**A. Trender & behov**

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

**Går mot att vi använder digitala verktyg på ett annat sätt, har ökat med corona. Den rena digitaliseringen har vi påbörjat innan, men den får en anna effekt framförallt på hur vi jobbar med videomöten. Även med att hemarbetet kommer öka, jag säljer tid och det kan jag följa upp – bara konsulterna fakturerar för den tid som de jobbar.**

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

**När kunderna är redo för att köra digitalt då kan man ställa om, flesta som driver bolag idag är män och gillar fysiska pärmar och kvitton. De som gör programvaror och sånt borde lyssna på den äldre målgruppen också för att fånga in och anpassa programmen.**

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

**Vi löser hela affärspusslet och livspusslet. Det finns jättemånga byråper som är små men jag vill vara någonstans mittemellan och göra mer än att sortera kvitton. Vi vill vara den kloka byrån som hjälper till. Vi kopplar in experter om det är så att det är specialområden som kunderna behöver hjälp med. Vi är en One-stop-shop och det behovet finns, mer hjälp än bara själva flödet.**

**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?

**Bara under pandemin så startades 1200 nya byråer det är många som hoppar av större byråer och startar egna byråer. Sen handlar det ju också om kunderna, de börjar bli mer vana att köpa tjänster som också ökar på tillväxten.**

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

**Helhetsgreppet är det som jag skulle säga är det som ökar mest, många kan göra de löpande grejerna men det är färre byråer som är breda och samtidigt kompetenta.**

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?

**Mer och mer företagande, så båda delarna växer, möjligtvis aningen mer på rådgivningssidan då befintliga kunder efterfrågar mer affärsmässigt stöd.**

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

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

**Löpande redovnignin, bokslut och skatt.**

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?

**Fler företag som växer upp här och där, på ett sätt som det inte gjort om man går tillbaka 20 år i tiden, och det gör att det är fler företag som byråerna behöver ta hand om och då bubblar det upp många mindre byråer som fångar upp dessa kunder.**

**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 är inte några speciella.**

13b. Motivera kort svar i 13a

**Det vi märker är ju det att kunderna uppskattar att vi tar på oss lite extra.**

**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 finns en tröghet hos företagarna, men pandemin har ökat på det.**

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 senaste tre åren som vi har varit digitaliserade, medarbetarna tycker om det men det som jag upplevt allt störst problem med är faktiskt med IT leverantörerna. Precis som redovisningsbranschen så är den ju väldigt fragmenterad, kabeldragarna skyller på varandra liksom. Det är inte egentligen programmen som det är fel på utan IT leverantörerna.**

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?

**2**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Det har varit väldigt lätt att få med alla på båten för de har insett att det underlättar deras arbete, men förändringen har fått gå lite i medarbetarnas tempo.**

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

**Det som har krävts är att vi har behöct ha internutbildningar, men rent generellt så har förändringsbenägenheten har varit stor och då är det inte så mycket mer än att säga vad och hur så hänger medarbetarna på.**

*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?

**Som jag ser det så är det för att kunderna är inte där ännu, det blir för dyrt. Dessutom blir själva upplevelesen opersonlig uppepå att det kostar för mycket. Dessutom blir det svårare att leverera mer kvalificerade tjänster när man blir för bortkopplad från sina kunder. Det är svårt att bibehålla bra kundkontakter när det blir för många anställda på en byrå, som jag ser det är mellanläget 40-50 medarbetare optimalt då kan man ha volym men det är ändå personligt.**

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?

**De behöver ju framförallt skära kostnaderna för i dagsläget är det ju redan dyrt så höja något pris går ju inte. Sen finns det finns en viss konservatism i branschen så det är möjligt att allt eftersom kunderna blir mogna för det så är det möjligt att det kommer gå bra för dessa aktörer.**

**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 är lätt att byta, därför vill vi ju bygga en djupare relation som omfattar både det privata och bolaget, och agera bollplank. Det är i slutändan det som gör det jobbigt att byta.**

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

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?

**Personliga kontakten defintivt och kompetens såklart, vi är tillförlitliga.**

**G. Sälj**

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

**Det handlar för mig om att tro på mitt koncept, att vi är en hub och att vi erbjuder ett bredare tjänsteutbud i kombination med den peronliga aspekten.**

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 – ange %

*Sista avslutande frågor …*

**H. Konkurrens**

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

**lite**

27b. Motivera kort svar i 27a?

**Dom är duktiga absolut men dom växer ju framförallt via förvärv och ”köper” kunder. Men för oss som har en stark lokal förankring så är de inte ett påtagligt konkurrenshot.**

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

**stort**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**Man får se det som en möjlighet men det är ett hot, så därför är det är viktigt att hänga med. Våra jobb försvinner på sikt därför vill man gå mot mer affärsrådgivning.**

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

**Vi vill inte vara en redovisningsbyrå utan en affärsbyrå – dvs vi har mer utvecklade tjänster och kontaktnät som gangnar våra kunder.**

**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

**Idag är alla mer vana vid abonnemang, man har flera olika abonnemang i hemmet och är van vid modellen med att man får specificerat vad som ingår osv. Så det betyder ju att kunderna är mer mogna för en sådan modell idag än för 5-10 år sen.**

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

**400-900 kr/h**

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

**Svårt att säga**

**J. Övrigt**

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

**Löpande redovisning 60% och bokslut 30%**