**A. Trender & behov**

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

**1. Digitalisering. 2. Automatisering.**

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

**1. Att hänga med tekniskt och anamma ny teknik. Tuffaste utmaningen för båda.**

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

**1. Deras viktigaste behov är att lära sig hantera de här nya sätten. Med appar, betalningar, fakturering, attester i appar.**

**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 %

**De växer med 15-20% per år, gjort de senaste fem åren. Tror inte det gäller generellt i branschen. Men de tar kunder från andra.**

5. Vilka faktorer driver främst tillväxten?

**Startas mycket nya företag, men har svårt att bedöma tillväxten för marknaden som helhet.**

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

**Rådgivning och mer avancerade bokföringsgrejer. Det löpande är påväg att försvinna. De kunskapskrävande tjänsterna ökar.**

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?

**kan inte riktigt svara.**

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

**I arbetstimmar, färre och färre timmar åt löpande bokföring. Mer och mer automatiserat. Exv. leverantörsfakturor går in automatiskt, pdfer eller e-fakturor. Blir scannade och tolkade.**

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

**1. Att kunna tillhandahålla tekniska lösningar som funkar för kunden. E-post-portaler för hänvisa till pdf, erbjuda e-fakturalösningar, erbjuda kunden. Dvs det vanliga sedan innan men nu digitaliserat.**

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

**Att ligga i framkant med att använda de nya tekniska lösningarna. Kommer nya lösningar hela tiden, integrationer, som andra företag etc. Försystem, tidredovisning, massa andra typer av försystem som går att integrera. Har spaning hela tiden och rekommenderar kunder nya och mer effektiva lösningar.**

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 inte de största. Har folk på kö, bra rykte osv. Medelstora som har bäst förutsättningar att växa snabbast. Har musklerna att ställa om och ta in ny teknik. De minsta har kanske inte de musklerna, är lite inkörda på ren bokföring. De större har kanske musklerna men tror han hamnar snett i prissättning pga overhead. Prispress i branschen. Svårt att ligga och ta mycket betalt. Midama är 22 idag. Skulle kunna anställa 2-3 till om man bara hittade folk med rätt kompetens.**

**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 i stort sett allting.**

**De största kunderna de har är nog en 50-70 anställda. Någonstans där går en gräns där man tjänar på att anställa en egen inom ekonomi. Deras timpenning ligger på dubbla kostnaden mot anställd.**

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**

**Växter inte riktigt. Gör redan det mesta hos bolag i 50-70 anställda. Minskade outsourcingen över den gränsen.**

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

**Se ovan.**

13b. Motivera kort svar i 13a

**Kunderna är olika. En del vill fakturera själv, pga måste ändå sammanställa fakturaunderlag. Då går det lika fort att göra det själv, men sitter ofta ihop med Midama och fakturera i deras system. Den vanligaste integrationen, ihopkopplingen med deras kunder, de gör faktureringarna, midama allt annat.**

**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

**Ca. hälften av kunderna som anammat det. Framförallt yngre företag, de nystartade körs in i det direkt. De äldsta kunderna som kanske har 5-10 år kvar till sin person kanske inte orkar ställa om och bli digitala. De är svårast att få att ändra sitt sätt att jobba. De försöker dock med alla.**

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

**har gått ganska långsamt fram till för något år sedan, tog lite fart. Pandemin har snabbat på det digitala arbetssättet.**

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 Betraktar sig själv som en byrå som ligger i framkant, inte helt där dock men nästan helt digitalt, >90% Ligger nog i framkant jämfört med traditionell redovisningsbyrå.**

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

**Att få personalen med på tåget. Har personal i alla åldrar och tekniskt kunnande. Tekniken finns, alla förutsättningar finn**

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?

**3.**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Ändå ganska enkelt att få med. Alla vill och förstår, gäller bara hur snabbt man anammar det och hur benägen man är att göra det fort och nu. Alla har olika lång startsträcka. Men alla förstår att det här dit man kommer.**

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

**Egentligen handlar det bara om att lära sig system och sätt att jobba. Måste koppla ihop programvaror, ställa in system, integration. Tekniskt. har man ställt in allting rätt går allt ganska smidigt sen.**

*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?

