kan jag inte säga att vår tillväxt i kunder är särskilt stor.**

**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?

**Det går inte att säga direkt, men vi hjälper dem med det de behöver hjälp med och skräddarsyr för dem. Om de vill ha hjälp i hela kedjan eller i vissa delar, men det skiljer sig väldigt mycket hos olika kunder i vilken utsträckning de vill ha hjälp.**

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

**Vår nisch mot lantbruk och skog gör att digitaliseringen kanske inte sker i så hög takt som i andra branscher. Det är traditionella ofta gamla företag som är mer kvar i det gamla och mindre angelägna att bli mer digitala.**

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 % - ange

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

**Det är att personalen behöver lära sig nya arbetssätt och alla människor har olika lätt att lära sig nya sätt att arbeta. Vi ser till exempel att den yngre personalen är mer vana vid datorer och för dem är det enklare.**

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?

**5**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Det är framförallt skillnaderna i personlighet som gör det svårt, det är så att vissa i personalen har lite jobbigare med förändring än ändra och det gör att omställningen blir svårare internt.**

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

**Det krävs mer internutbildningar. Eftersom programvarorna ändras hela tiden så behöver man löpande jobba tillsammans för att se till att man håller sig uppdaterad och kan arbeta på ett effektivt sätt.**

*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?

**Det gäller ju att ha koll på prissättningen, så att man inte tappar vinningen med att gå digitalt. För blir det för enkelt så är det så att många av de delar som skapar lönsamhet, som man kan prissätta högre kan tappas bort och då blir det svårt att vara lönsam. Det gäller att hitta en annan produkt som kunden kan köpa för att kompensera. Kunden ser ju att saker görs enklare AI och att det inte krävs lika mycket tid för konsulterna att jobba och då vill de inte betala för det heller.**

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?

**Vet inte.**

**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

**Tekniskt så är det inte svårt, men det är den personliga kontakten gör det svårt att byta. Är det så att de är nöjda med vår ”relation” så stannar de kvar hos oss.**

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

**Om det är kunder som vi inte har så mycket eller ingen kontakt och relation med eller om personkemin inte funkar. Om det är faller så kan det hända att man till exempel byter kontaktperson inom kontoret. Sen kan priset vara en faktor att kunder byter, att de vill se om det blir billigare med en annan byrå, men det behöver det inte alltid bli.**

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?

**Vi har en intern slogan att vi är med våra kunder från vaggan till graven. Inom jordbruk och skog så är det ofta familjeföretag som går i arv i generationer så det är om verksamheten läggs ner eller säljs som våra kunder lämnar oss men annars väljer de ofta att stanna kvar hos oss eftersom vi har bra personlig relation med våra kunder.**

**G. Sälj**

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

**Vi arbetar inte aktivt med att få in nya kunder, men ser till att synas i rätt kanaler för vår bransch men vi gör inga kampanjer till exempel eller så. Vi anser att de bästa kunderna är de som kommer till oss via rekommendationer så det är viktigt för oss att vi jobbar på ett bra och nära sätt med våra kunder så att det kan sprida sig i vårat lokalområde.**

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 – ca 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?

**De är till viss del konkurrerande verksamhet, men vi är kollegor i branschen och det finns kunder till alla!**

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

**Litet**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**Att vara mer digitala är både ett hot och en möjlighet, vi fokuserar på att vara duktiga inom saker som inte datorer kan göra. Det diskuteras ju inom branschen konstant om att vissa delar av vårat jobb kommer kunna ersättas av datorer, men kvalificerad rådgivning och personlig kontakt har jag svårt att se att datorerna kommer kunna ta över, så vi fokuserar mycket på att utveckla den delen.**

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

**Att vi har nära relation till våra kunder, eftersom de ofta har varit kunder över generationer. Sen har vi bra kompetens inom branschen vi verkar mot främst samt vårat lokalområde.**

**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

**För oss så är vi ju en mellanpart för de digitala programmen, vi har inte bokföring och annat på våra servrar så om leverantörerna chockhöjer priser eller ändrar funktionaliteten på olika sätt så är vi lite utsatta.**

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

**Olika löpande bokföring tex 300-1000 kr vet inte vad den timpengar innehåller så det är olika.**

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

**För kunden är det ca 100 kr per månad för programvarorna.**

**J. Övrigt**

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

**Bokslut, deklaration och bokföring sen även konsultation med många olika typer av konsultation så svårt att uppskatta hur omsättningen är fördelad men bokslut och deklaration har vi absolut störst volym på, de andra bitarna varierar.**