**A. Trender & behov**

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

**1. Digitalisering av detta. Blivit än mer så i och med pandemin.**

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

**1. Utmaningen är väl kunderna. Att få med dem på digitaliseringen. Alla är olika i den fasen med sådana verktyg.**

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

**1. Användarvänlighet. Ofta funkar det via telefon osv, personerna själva som behöver vara md på banan och våga.**

**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 %**

**Tillväxt hela tiden. Dagligen nästan. De har svårt att ta in nya kunder, säkert en 15-20% om de svarat ja på allt.**

5. Vilka faktorer driver främst tillväxten?

**Att folk är benägna att starta eget. Stor tillväxt av nya kunder, väldigt mycket nystartat.**

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

**Leverantörsfakturor, den biten växer mest. Har blivit mycket mer av den varan, just i och med att digitalisering underlättar.**

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?

**Tycker inte riktigt att de kan ej uttala sig om de kvalificerade. Redovisning större delen. Skatten - mycket frågor. Åtminstone lika stor tillväxt som marknaden i övrigt.**

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

**15-20%**

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

**Fakturering. Redovisning - fakturor, vanliga verifiatkoner. (Fick inte fram bättre svar än detta)**

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

**Kundkontakten. Närheten till kunden. Telefonmässigt såväl som fysiskt.**

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?

**Tror att den personliga kontakten är bättre. Lägre personalomsättning**

**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 De sköter i princip allt. De tar hand om 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**

**Har redan hand om i princip allt.**

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

**Svårt att svara på i och med har redan allt.**

13b. Motivera kort svar i 13a

**(Detta man arbetar mest med). Mest bokföring, deklaration och bokslut mindre bitar. Själva redovisningen, den dagliga löpande.**

**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 50%**

**De har nog 50%. Så gott som**

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

**Är en process att få med kunderna. Har lite med kunderna att göra, åldersmässigt.**

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?

**Största delen är kunderna. Gäller även att ha med sig personalen, nytt sätt att arbeta. Utmaningen är att lära sig det nya.**

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 - pga kanske 4/10 som är svåra.**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Svårt att motivera, nytt för många. Tar sin tid.**

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

**Kan vara mer av ett krav uppifrån att man ska göra såhär nu.**

*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?

**Den kundnära och mer personliga relationen de mindre redovisningsbyråerna har.**

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?

**En annan relation till kunden. Det är deras erfarenhet, kunder kommer från större byråer till dem. De stora tappar både personal och kunder.**

**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

**I dagsläget är det lätt att koppla över till ny byrå, Sitter i ett molnbaserat program. Samma saker finns kvar oavsett vilken byrå bakom.**

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

**Stor personalomsättning, får inte kontakt med redovisaren. Opersonligt.**

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**

**De har nog kvar 80% av kunderna från start, bolaget är startat 1983.**

24b. Kort motivering till fråga 24a, vilka faktorer förklarar att kundföretagen i genomsnitt använder samma leverantör under den genomsnittliga tid du anger i 24a?

**Missade att ställa denna. Skulle tro att hennes svar är “kundrelationen”.**

**G. Sälj**

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

**För deras del är det att man har bra kontakt med de kunder man har i dagsläget, sprids den vägen.**

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 %**

**De har aldrig annonserat, kunder kommer in.**

*Sista avslutande frågor …*

**H. Konkurrens**

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

**De ser sällan dessa som konkurrens.**

27b. Motivera kort svar i 27a?

**Samarbetar med många. Kan inte vi det här så är de bättre på detta osv. De sitter inte i en storstad heller, kan vara på grund av det.**

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

**Bara en fördel.**

28b. Motivera kort svar i 28a?

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

**Personalen. Hur de är. Gäller framförallt personlighet, men även kunnighet.**

**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

**De har inte köpt det konceptet, kör löpande. (Kan ha gällt hur de fakturerar kunderna)**

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

**Ligger lite olika på vad för uppgifter, 700-1000 kr/h beroende på redovisning eller bokslut/skatt.**

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

**Hade inget svar här.**

**J. Övrigt**

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

**60 redovisning, konsultationer 40% (skatt och bokslut)**