Ola Gunarsson

Aspia

CEO

**A. Trender & behov**

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

**1: Digitaliserad och förenklade leverans; pappersflödet ska bort helt. 2: Att redovisningskonsulter jobbar med rådgivining snarare än bokföring. 3: AI lösningar kommer att ersätta bokföringen.**

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

**1: Allting går otroligt fort på byråsidan; svårt att hänga med och anpassa sin egen verksamhet utifrån utvecklingen. 2: Anpassa kvalitén och prisen utifrån behoven som finns på marknaden.**

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

**Kunderna vill se hur du kan skapa värde för dem; det räcker inte med grundläggande redovisning. De vill att du ska göra analyser som kan förbättra deras verksamhet.**

**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: Det är inte outsourcing som driver marknaden. Det är efterfråga på rådgivning som gör det; kunder vill att byrån ska bli en businesspartner 2: Bred utbud av tjänster; inte bara redovisningstjänster men också skattetjänster, lönetjänster osv**

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

**1: Rådgivning 2: Rent digitala tjänster; t.ex finns extremt stor efterfråga för digital fakturering**

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 är det som driver marknaden. Över 10% skulle jag säga.**

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

**Tillväxten minskar, men kan inte ge dig en siffra.**

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

**1: Bokslut 2: deklarationer 3: lönetjänster 4: skattetjänster.**

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

**Beror på kundföretag; finns ju börsnoterade och enmans-bolag. Handlar om att ha ett erbjudande som inte fokuserar på bread and butter bokföring tjänster. Kunden vill att du ska använda resultatet av redovisningen för att skapa mervärde för sitt bolag. Tröskeln för hygienfaktorer har höjts rejält. För en byrå ska överleva i längden måste de bli en business parter till kunden.**

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?

**Större bolag växer mest; mindre bolag har flera SMÅ kunder som inte drar mycket omsättning**.

**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?

**Allt i princip**

13b. Motivera kort svar i 13a

**Aspia är en helhets byrå.**

**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

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

**1: Att göra stora investeringar idag för att digitalisera som kommer ta tid att få resultat av 2: Att få kunden med på båten; finns kunder som är extremt vana att jobba manuellt.**

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?

**2,3**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Aspia anlitar många som är unga och van vid ett digitalt arbetssätt.**

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

**1: Att vara modig nog för att göra stora investeringar i digitalisering. 2: Att bygga en strategi kring digitalisering så det inte blir alltför ad-hoc. 3: Att attrahera rätt kompetens: rätt kompetens framöver ligger inte i klassikredovisning men snarare kompetens i affärsutveckling, UX och teknikutveckling. 4: Att göra allting så enkelt som möjligt för kunden.**

**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?

**Han verkade bli lite irriterad över frågan förmodligen för att jag tog upp Aspia’s lönsamhet specifik. Han sa till mig att det beror på själva redovisningen för bolaget. De t.ex gör höga avskrivningar på goodwill. Om man kollar endast på rörelseresultatet så är de mycket mer lönsamma enligt honom**.

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: Man måste ha en jävligt tydlig förvärvsstrategi: Varför konsolideras vi? Varför dessa bolag? Passa de ihop? 2: Automatiseringsgraden.**

**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 ganska lätt att byta; framförallt om man köper enkla tjänster.**

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

**Om vi tappar en kund så är det sällan pga pris eller kvalité. Det brukar i majoriteten av fallen bero på att kunden känner att är svårt att få tag på konsulterna vid behov; återkoppling och kommunikation är extremt viktigt.**

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?

**Personliga relationer är en kritisk faktor; finns kvar som har varit kvar sen våra dagar under PWC**

**G. Sälj**

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

**1: Göra en bra leverans 2: Skapa en personlig relation 3: Att man uppfyller det man har lovat 4: Skapa nöjda kunder på olika sätt vilket handlar om kommunikation och återkoppling; dock akta sig för att skapa för personliga relationer för då blir kunderna beroende av personalen.**

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. Konkurns**

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

**1: Gran Thornton 2: Accountor 3: BDO 4: Ludwig & CO**

27b. Motivera kort svar i 27a?

**Absolut konkurrenter men rent utvecklingsmässigt så ligger vi i framkanten.**

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

**Möjlighet**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**Face the facts; digitaliseringen är en tsunami. Du kan försöka springa iväg men det kommer inte att gå. Det enda du kan göra är att acceptera det och hitta ett unikt sätt att hoppa på vågen.**

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

**1: Hög digitaliseringsgrad 2: Komplett tjänsteutbud; bokföring, rådgivning, lön och skatt**

**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

**Måste vara mycket transparent med prissättning idag. På det sättet är fastpriser väldigt bra.**

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

**1000 kr**

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

**2%-4%.**

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?

**J. Övrigt**

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

**1: 75% - Redovisning 2: 15% - Skatt 3: 10% - Lön**