**Daniel Arleklint**

**Bolag Aspia**

**Position: Redovisningskonsult**

**A. Trender & behov**

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

**1: Automatisering av redovisningsfunktioner 2: Digitaliseringen.**

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

**1: För leverantörer är det en utmaning att följa med den digitala utvecklingen; väldigt omfattande och svårt att etablera nya arbetsrutiner 2: För kunden är det att anpassa sig till de nya digitalarbetsätt som byråerna kräver. 3: Extremt många digitala lösningar på marknaden; väldigt svårt för både leverantören och kunden att veta vilken som är bäst.**

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

**1: Effektivitet av digitalt tjänster; kunder vill spara tid och att få ut mer värde 2: Noll fel marginal 3: Lätt tillgänglig och förståeligt.**

**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?

**1: Digitaliseringen 2: Nystartade bolag.**

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

**1: Många vill ha mer digital arkivering; kunder vill absolut inte spara t.ex fakturer och kvitto i pärmar. 2: Allt ska vara lätt tillgängligt dvs realtid rapportering 3: Plug and play mellan leverantörens system och kundens system.**

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?

**Det växer jättemycket. Över 10%.**

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

**Ingen aning.**

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

**1: Erbjuda faktura scanning som direkt integreras med ett system t.ex Fortnox 2: Ett välkänt bokföringssystem som fungerar väl med andra system; oftast så har kunderna system som de vill kunna integrera.**

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

**Förenkla så mycket du kan för kunden så de lägger så lite tid på bokföringen som möjligt. Aspia har en platform som heter MYBUSINESS. MYBUSINESS är en portal som sköter vår kommunikation med kunderna, vår digitala arkivering och all vår dokumentation. Fortnox är också integrerat med MYBUSINESS. Portalen innebär att kunderna har allting på en plats och kan lätt få tillgång till det de behöver. Många kunder kommer till oss just för att de vill använda MY BUSINESS.**

en stor platform där allting är integrerat; kommunikation med kunderna, redovisningen.

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?

**Absolut stora byråer. Mindre byråer jobbar inte med digitalisering i samma omfattning. När kunderna förstå fördelarna med digitaliseringen så kommer de flesta röra mot de större; Aspia, Gran Thorton osv.**

**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?

**1: Årsredovisning 2: Bokslut 3: Lönehantering**

13b. Motivera kort svar i 13a

**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

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 100%**

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

**1: Att få alla i bolaget att följa samma arbetssätt; Aspia har t.ex 1500 medarbetar och det är otroligt svårt att få alla att tänka på samma sätt. 2: Att få kunderna att förstå fördelarna med digitala spåret.**

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?

**1**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Ung och nyexad medarbetare**

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

**1: Tydliga rutiner och processer gällande digitala arbetssätt som hela byrån kan följa.**

**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?

**1: Större byråerna tar bättre hand om sina anställda; erbjuder mycket högre löner 2: Jag tror faktiskt att större byråer inte har samma lönsamhetsmål som mindre byråer; de vill fokusera på trygga medarbetare som i sin tur tar hand om sina kunder. 3: Lägger mycket mer kostnader på saker som inte absolut är nödvändiga men som gör saker på enklare för kunden 4: De har större fokus på tillväxt jämfört med lönsamhet. 5: Stora satsningar i digital system.**

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?

**1: Aspia och större byråer har det svårt att fakturera all tid som läggs ner av konsulterna. Det är för att vi lägger ut mycket tid som vi inte kan fakturera. Exempelvis konsulter jobbar mycket på att underhålla våra system och att jobba internt för att få fram lösningar som gör kunden nöjd. Det kan man inte fakturera. Det är något som kanske förbättras**

**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

**Beror på hur digitaliserad kunden är från första början. Så länge kunden digitalmässigt har en bra grund så är det ganska enkelt. Annars blir det extremt mycket dubbel arbete.**

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

**Oftast för att kunderna känner sig nonchalerade av sina leverantörer; 60% av kunder lämnar på grund av detta enligt en intern studie. Om de inte känner sig sedda så kommer de förmodligen att lämna.**

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?

**Kunden värdesätter långsiktiga och personliga relationer med sin byrå.**

**G. Sälj**

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

**1: Framförallt påpeka vilka fördelar man kan leverera jämfört med deras befintliga lösning. 2: Personliga rekommendationer.**

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 %

**H. Konkurrens**

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

**Litet.**

27b. Motivera kort svar i 27a?

**Jag har alltid tänkt att Aspia är byrån som alla vill konkurrera med; vi är marknadsledande och har en brand från dagarna under PWC.**

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

**Det är en ren möjlighet**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**Hot är det absolut inte iom hur mycket tid man kan spara och effektivitet man kan nå. Klart en utmaning men en möjlighet i längden.**

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

**1: Brett kompetens; många som jobbar på Aspia har jobbat PWC tidigare och varit med i branschen länge 2: Har en väldigt stor marknad av kunder att nå ut till. 3: Stark gemenskap på våra kontor som bidrar till att kunderna känner omhändertagna.**

**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

**Beror vad man utgår från i det fasta priset. Kan bli väldigt dyrt för kunderna med timpriser. Fasta priser är väldigt bra och rättvis.**

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

**900 kr**

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

**5-6%**

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

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

**Ingen aning**

**J. Övrigt**

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

**Svårt att säga.**