**A. Trender & behov**

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

**1. Digitalisering. 2. Går från det gamla, fakturerar för tiden, timdebitering, till att gå över till fasta priser. Tycker det är viktigt för utvecklingen av branschen.**

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

**1. Att få till så att det finns verktyg och program för att kunna digitalisera fullt ut. Är inte riktigt där helt nu. 2. Det svåraste är nästan att få med sig kunder. Finns en hel del kunder som vill det, finns fortfarande en stor massa som vill göra som man alltid gjort. Finns alltid bromsklossar. 3. De jobbar själva mycket med utveckling, digitalisering, och hur man kan göra bättre.**

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

**1. Det förenklar mycket för kunden, får mer tid till det man faktiskt gör. Många kunder tycker att de tappar kontrollen, men det handlar mer om deras kunskap, att de inte är så digitala. I förlängningen tror hon att de får mer kontroll om de vill vara med på utvecklingen.**

**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 %

**Har ingen uppfattning för hela, men för deras egen del**

**För ett antal år sedan talade man om att branschen skulle försvinna, men utvecklas mycket. Har möjlighet att hjälpa företagen med att växa och se hur de kan förbättras, man får hitta nya tjänster att sälja in. De hette Askims redovisningsbyrå fram till för något år sedan, bytt namn för att signalera bytet till bredare tjänsteutbud.**

5. Vilka faktorer driver främst tillväxten?

**1. Digitaliseringen. Gör så att man kan jobba mycket bredare, de har exv kunder i Barcelona, Norrland. Man har mycket större chans att växa.**

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

**Kvalificerad rådgivning. Men hela branschen, känns som att folk tar mer hjälp. Folk köper sig tid och hjälp på ett helt annat sätt, man vill ha mer rådgivning.**

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?

**Ingen uppfattning, vet inte hur det är. Får man in en kund gör man allt, oftast. De tar in lite större kunder, man blir deras ekonomiavdelning. Förut var det mer att man satt och gjorde löpande bokföring. Kunderna kräver mer idag, när man skickar rapporter ska man ha skrivit om varje rapport, rådgivning, vad man anser osv.**

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

**Kan inte svara**

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

**1. Man måste kunna erbjuda bredden, hela tjänsteutbudet. När de får in en kund måste de kunna erbjuda allt från den dagliga bokföringen till bokslut, årsredovisningar.**

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

**Den personliga kontakten. Det är det som är deras grej. Hur digitala de än blir, även om de aldrig skulle behöva ha kontakt med kunden. För att kunna behålla kunderna måste man få en personlig kontakt, annars är det bara pris som spelar roll. Personligt möte årligen, gärna oftare.**

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 så olika. Företag ska ha den storlek på byrå som passar dem. Det är så man ligger prismässigt också. De allra minsta ska inte ha BDO eller någon stor. De i mitten kan ta från båda sidor, bättre prisbild än de stora. Kan ta stora som små.**

**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

**vet inte. Kan inte svara det. En stor del runt deras område som väljer att outsourca det mesta.**

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

**N/a**

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

**Lönerna.**

13b. Motivera kort svar i 13a

**Anställer man en ekonom måste man även anställa en HR. Enklare att outsourca och motsvarar oftast inte en heltidstjänst.**

**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**

**100%. Man hanterar inte så stora företag odigitalt.**

**(Påpekar dock senare att det framförallt är väldigt små bolag som är odigitaliserade).**

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

**n/a**

15b. Motivera kort svar i 12a

**n/a**

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 De jobbar helt digitalt, men har inte fått med alla kunder fullt ut. så 70%.**

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

**1. Att hitta rätt system för det. Har fortfarande inte hittat ett bra system för bokslut, årsredovisningar osv. Behöver ha flera system idag. Man får ha flera och det vill hon inte. 2. att få med kunderna.**

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?

**Fick inte fram en siffra.**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Har några få som har lite svårare för det, men annars har det gått jättebra. Några äldre som är omskolade och inte riktigt har koll på branschen sedan innan.**

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

**Finns många byråer idag som inte tar in kunder som inte är helt digitala, Axxima tar i och försöker hjälpa till i digitaliseringen. Kräver arbete helt enkelt.**

*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?

