**A. Trender & behov**

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

**Det som påverkar mest just nu är AI. Den påverkar branschen så pass mycket att det kommer påverka hur vi jobbar. Alltså, hur vi som redovisningskonsulter kommer at tbehöva vara. Nu behöver vi varan en utåtriktad säljande konsult som erbjuder rådgivning. Digitaliseringen är en femma men sedan kommer AI att kopplas på och då blir saker digitaliserade i en ännu snabbare takt. Då tror jag att det är viktigt att redovisningsbranschens ställer om. Den andra är en trend som jag ser har med AI att göra. Det är att systemutvecklare nu säljer redovisning, vilket gör att de pressar ner priserna oerhört. På nätet läsesr du att du kan köpa redovisning för 99 kronor i månaden. Då är det svårt för redovisningskonsulter att försvara sina timpriser. Det är en viktig trend som man måste ha koll på och hur man bör sälja kring den. En tredje trend är att det går från realtid till rapportering. Nu går det så fort att ett företag har inte tid att vänta på sina siffror. Trenden nu är du vill veta hur bolaget mår på dagen. Det ställer krav både på konsulten och programmen som vi använder oss av. Att allt hänger ihop på ett integrerat sätt.**

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

**För kunder är den stora utmaningen att man inte vet vad man köper. Är man inte tillräckligt insatt i redovisning själv så är risken att man köper fel saker. Är man då ett mindre företag som inte omsätter tillräckligt mycket så kan man köpa grisen i säcken. Skattelagstiftningen blir inte enklare bara för att man använder sig av en digital tjänst. Det kommer bli vanligare med AI och blockchain där skatteverket kommer att ha medel för att bara gå in i företag och hämta den skatt som bolaget ska betala. Är du då företagare och inte så kunnsig så kan det vara svårt att hålla koll på vad det är du köper. Vad det gäller oss leverantörer så slåss vi med äpplen och päron. Det kommer att vara AI och blockchain som vinner, inte roboten. För oss är det en utmaning hur branschen ska kunna ställa om för att sälja kompetens i form av rådgivning. Det personliga mötet och förståelsen för företaget kan du inte lära en robot på samma sätt. Den kommer förmodligen inte att kunna förstå när en kund säger ”min vision för företaget är”. Den kompetensen måste man därför ha som konsult. Det är även en bulk med människor som jobbar i branschen som inte ser sig själva som ”konsultpersoner”. De ser sig snarare som ekonomer som sitter och kollar på siffror, som i och med digitaliseringen inte vet vart de ska ta vägen. Kompetensbrist är den stora utmaningen där många tänker om. Man ifrågasätts även mer om man är redovisningskonsult. Hur kan du ta 800 kr i timmen för att göra det här.**

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

**Dels är det skatt, skattelagstiftningen är komplex. Mer och mer automatiserat. Hur ska du veta att det är rätt, inte betalar för mycket etc. Det kommer att vara supersvårt. Skatt är en del som företagen måste ha koll på. Schyssta programvaror, när allting sen är blockchain, AI, då kan du inte sitta med det gamla dosprogrammet, då det kommer inte prata med ngt annat program. Det kan bli dyrt om man inte har pale på de bitarna. Det kommer komma krav från myndigheter på att du ska ha det på ett visst sätt. Då är systemfrågan är en viktig fråga. Sedan är det kompetensen. Bokföringslagen är under granskning då det är en gammal lag. Formuleringarna i den gamla lagen är så komplexa att det är svårt att förstå vad som menas. Den kommer moderniseras och då kommer det behövas kompetens för att kunna förstå även den. Kunderna behöver förså vad det är som händer. Det rullar så fort i samhället och har du inte koll på din redovisning så kan du vara borta imorgon. Viktigt med scenarioplanering.**

**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?

**Mycket konsolidering, de stora köper upp de små. De små kan inte hänga med och har inte råd med de senaste digitala systemen. När man är ute ur leken har man inget värde kvar. Viktigt att man är modern och kan leverera allt lokalt. Konsolideringen, vad kommer tillväxten att vara. Kommer IT att värderas högre eller kommer kompetensen att vara mer värd, det vill säga att statusen till redovisningsyrket kommer tillbaka.**

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

**Det som ökar är rådgivning absolut. Det är det som folk har behov av. Kan någon bara förklara det här för mig. Affärsrådgivning och rådgivning. Man köper och säljer bolag mycket snabbare nu än förr. Mycket transaktioner, krävs en del due diligence. Det kommer att växa till sig på redovsningssidan. Rådgivning kommer att vara det som gäller sen.**

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?

**15 %.**

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

**Kan inte säga någon specifik siffra. Sjunker fort, i och med att mycket digitaliseras och rådgivningen (kvalificerade redovisningstjänster) ökar.**

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

**Moms och skatt. Det är den som många tycker är klurig. Löpande rådgivning, årsredovisning och bokslut. Även deklaration, fakturering och lönehatering.**

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

**Det är rådgivning och analys som ska särskilja mot andra. Alla kommer att kunna sälja digital bokföring för löpande bokföring. Analys och rådgivning, alla kommer att tycka att man kan leverara det men frågan är om man gör det bra eller inte.**

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?

