**Joakim Hedqvist, kreativgruppen i Luleå.**

**A. Trender & behov**

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

**Största trenden idag är digitaliseringen, inget snack om saken. Det kan användas som konkurrensfördel idag när man marknadsför sig. Det finns företag som heter exempelvis ”slipp redovisning” som går ut på att företagen ska sköta precis allt digitalt med några knapptryck. Och då pratar vi inte enbart om digitalisering men även automatisering. Sen pratar vi mycket om AI som är ett tolkningsverktyg. Idag har vi även hybrid byråer som exempelvis Wint som har både sitt eget system och är en egen byrå. En annan trend är rådgivning, som jag tror vår roll kommer att kretsas kring mer och mer. Vi måste snarare växla fot till att hålla på med rådgivning och förstå flöden för att hjälpa konsultera företagen. Idag är det väldigt stor fokus på den personliga kontakten men det beror på att våra kunder är främst 60-90 talister. Lite intressant hur det kommer att ändras när 00-10 talisterna börjar öppna upp egna företag. Dem har ju vuxit upp under det digitala och har gärna så lite person kontakt som möjligt. Dem sköter nog hellre allt bakom skärmen. Där kan man spekulera lite men tror definitivt att digitaliseringen då kommer att nyttjas till en högre grad. En annan diskussionspunkt är vem som äger kunden. Fortknox säger exempelvis att mina kunder är deras om dem använder systemet och får då marknadsföra till dem och använda Big Data.**

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

**Nästa steg är att lära sig digitala flöden och systemstöden. Detta gäller då främst för oss redovisningskonsulter. Det finns så otroligt många möjligheter idag med redovisningen. Med bank id kan du sköta en väldigt stor del själv och även lämna in dokument till myndigheter. Det finns även möjligheter till att få gratis redovisningstjänster via olika system. Utmaningen ligger i kunskapen. Problemet är att om du har en duktig redovisningsbyrå så märker du aldrig av bristen på kunskap då du aldrig riktigt ”kör ner i diket”. Men du märker definitivt av okunskapen när det går snett med gratis versionen av din redovisning. I vissa fall tar jag inte ens emot kunder som kört ner i diket för det är så pass illa att det inte går att rädda. Revisionspliktens upphörande 2011 hjälpte inte direkt med det heller.**

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

**Vi ska finnas till som ett bollplank. De flesta företagarna är extremt ensamma även om dem har massor med anställda. Dem vill gärna bolla idéer och framtidsutsikter med oss. Sen eftersöks en byrå som har bred kunskapsnivå så det inte stannar upp vid det löpande bokföringen utan kan faktiskt bidra med insikter om hur man driver företaget framåt och utvecklar det. Ett annat behov är att veta att man gör rätt. Jag brukar säga att det är som en slags företagsförsäkring- du försäkrar ditt företag genom att jobba med oss. Du ser till att årsredovisning, skatt och moms blir rätt.**

**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 %

**10%**

5. Vilka faktorer driver främst tillväxten?

**Antalet företag som startas är en bidragande faktor. Man får ständigt incitament att starta upp eget. Exempel på det är att aktiekapitalet har gått ner till 25k. I Luleå är det fler och fler som öppnar upp eget. Även mindre företagare. Dem starkaste anställda på marknaden öppnar upp eget och blir konsulter. I många fall hyr dem ut sina tjänster till samma företag de tidigare varit anställda på och tjänar dubbelt så mycket. Tillväxten på en specifik byrå är mer organisk. Om du är en bra byrå så får du 1 ny kund per 10 befintliga kunder som du har. Den tillväxten kommer framförallt genom rekommendationer och mun till mun metoden.**

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

**Rådgivningen. Vi inne i den digitala transformationen just nu vilket betyder att de automatiserade tjänsterna kommer försvinna. Man vill inte betala 600-700 kr per timme för de tjänsterna, då man enkelt kan sköta det själv. Utan då betalar man hellre för mer rådgivning och process stöd. För vår del tror jag att fokus kommer att öka kring företag med Internetförsäljning. Den typen av företag har svårare att sköta sin redovisning själv i och med att det blir så många transaktioner.**

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?

**Skulle säga det ligger på 50/50 idag . En ökning på 10% per år men det förflyttas till att de mer kvalificerade tjänsterna ökar i förhållande till de mer standardiserade.**

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

**Jag tror att de minskar och att det kommer att försvinna helt så småningom i och med att det förenklas hela tiden och ger möjlighet till att låta företagaren sköta det helt själv. En stor fråga inom branschen som många ställer sig är om vi kommer ha ett jobb kvar om några år? Det gäller både redovisningskonsulter och assistenter.**

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

**Det är lite speciellt för Kreativgruppen för vi erbjuder hela paketet utan just revision. Då är det grundbokföring, årsslut och redovisning. Sen har vi även inkomstdeklaration och rådgivning på det. Genomsnittet för omsättningen för redovisningsbyråer i Norrbotten är 300 000kr. Vi är störst i Luleå på 15 anställda.**

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

**Rådgivningen är nog allra viktigast. Det tillsammans med att man vet vad man pratar om. Att uppvisa kunskap. Om du har kunskap så differentierar du dig från många byråer. Det införs nya regelverk hela tiden, och det blir väldigt konsultvänligt för oss och vi tjänar mycket pengar på de.**

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?

