**A. Trender & behov**

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

**Alla pratar om digitalisering och det har man gjort i 10-15 år tid och det har sagts att det är nu det stora överslaget sker. Det är framförallt de som tar fram programmen som jag upplever har hype’at den här utvecklingen som jag ser det. Digitaliseringen är inte något nytt, det är bara ett nytt sätt för kunderna att leverare in papprerna, det är samma förfarande.**

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

**Våra största utmaningar är framförallt att se till att kunderna lämnar in fullständig redovining. Vi försöker uppmana våra kunder att lämna in underlag regelbundet men det är en ständig utmaning att se till att allt finns. Sen finns det utmaningar med hur man ska bemöta det digitala, vilken väg man ska man gå. Ifall vi ska ställa om till ett nytt system så har vi många kunder att flytta över, 1500 kunder, och det är inget man gör enkelt eller snabbt.**

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

**Vår rådgivning ligger väldigt nära kundens privatekonomi eftersom vi har väldigt många enmansbolag som kunder. Senaste 1,5 åren har behoven förandrats och vi har behövt rådge mycket kopplat till corona.**

**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?

**Från det att byrån startade 2009 så har vi fått mer och mer kunder och det går uppför hela tiden. Det finns hur mycket som helst att göra.**

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

**Vi jobbar från ax till limpa vi sköter hela kedjan, så några specifika tjänster ökar inte mer.**

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?

**Givet att vi jobbar inom kultursektorn så handlar mycket av den rådgivande delen att titta på kontrakt och avtal för att rådge om ersättningsnivåer och annat. Men både enkla och mer kvalificerade tjänster går hand i hand och växer undeför lika mycket.**

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 redovisning är definitivt nödvändigt.**

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

**Jag tycker att det ska vara hjärta bakom jobbet man gör, många kunder är rädda för det här med redovisning och känner en stress kring redovisning för att det är viktigt, men jag tycker det är superviktigt att avdramatisera redovisningen mot klienter. Många tycker det är jobbigt att hantera och det handlar om att lägga det på en nivå så att klienterna förstår och det blir mer adramatiserat.**

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 lite inne i ett generationsskifte som jag ser det och de äldre rävarna i branschen lägger ner för de inte orkar ställa om till ett digitalt arbetssätt och de säljer sin kundstock som ofta de större aktörerna köper upp. Men jag är fullständigt övertygad om att de mindre byråerna kommer vinna i längden.**

**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

**Vi sköter allt, så det är inget speciellt som ökar, det ser ut som det gjort under lång tid hos oss.**

**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

**För mindre bolag så blir det inte värt att köpa faktureringsprogram till exempel, om det är så att man skickar 10-20 fakturor per år som en del av våra kunder gör så blir det inte värt att lägga pengar på dyra system och det upplever jag som ett problem, att det ska kosta så ofantligt mycket att vara miljövänlig, eller digitaliserad.**

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?

**På olika nivåer är vi olika digitaliserade på, till exempel med årsredovnisningar är vi 80% digitaliserade men när man kommer till inlämning av papper så kan det varier. Många av våra kunder vill absolut inte ställa om, vi är beredda att köra 100% digitalt men det är kunden som måste göra förändringen. Den som vill bli digital får bli digital, men kunden måste ta tag i det på sitt håll också.**

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?

**4**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Det är det gamla ordspråket, det är svårt att putta någon över kanten men sen är det inte svårt längre. Alla på byrån är överens om att det är mycket enklare och bättre att jobba digitalt.**

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

**Det är att kunden vill bli digital, vi påminner om att de kan köra digitalt hela tiden men det finns ett motstånd. Vi satte upp en separat support där kunder kan vända sig för att få hjälp att bli digitala som har fungerat super, vi har då gjort ett mer systematiskt sätt att arbeta med att hjälpa kunden att gå digital. Jag skulle säga att vi har gått en helt egen väg med digitaliseringen, vi har byggt ett system där det inte kostar kunden ngåot extra att vara digital, något som det gör om man använder externa programleverantörer. Det ska finnas ett mervärde för kunden att jobba med oss och vi vill samtidigt som kunden blir mer digital inte tappa vår goda kontakt och relation.**

*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?

**Ekvationen i mitt huvud är att de borde vara mer lönsamma för att kunna ta in fler kunder och bygga volym. Men det verkar som kostnadssidan också ökar i en hög takt vilket är märkligt för man borde kunna minska personalstyrkan genom att det är mer effektivt arbetssätt. Men det är ju så att licencer kostar otroligt mycket och återigen så är det ju programleverantörerna som vinner på det i längden, lönsamhetsmässigt. Sen gällande prissättning så tror jag kanske inte någon riktigt räknat på det, så att de faktiskt säkerställer att göra lönsamma affärer.**

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?

**Jag tänker på ett exempel från bankvärlden som jobbar mot företag, där många aktörer blivit fullt digitala och stänger ner kontor till höger och vänster och som i slutändan påverkar lönsamheten negativt. Handelsbanken är ju en av få banker som lyckats hålla uppe lönsamheten och det är ju för att de behållt den personliga relationen. Hur digitaliserad man än blir så får man inte tappa personliga relationen. Det blir omöjligt att ha koll och kontakt med sina kunder när man blir för stor och för digital. Jag till exempel har koll på alla våra kunder och har en personlig relation med de alla och håller mig uppdaterad om vad som händer för att kunna vara insatt när man möter kunden, även fast inte jag är deras kontaktperson. Det är det som gör den stora skillnaden skulle jag säga. Våra kunder känner att vi bryr oss på riktigt.**

**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

**Sällan man stöter på där båda sidor inte hjälper till att byta.**

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

**Det kan vara att kunden tycker att vi har blivit stora och tappar den personliga aspekten, eller att personkemin inte funkar. Sen kan vi göra fel och det blir en anledning varför kunder lämnar, eller att de lägger ner helt enkelt.**

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?

**Personkemi och att de gillar det vi står för. Vi försöker vara smidiga och flexibla och tar ner det på kundernas nivå när vi pratar om redovisning för att det inte ska kännas jobbigt för dem.**

**G. Sälj**

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

**Man är aldrig bättre än sin senaste leverans. Mun till mun är det som är viktigast för oss.**

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 – 0 %**

*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?

**Vilka är det?**

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

**litet**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**Jobba med utvecklignen och inte emot.**

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

**Våra kunder känner att vi bryr oss på riktigt och att vi är smidiga och flexibla.**

**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

**Svårt att kalkylera om priser, man vet inte hur mycket en ny kund kommer att kosta.**

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

**550-600 kr/ i timmen löpande redovisning.**

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

**Vet ej**

**J. Övrigt**

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

**Vi sköter absolut oftast allt, så omsättningen är fördelad jämt.**