**Det är fintechbolagen, alltså systemleverantörerna som jobbar inom redovisning. Jag personlligen tycker att det ofta är upp som en sol och ner som en pannkaka. De är ofta duktiga på marknadsföringen men faller sedan ganska snabbt på grund av lönsamheten. De stora bolagen växer inte så snabbt egentligen. De små bolagen har inte råd med programvaran. Jag skulle säga att det är mittemellan skiktet som hänger med.**

**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?

**Lönehanteirng, bokslut.**

13b. Motivera kort svar i 13a

**Det är robotarna som levereras av fintechbolagen som kan sköta den enklare bokföringen.**

**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

**Vi är på tröskeln att gasa på. Det har varit ganska låg takt. Det har börjat öka på lite. Om två år kommer det vara hög takt.**

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 få företagen att känna att de fortfarande har kontroll. Det kan vara lite läskigt med förändring. Det är kontrollen som är den absolut största utmaningen.**

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 finns ett visst motstånd i branschen i och med att det finns ett visst hot mot digitalisering. Vi har försökt jobba på ett förebyggande sätt. Det tar en liten stund men nu är allting 100 % accepterat. Branschen i sin helhet har dock en liten bit kvar.**

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

**Det krävs ett bra och användarvänligt system/program.**

*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?

**Just nu är programmen mycket dyrare. Du behöver ingenjörerna och robotprogrammera och de är dyra. Just nu behövs dom för att kuna få systemen på plats. Personalen är fortfarande billigare. Av den anledningen försöker vi ställa om till fastpris. Vad det gäller konsolidering så är lönsamheten inte bättre. Du har ett företag A som köper företag B. Du har två av allt och då ska det konsolideras. Det blir ingen effektivisering i det. Om du köper in en robot, visst det effektiviserar men påverkar också lönsamheten negativt ett tag.**

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?

**Man kan inte ta timpris idag. Man måste vara bäst på marknaden. Du kan inte personal kvar som sitter och jobbar med löpande bokföring. Du måste ha paketpris och hög kompetens.**

**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 bara att man tar sitt kundnummer och så flyttar man över. Allting kommer att vara så pass enkelt att exportera så att det ska vara tjoff tjoff. Kunderna är inte alls lika lojala. Innan så var det arkiv, databas etc. Det fanns inte dom möjligheterna att bara skicka iväg en fil. Då hadedu en personlig kontakt. Det fanns ett personligt engagemang.**

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

**Priset. Tillgängligheten. Om man inte får tillräckligt snabba svar så sticker man. Som företag har du mycket mer bråttom. Du har inte tålamod att vänta.**

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 kan ha kunder osm är över 20 år gamla. Det är för att vi är lite mindre. Det är alltid en viss implementationstid och är man nöjd så stannar man.**

**G. Sälj**

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

**Mycket är relationen. Vad man får för relation till den som försöker sälja. Vi hanterar en företagares verk och så ska det finnas någon som talar om för mycket skatt du ska betala. Årsredovsningen är ett marknadsmaterial. Priset är viktigt men relationen borde vara minst lika viktig.**

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 0%

*Sista avslutande frågor …*

**H. Konkurrens**

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

**Har ej svar på denna fråga.**

27b. Motivera kort svar i 27a?

**Kan ej svara på denna fråga.**

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

**Det är ett stort hot.**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**Jag som ser det från en företagsledarsida. Det kommer skapas nya yrken inom den här kategorin. Det krävs en stor förändring i personlighet. Det kan vara ett stort hot för mindre företag som inte hänger med i den digitaliserade världen. Samtidigt, hur ska unga människor som börjar jobba i digitala system kunna få en tunga kompetensen som behövs.**

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

**1. Vi har revision i huset, det är en styrka för det är en kompetensstämpel. Det är en säljkanal, för en revisor ser när bokföringen inte funkar. Kombibyrå. 2. Vi har utbildning hos oss. Vår huvudägare utbildar andra byråer. Det ger oss en bra stämpel. Nördigt intresserade av branschen. VI hinner inte somna. 3. Storleken är en styrka. Det är lätt att hänga med i en förändring. DÅ kan man mycket lättare hänga med. Har man lite storlek så har man också råd att hänga med.**

**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

**Jag tycker att det är en bra prismodeel. Du måste sälja ett värde. Vad är det värt för dig att få årsredivsningen klar. Den är nödvändig. Vi kan inte vara kvar på timpriser. Fastpriser är rätt.**

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

**Mindre bolag tar kanske 500/h. Stora bolagen, kämpar med lönsamheten tar över 1000-1200/h.**

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

**Tror att det ligger allt ifrån 99kr/månaden. Du kan köpa ett bokslut 4-8000 kr. Det är en årlig kostnad. Månadsvis – varierar oerhört mycket. Kommer inte ihåg vad jag kom fram till. Brett spann i månadskostnad.**

**J. Övrigt**

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

**Redovisning 25 %. Löpande rådgivning 10 %. Resten tar revision.**