**Dem storas tid är lite förbi tyvärr. Dem större säljs, köps upp och avyttras och håller enbart på med mer rådgivning. Som små företagare känner man sig inte så stor och då väljer man oftast en mindre byrå att jobba med också. Jag tror inte att kunden ringer till dem i första hand när dem precis startat upp själva. Jag vet att Aspi har lagt ner kontor efter pwc avhoppet.**

**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?

**Lönehanteringen.**

13b. Motivera kort svar i 13a

**Det absolut bästa att outsourca är lönen. Det är absolut svårast/krångligast skulle jag säga. Man vill gärna ha en extern byrå bakom en sån komplex process som lönehantering ifall det skulle gå fel eller din in- house ekonom går på mammaledighet exempelvis.**

**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

**När vi pratar om större företag så ser man snabbt att personalkostnaden blir en väldigt hög. Då blir digitaliseringen en bra lösning på det.**

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) 60-95%**

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

**Att få personalen och kunderna att ställa om och lära sig. Att genomföra IT investeringar. Bedriva nytänk och sälja in de till 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?

**7**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Det går att göra men tror att det måste tvingas på lite. Det finns ändå en nyfikenhet hos rätt många och man inser att man måste genomföra den förändringen.**

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

**Digitaliseringen har pushats i och med Corona med exempelvis digitala möten. Då hade man inget annat val utan det blev ett måste att köra alla möten via teams. Ursäkten om att ”jag kan inte koppla upp mig” funkar inte längre. Man blev lite påtvingad vilket var bra i min mening. Man måste även öka utbildning och träning på att använda dem digitala hjälpmedlen.**

*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?

**Dem har en väldigt stor overhead kostnad. Men det behövs när man blir så stor. Då måste man bygga processer. Samtidigt kanske kvalitén blir bättre. En IT konsult tar kanske 1000-1200 kr i timmen. Medans vi ligger på kanske hälften. Bokföringen har alltid varit en lågpris tjänst, vilket gör det svårare för företag med stora overheadkostnader att vara lönsamma. Det är många gånger lättare att vara liten för då har du ingen overhead.**

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?

**Jag tror att vi behöver en tydlig distinktion på vad som är bra redovisning och vad som är dålig bokföring. Problemet är att det är svårt att visa det till kunden för dem ser inte någon skillnad. Branschen måste bli bättre på att visa vilka byråer som är bra och dåliga.**

**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 som ett bankbyte egentligen. Inte så svårt. Om man följer regelverk så ska man lämna möjlighet för andra att ta över som inget har hänt. Man måste skilja på process och person. Processen ska inte vara svår att byta. Men relationen blir ju alltid svår om relationen är bra. Det ska inte vara en faktor att system inte pratar med varandra. Ofta hanterar nya redovisningskonsulten samma system så de bör inte vara ett problem.**

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

**Största orsaken är kanske handläggarbyten. Om din konsult går på mammaledighet och då får byta för 3e gången så kanske man får nog till slut. Relationen byts ut vilket kan vara ganska störande. Sen är andra faktorn priset skulle jag säga.**

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?

**Vi har funnits i 12 år nu och såklart haft kunder som lämnat när någon köpts upp. Det är väldigt lojala kunder om du sköter dig och har ett rimligt pris. Då finns det ingen anledning att byta.**

**G. Sälj**

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

**Rekommendationer. Mun till mun metoden. Ibland får man någon enstaka som jagar bästa offert och pris men det är framförallt rekommendationer skulle jag säga. Andra faktorer som snygg hemsida kan hjälpa med aldrig avgörande. Det gäller att leverera och ta hand om sina befintliga kunder som skapar fler kunder i längden.**

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) 0-10%**

*Sista avslutande frågor …*

**H. Konkurrens**

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

**Jag säger nog litet**

27b. Motivera kort svar i 27a?

**För dem har alltid funnits. Det blir inget större hot utan dem är nog kvar på samma nivå. Ser inte aspia som ett jätte stort hot.**

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

**Större hot.**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**Byråer som Wint och PE accounting, där systemet och byrån är integrerat till ett, utgör ett större hot i min mening. Det kommer komma nya spelare med nya spelregler vilket ökar konkurrensen.**

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

**Vi erbjuder full service, allt utan revision. Personligt bemötande. Kundkännedom. Vi vill gärna att kunderna kommer upp och tar en kaffe medans vi går det senaste, och det vill kunderna också. Sen strävar vi mot kvalité i allt vi gör.**

**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

**Jag är inte bäst i klassen på det här. Tror det är bra att produktpaketera tjänsterna ju mer det digitaliseras. Alla får ett bättre hum om sina kostnader.**

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

**I Luleå: 550-750kr. Jag vet att Aspia exempelvis tar 750 kr/h, och det måste dem nästan göra om dem ska täcka sin stora overhead. Vi tar 625kr/h i löpande bokföring. Jag kan tycka att vi är för dåliga på att ta betalt. Men det handlar om lokala priser, det skiljer sig mot Stockholm där timpriset kanske är betydligt högre. Och här är ett ytterligare problem för företag som Aspia: de får så svårt att hålla en och samma prislapp över hela landet.**

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

**Måste Passa, är för dåligt insatt.**

**J. Övrigt**

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

**Bulken, dvs löpande, löner, bokslut är nog 50%. Övrig rådgivning består nog resterande 50% av. .**