**A. Trender & behov**

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

**En av de viktigaste sakerna är att man ska kunna sköta redovisningen helt digitalt. Att man har allt automatiserat från löpande redovisning, till bokslut och skattemoms. Jag tycker att så mycket som möjligt ska gå att göra på nätet digitalt. Idag tycker jag att det är helt vansinningt att trycka ut papper överallt som ska sparas i en pärm. Det ska vidare vara en helhetslösning och ett enkelt system som ska vara användaranvänligt.**

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

**Utmaningen är egentligen att få förtroende från kunderna att tjänsterna faktiskt fungerar. Många är väldigt skeptiska men sedan ser de att det fungerar. Det är många kunder i branschen som är något äldre som ibland är negativt inställda till att fler och fler tjänster digitaliseras då de är vana vid att ha fysisk kontakt med en person snarare än att själva behöva administrera en digital tjänst.**

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

**Det viktigaste är att allt bara ska flyta på. Det ska vara ordning och reda. Leverantörsfakturorna ska komma in och läggas direkt på attest. Kunderna ska inte behöva få någon påminnelse i pappersform.**

**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?

**I och med att vi blir mer och mer digitala så hinner vi naturligt ta emot fler kunder åt gången. Vårt mål är någonstans att kunderna ska sköta så mycket som möjligt av sin bokföringen själva via de tjänster som vi erbjuder. Vi får dock ofta ta hand om årsredovisningar och större saker när det ska göras.**

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

**Det är direktuppkopplingen mot bank. Där finns det ett stort intresse. Kunderna känns inte lika skrämda för det längre. Det är där en hel del håller på att bli automatiserat.**

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?

**Jag har faktiskt svårt att uppskatta det. Min gissning är nog att enklare redovisningstjänster växer mer än kvalificerade.**

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

**Kan ej ange någon procent.**

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

**Framför allt fakturering och lönehantering.**

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

**Många gånger så är det personen som sitter i andra änden som vinner. Det finns bokföringsbyråer som är totalt automatiserade, där kunden basa bollas runt. Kunder kommer ofta tillbaka för att de har en person som de vet har hand om deras företag. Det vill säga att man inte hamnar hos massa olika handläggare hela tiden.**

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?

**Om man ska se det till redovisningssättet så växer nog 10-12 anställda mer. Mer än 50, då är det krångligare att byta, svåråtkomligare.**

**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?

**Det är nog lönehantering, det är ofta outsourcat.**

13b. Motivera kort svar i 13a

**Du måste kunna avtalen och löner är lite mer komplexa än att bara trycka på en knapp.**

**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

**Jag tror att det digitaliseras i en hög takt.**

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?

**Jag har folk här som jag har lärt upp som alltid har varit ”pappersmajor”. De får vara med och se hur enkelt det är att använda digitala verktug. Jag tror nästan att det måste vara ett ”krav” för folk ska ändra inställning. Man får göra den sortens människor medvetna om att fel även kan ske om man har allt i pappersform. För att lösa detta skulle jag nog försöka ha som ett mål att få oss helt digitaliserade med alla kunder inom en viss tid. Sedan är det klart att man måste ha kurser och ge ut information hela tiden.**

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**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Här där jag jobbar har det inte varit svårt. De som ska jobba med mig måste jobba digitalt.**

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

**Om jag sitter med facit i handen, jag vet hur man gör det här. Då måste jag ge den tiden av mig själv till den som inte vet, så att man inte sitter och får panik. De flesta idag har iphone, samsung etc. och det är inte så klurigt. Visa i lugn och ro hur man gör.**

*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?

**Om man effektiviserar redovisningen så försvinner ju naturligt mycket av min tid. Faktureringen till kund blir lägre. Då måste vi få in fler kunder för att kunna täcka upp. Som arbetssätt är det ju skönt för oss att saker och ting digitaliseras men det krävs ju å andra sidan att vi fyller ut tiden med nya kunder. Det tror jag är anledningen till varför det inte blir en högre lönsamhet.**

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?

**Man hade kanske kunnat utveckla verksamheten mer åt rådgivningshållet, det vill säga att man erbjuder andra tjänster som man inte hade tid med innan, typ effektiva rapporter. Rådgivning tror jag att man ska titta på.**

**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 jätteenkelt att byta. Sedan blir det ett hack i maskineriet för att man känner inte kunden helt och hållet.**

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

**Många gånger så är det kanske lite för mycket småfel, de får ingen återkoppling. Det har också mycket med personkemin att göra. Sedan kanske man tycker att det är för dyrt. Det var exempelvis en byrå som jobbade i dropbox, vilket var superkrångligt och omständigt. Det kändes inte särskilt professionelt.**

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?

**Jag tror att det är tryggheten och man behöver inte vara orolig för att saker kommer i sista sekund. Vidare att man som konsult kan erkänna att man har gjort fel och att man är ödmjuk inför sitt uppdrag. Många vill inte ens veta av ekonomi och tycker att det är skitjobbigt. Då finns vi där och ger kundanpassade lösningar efter behov.**

**G. Sälj**

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

**Ekonomer och revisorer är väl ofta lite sammanbitna. Har man ett glatt och lättsamt humör så kommer man oftast väldigt långt. Man behöver inte vara proffs men man ska ha en kundvänlig profil.**

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 0%**

*Sista avslutande frågor …*

**H. Konkurrens**

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

**Har ej svar på denna fråga.**

27b. Motivera kort svar i 27a?

**Kan ej svara på denna fråga.**

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

**Det är ett hot.**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**Det är ett hot och framför allt när alla företag ska sköta sin redovisning själv. Det är väl sådär. Vi har inte märkt av det än så länge. Det kommer säkert.**

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

**Det som gör att vi sticker ut är att vi har revisorer i samma hus som kan hålla på med skatter och uträkningar. Jobbar mycket med ie företag som vill starta bolag här i Sverige och där sticker vi ut. Ecovise – ett bolag per land som får vara med i det. Det krävs mycket engelska och sådana saker. Våra ägare är revisorer.**

**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 tycker att det är en bra prismodeel. Jag tycker generellt sett att man borde jobba med fast summa mer.**

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

**400-1100/h det är en väldig skillnad på pris och det är det som kunderna ofta stirrar sig blinda på. Säljer en tjänst för 499/h. Tar två timmar för dom. Kanske tar mig en timme som tar ca 800/h. Man ska inte alltid stirra sig blind på priset.**

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

**Jag har inte någon jättekoll på abonnemangspris.**

**J. Övrigt**

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

**Har inte en susning om det.**