**Har inte tänkt. Vet egentligen inte. Ofta har de lägre löner än deras anställda. Har väl med omkostnader överlag att göra. Ibland känns det som att de har för mycket anställda. Tror att de ligger på ungefär samma beläggningsgrad.**

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?

**n/a**

**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

**Därför det är så viktigt att man erbjuder mer, personliga kontakten osv.**

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

**1. Missnöjda, mycket är i att kommunikationen inte funkat.De har inte haft någon att prata med, ingen kontaktperson, vet inte vem de ska vända sig till. Kommunikationen funkar inte när de bara ska maila till en info, de har ingen kontakt.**

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?

**Trivs kunderna kan de nog stanna hur länge som helst. Men kan hända saker som ändrar det. Så länge som man funkar har man oftast kvar dem.**

**G. Sälj**

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

**1. Att de har en kontaktperson. Det är det som är det viktigaste för dem. 2. Att man kan anpassa sin tjänster utefter vad kundens behov är. Inte bara ha fasta paket. Kan ha fasta priser ändå, men tittar på kunden och vilka behov den har. Viktigt att man ser till personen.**

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 % ca 1 dag i veckan, Helene (grundare) gör mer därtill. Har en mötesbokare nu som gör det en dag i veckan. Nytt initiativ.**

*Sista avslutande frågor …*

**H. Konkurrens**

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

**Inget hot.**

27b. Motivera kort svar i 27a?

**Tror inte att de har samma kunder. Inte intresserade av samma kundstock, borde inte vara det.**

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

**Möjlighet.**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**Man får ändra hur man säljer in tjänsterna, vilka moment man gör och vad man får för det. Leder till bättre kontroll och att man i större utsträckning kan hjälpa kunden med annat.**

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

**1. Den personliga kontakten med kunden. De känner sina kunder och har en bra dialog med kunderna, kund kan komma på fika om de har någon fråga. 2. Långt fram i digitaliseringen. Alla nya kunder försöker de alltid göra helt digitala, säljer in sina tjänster på det sättet. Om kunden inte är intresserad anpassar man sig. 3. Utveckling överlag av tjänsterna de säljer, alltid bra och utbildad personal.**

**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

**Smidigt. Slipper “varför har du tagit en kvart längre denna månaden?”. Många av deras saker tar kortare och kortare tid pga mer effektivt, har man fasta priser räknar de på moment de utför och vad man gör, detta kan fås med i det fasta priset. Spelar ingen roll om det tar en kvart eller tre timmar. Om man fortsätter med bara löpande priser fullt ut på allt man gör kommer man behöva så många kunder till slut att man inte kan rodda det.**

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

**SRF, kollar varje år. Nu i storstad, ligger lite högre. Timpris, de jobbar ej med det, men 710kr. Allt kan inte ingå i ett fast pris.**

31b. Vad är ca årlig prisökning i % avseende timpris för redovisningstjänster?

**De har alltid 3%, står i deras avtal som de har via SRF. Varje kvartal följer de upp med sina kunder och prisjusterar.**

31c. Vad gäller timpris för redovisningstjänster – är stora bolag som Aspia, Luwig, Accountor dyrare än medelstora & mindre byråer med 5-30 anställda?

**(i) Ca 50% dyrare**

(ii) ca 30-40% dyrare

(iii) Ca 20-30% dyrare

(iv) Ca 10-20% dyrare

(v) Ca 5-10% dyrare

(vi) Ca 2-5% dyrare

(vii) Lika dyra

(viii) Vet ej

**Ligger säkert en 150-200kr mer på löpande redovisning. Nästa dubbla priset på bokslut. Småbolag klarar inte deras bokslitspriser, tar hela deras vinst.**

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

**Har ingen uppfattning. De tittar på moment och antal verifikat som ska hanteras.**

**J. Övrigt**

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

**Redovisning 50%, det andra delat på 30% bokslut, 20% affärsutvecklingen.**