**Deras stora overhead. Kunderna är desamma. Midama har en stor aktör på sin ort, Ludvig, har köpt upp flera mindre byråer som ska integreras. Är en bra tanke så, har mer kompetens, muskler etc. Men det är fortfarande samma kunder som i slutändan ska betala för det. i Regel små företag. Upp till 50 anställda, och de är ganska priskänsliga. Om man då kommer från en mindre privat byrå som köps upp och plötsligt får fakturor som är dubbelt så dyra, så är inte kunden lockad av att stanna kvar. Har inte behov av det extra ludvig kan tillföra. Midama har haft högt tillflöde av kunder från byråer som köpts upp. De tycker inte att de får ut värdet av prisökningen. Samma tjänst som innan men plötsligt mycket dyrare. Då sitter byrån där med personal och ledig tid, inte bra lönsamhet. Han förstår inte riktigt hur deras tanke är i början. Ska man bygga upp och göra en exit, riskkapitalisterna alltså? Han tror inte på det. Stora bolag centraliserar, flyttar kontor, många hoppar av då. Talar dock om revisorer där.**

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 måste anpassa kostymen efter vad de har för kunder. Kan inte sitta med jätteoverhead, jurister, administratörer och företagsledning som tjänar stora pengar. Skillnaden på hans byrå ör att alla jobbar med det som drar in pengar. Midama Har kanske en halvtjänst i overhead. De större måste ha in pengar till den stora overheaden. handläggarna längst ner måste dra in detta. Centraliserat en bransch som är för priskänslig. Han ser otroligt positivt på detta för egen del. Hans bolag har hög kompetens, kan ställa om, men har ingen overhead. De stora drakarna kommer pressa priset uppåt från sitt håll, samtidigt som de digitala nystartade pressar priset neråt med automatiserat flöde. Midama är någonstans emellan, kan vara en speaking partner till de kunder som behöver det.**

**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

**Allt standardiserat. Får en CI-fil. Importerar och kan föra på. Alla register går att exportera ur ett program och importera i ett annat. Väldigt lätt att byta byrå. Mycket lättare än vad han tror att företag tror. Brukar aldrig vara något problem om man bestämt sig. Tyst överenskommelse att man hjälper till och skickar CI-fil till nya byrån.**

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

**1. Framförallt priset. Kommer från större byråer. Eller har haft en enkel och automatiserad tjänst och inte får någon som helst rådgivning. Plockar kunder från båda planhalvor. De som behöver mer och de som tycker att de tjänster de får är för dyra.**

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?

**“För länge”. Om man är nöjd är man i princip dör hela sitt liv. Man byter inte byrå om inget händer eller om man inte är väldigt missnöjd. Annars väldigt trogen sin byrå. Byrån har full insyn i ens plånbok, vill inte ändra det hursomhelst.**

**G. Sälj**

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

**1. Genom Att göra ett bra jobb. Rekommendationer från egna kunder är den bästa marknadsföringen. Bygger ett bra rykte.**

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 % har instagram, facebook, linkedinprofil, nyhetsbrev en gång i månaden. Visar upp att de finns. Väldigt lite tid.**

*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?

**Gynnar dem. Får mycket kunder från den typen av företag.**

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

**Inget hot**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**Bara positivt De ser det som en fördel. Deras arbete blir mer platsoberoende. Får in mer och mer digitalt, det de inte får in digitalt gör de själva digitalt. Då kan de sitta i princip var som helst. 1-2 dagar hemma även framöver.**

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

**1. Kompetens. 2. pris. 3. tillgänglighet.**

**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

**Ja, för vissa kunder. För kunder som är ganska lika hela tiden är det bra. Exv enmanskonsulter, ser i princip likadant ut år efter år. Där är det jättebra att ha fasta priset. När det däremot gäller de som hela tiden är i förändring, exv växer mycket. Då är det svårt att prissätta. Har gått back på några kunder pga detta. Blir annorlunda hantering i tillväxtfallen. Måste förhandla om ofta, jättesvårt att ha fasta priset på den typen av företag. Då är det mycket bättre att köra löpande. Schysst mot båda parter. De kommer vara tvungna att ha båda modellerna.**

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

**500-1000 på löpande bokföring.**

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

**0-4995. Rätt spritt, stort spann. Exv slipp tar betalt utifrån omsättning.**

**J. Övrigt**

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

**Löpande bokföring 40%. Bokslut & årsredovisningar 20%. Deklarationer 20%. Övrigt, rådgivning etc, kanske 15-20%. Ganska jämnt fördelat. Andelen löpande sjunker. Mer av det andra. Mycket rådgivning som kommer in vid bokslutsarbetet.**