**A. Trender & behov**

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

**Det är ju egentligen att man ser att de stora byråerna minskar ner på sina lokaler i många orter och fortsätter jobba helt digitalt. Vi tillhör inte de riktigt stora byråerna och tror på den personliga kontakten så för oss är det viktigt att finnas på plats. Sen ser man ju också trender kopplat till digitalisering och AI. Men det jag ser också är att trenden är att efterfrågan på våra tjänster går mer mot rådgivning eftersom det löpande arbetet tar mindre tid. Det ser man också i olika kursutbud där konsulter kan vidareutbilda sig, att många handlar om till exempel affärsrådgivning.**

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

**Jobbet för oss konsulter har förändrats de senaste åren, eftersom digitaliseringen gjort det möjligt att se löpande vad som händer i bolagen och att man ser från dag till dag hur saker och ting förändras så är kravet på oss kunsulter att vara mer up to date dagligen, som konsult behöver man vara mer alert och leva med bolagen i nuitid. Det passar vissa konsulter att vara mer flexibel och jobba mot flera bolag samtidigt medan andra tyckte det var bättre förr då man hade hand om och göra klart en kund i taget i månaden för att sen gå vidare till nästa kund. Så det kräver mer flexibilitet och alerthet hos oss konsulter.**

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

**Behovet är egentligen detsamma som det alltid har varit, att kunderna har ett behov av att det löpande ska fungera enkelt och smidigt. Men det jag ser är att behovet för rådgivning ökar bland kunderna.**

**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?

**Jag vet inte hur mycket branschen växer som helhet, men det jag ser är att allt eftersom de större byråerna flyttar från mindre orter och verkar i de stora städerna har gjort att blir mer att göra för oss lite mindre byråer.**

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

**Rådgivning ökar definitivt, det kan vara att kunderna vill ha hjälp med att ändra bolagsstruktur eller att man gör förvarv till exempel. Men sen så upplever jag att kunderna vill ha mer hjälp med att titta mer framåt och bolla idéer. En annan tjänst som ökar mycket är löner och även HR, det beror på att det är svårt för kunderna att hålla sig uppdaterade om man inte har någon anställd som är dedikerad att arbeta med dessa frågor.**

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?

**Rådgivningssidan växer mest jämfört med de enkla tjänsterna.**

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

**Den enklare tar mindre tid, och då ökar dels vår kapacitet att kunna erbjuda mer kvalificerad hjälp.**

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

**Det är framförallt löpande redovisning och avstämninagar, betalningar, lönehantering men även bokslut och deklaration.**

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

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?

**De stora byråerna borde inte växa eftersom de lägger ner så mycket kontor, jag skulle säga att de mindre byråerna växer mycket. De mellanstora finns inte så mycktet av ute på marknaden och det kan bero på att mnär man kommer över 15 anställnga så behöver man en annan organisation, med till exempel en kotorschef och andra struktursförändringar. Så många mindre byråer tar aldrig steget att bli större utan håller kvar storleken på företaget.**

**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 går inte att säga exakt.**

13b. Motivera kort svar i 13a

**Men en anledning varför företagen outsourcar mer idag är att det är sårbart att ha egna anställda som sköter allt inhouse och dessutom är det svårt för företagen att hitta kompetent perosnal.**

**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

**Speciellt under pandemin har många förstått värdet av att ha ett digitalt arbetsflöde och det har påskyndat digitaliseringsgraden hos kunderna.**

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 % -95%**

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

**Idag är hela vår interna hantering helt digitaliserad med undantag för vissa kunder som vill ha pappersfakturor till exempel, men det har varit en omställning som tagit lång tid. En konkret utmaning har varit att se till att alla dokument finns digitalt och då kan jag säga att vi har 3-4 pärmar per kund och vi har cirka 400 kunder. Så just dokumenten, att få in de digitalt har tagit flera år och vi har behövt ta in extra personal för att se till att det går snabbare.**

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?

**6**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Det har inte gått jättelätt att ställa om, det är framförallt de tekniska bitarna som varit svåra att dels hantera och integrera till viss mån. Men hos medarbetarna har det varit varierande intresse i att förändra, och det handlar ju mycket om hur man är som person, så det är något vi behövt tackla.**

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

**Vi har haft ett pågående digitaliseringsprojekt, där vi haft ett dedikerat team som arbetat med förberedelser, sett till att personalen fått relevant utbildning och drivit på frågan internt under många år. Så det har varit en process men med ett dedikerat team som trycker på internt har varit en bra grej för oss.**

*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?

**Dels tror jag det är en kostnadsfråga, vi ser hos oss att programkostnadaerna har ökat markant. Så det kan vara det som är fallet för dessa byråer också, att alla program och lösnignar kostar mycket pengar och att utbildningar kostar pengar för att se till arr mebarbetarna ska hänga med i utvecklingen.**

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 nog att trenden med bristande lönsamhet och höga kostnaden kommer gå över och att allt eftersom personalen blir bättre i det digitala arbetssättet och att programmen funkar bättre så kan det bli en mer lönsam affär för de här byråerna.**

**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

**Den tekniska biten styr man om ganska enkelt.**

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

**Det kan vara anlednignar som dålig återkoppling, att man är dålig på att svara till exempel. Jag upplever om kunderna lämnar så är det för att den personliga kontakten har uteblivit av olika anledningar och att de då söker sig till någon annan där de känner sig mer omhändertagna.**

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 kunder som varit med oss sedan början av 90 talet och man märker nu att de äldre bolagen börjar avveckla sina verksamheter och säljer. Men i grund och botten, varför kunderna stannar kvar så länge det är på grund av den personliga relaitonen som gör att de känner att de vill vara kund hos oss och att det finns en trygghet med samarbetet.**

**G. Sälj**

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

**Det handlar om att ligga långt fram med det personliga mötet, även fast vi har blivit digitaliserade så är vi långt fram i att träffa kunderna och det är viktigt att det är en härlig atmosfär i företaget så att kunderna känner sig välkomna och sedda.**

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 %

*Sista avslutande frågor …*

**H. Konkurrens**

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

**Litet**

27b. Motivera kort svar i 27a?

**För det första så finns inte Aspia hä, ludvig å andra sidan finns här men ludvig har mycket lantbrukskunder så de har en annan målgrupp. Men ludvig försöker ju också ta marknadsandelar genom att rikta sig bredare men jag ser inte det som ett hot för att det finns kunder åt alla.**

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

**Litet**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**I och med digitaliseringen så får man chans att göra annat jobb som är roligare än de repetitativa jobbet som tar allt kortare tid idag.**

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

**Ett av våra värdeord är just det personliga mötet, kunderna känner sig välkomna till oss.**

**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

**Vi har inte fasta priser, vissa kunder som varit hos oss länge som vi kan sätta fast pris, men då vet vi hur lång tid det tar och kan göra en ganska exakt kalkyl på vad det kommer kosta. Men man ser att det är större efterfråga på fast pris idag och det är möjligt att det kommer gå mer åt det hållet.**

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

**Löpande redovisningen är olika på större och mindre orter men det ligger allt mellan 450-1000 kr/h.**

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

**Nej, beror på hur mycket som ingår. När vi har fast pris så bakar vi in alltihop, och då blir det en prissättning snarare på leveransen än ett abonnemang.**

**J. Övrigt**

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

**Största tjänsteområde är löpande redovisning även fast det har blivit effektiviserat, näst största är bokslut.**