**A. Trender & behov**

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

**Det är framförallt att byråer försöker bli mer digitala som möjligt, men det är ju en definitionsfåga egentligen för många tänker att man ska lämna in alla underlag digitalt och inget fysiskt att det är det som är att man jobbar digitalt men det är inte det som är digitalisering för oss – vi jobbar med att minska handpåläggningen dvs, att system integreras osv så att redovisningen sköter sig själv i slutändan.**

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

**Det digitala arbetsflödet innebär ganska höga kostnader och det är en utmaning för kunderna. Kunderna vill inte betala en massa för att vara digitala men vi jobbar mycket med att det förklara det är värt det för dem i längden, men det finns en viss tröghet kopplat just till kostnaderna. För oss som byrå så kommer många större aktörer med egna system som kan göra det billigare att anlita dem. Men vi kommer aldrig vara den billigaste byrån utan kommer fokusera på att ge rådgivning. Vi måste hålla kunskapsnivån på staben hög och det är också en annan utmaning.**

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

**Många kunder börjar bli mer och mer insatta i redovisningen och vill göra det de enklare delarna själva, för att minimera kostnaderna. Vissa kunder vill sköta allt själv och vill ha mer en granskare. Det kommer av att redovisningslagstiftningen är enklare att förstå även för kunden.**

**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?

**Branschen växer absolut för att det är fler personer som startar eget. När det startas mer företag, så då växer även branschen. Sen ökar kunskapen hos kunderna också och de blir mer intresserade av att faktiskt ta hjälp och köpa in mer tjänster.**

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

**Det är väldigt blandat, vi hjälper mycket kunderna med juridik, granska avtal, kompanjonsavtal, rådgivning till att ha en vettig organisationsstruktur, utdelning respektive lön och hur företagsledarna maximerar pengar ut liksom. Så det är olika. Sen kan det också ha att göra med den privata ekonomin och föräldraledighet. Även budgetarbete, men det är svårare för de mindre bolagen att faktiskt se värdet av det.**

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?

**Fått ett bolag på köpet för att kunna, i takt med att kunderna kan sköta mer själva så har vi mer tid så har vi mer tid på att ställa om mer till rådgivning.**

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

**Den minskar, det tar mindre tid. Redovisningsdelen kommer fasas ut i framtiden.**

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

**Fortsatt redovisning och bokföring, granskning och kvalitetssäkring, deklarationer, lön samt rådgivning. Utan dom delarna så är det svårt att behålla kunder.**

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

**Erbjuder mycket kring lön också, för oss är den absolut nödvändig. Den är nära kopplad till våra kunder som är enmansföretag ofta. Det är framförallt att de får en personlig kontakt och en fysisk person som tittar på allt med sina egna ögon som är viktigt för att särskilja oss. Det innebär en trygghet för kunderna, man kan inte lita 100 på tekniken än. Det är någon som har koll på mig.**

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?

**Växer inte organiskt men de växer via uppköp. Under pandemin har det varit lite kämpigt för oss för antal timmar gått ner, men antal kunder ökar samtidigt.**

**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?

**Växer inte**

13b. Motivera kort svar i 13a

**Vi har kunder där vi är deras egen ekonomiavdelning, och vissa som vi träffar en gång om året. Men det man ser är att många kunder har förstått värdet av att ha någon som har bra kompetens och då anlitar de gärna oss.**

**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

**Det beror helt på hur man ser att det är digitaliserat om man lämnar in digitalt, dvs – skickar foto – så är det en typ av digitalisering men det är långt kvar för att det ska bli automatiserat.**

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?

**Senaste året har nästan allt skött digitalt, vi har vissa saker som vi sköter på papper, lönespecar till exempel och det är för att programmen är för dyra och vissa fakturor skickas via post. Men 90 procent av allt är 100 procent digitaliserat. Vi har inte haft några större utmaningar att bli digitala, vi har tagit små små steg i taget. Även om vi vill jobba digitalt så måste kunderna också vilja göra det, det beror på ålder och tekniskt kunnande hos våra kunder.**

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

**Faktiskt inte alls så svårt, sen är de flesta som jobbar hos oss ganska unga snitt 30 år, inte varit något problem där. Vissa arbetsuppgifter är bättre känsla att göra på papper.**

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

**Man behöver stora datorskärmar och bra uppkoppling. IT delarna måste sitta på plats men det handlar också om licenskostnader. Det blir kostsamt att koppla ihop olika system.**

*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?

**Har ofta lägre priser ut mot kund, men vi kan ta mer betalt för att det är en person som tittat på det. De större bolagen gör otroligt stora investeringar i system och IT som gör att marginalerna blir sämre. Så det ligger i att de både konkurrerar med pris men samtidigt har mycket stora kostnader.**

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?

**Många av de större konkurrerar bara på pris, och det är svårt för dem att komma ur det. Om du använder det som medel för att locka kunder så behöver, svårt att se hur det kommer bli lönsamt i framtiden. I grund och botten ör det är en förtroendebransch. Pris och kvalitet går inte alltid hand i hand, och pris är inte det bästa sätt att konkurrera.**

**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

**Lägger mycket tid att omvårda våra kunder, för att det ska upplevas enkelt för kunderna. Tar mycket tid för oss att komma igång med en ny kund, enkelt i kundernas perspektiv men svårare för oss. Sällan inlåsningar hos olika mindre byråer som det kanske kan vara hos större med egna system.**

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

**Det kan vara att de tycker att kostnaden för redovisning är för hög sett till kostnader i andra delar av företaget men så är det framförallt för de mindre kunderna, men sen är det ju också lagstiftat att man sköter redovisningen. Så det kan vara så att de fått bättre pris någon annanstans som vi inte vill och/eller kan matcha. Eller att förtroendet brister antingen för personen eller byrån, att vi gjort något fel. Många kunder också läggs ner så det kan vara en annan anledning, eller att man anställt en person som sköter det internt.**

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?

**Massa kunder som vairt hos oss sen start, snitt 5 år och det handlar om att kontakten är bra och att de litar på oss.**

**G. Sälj**

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

**Sällan det handlar om pris när kunder kommer till oss, utan det kan vara att varit missnöjda med arbetssättet hos den tidigare byrån. Men 90 procent av våra nya kunder kommer på rekommendation.**

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?

**Inte haft många kunder som kommit och gått emellan oss, så vi är inte direkt konkurrerande med varandra. Vi jobbar med mindre bolag än vad de jobbar mot generellt. Sen har vi en annan infallsvinkel med en mer personlig kontakt.**

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

**stort**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**Om man inte hänger med och håller sig relevant är det ett stort hot, vi måste föreslå integrationer mot kund och vi måste vara tekniskt kunniga.**

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

**Dels att vi är spretiga, att vi jobbar med stora och pyttesmå kunder. Funkar mot många olika branscher. Vi erbjuder en stor bredd av tjänster och har hög kompetens Inhouse.**

**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

**Jobbar både med fasta och löpande, men det är otroligt svårt att räkna på fasta priser. När man börjar prata fastpris så vill kunderna ha det lägsta priset. Men vi har inte landat i en modell. En sak att sätta fast pris på löpande redovisning som man kan sätta fast pris på per transaktion, men den personliga delen går nästan inte att sätta fast pris på. Vissa tjänster funkar det på men andra inte.**

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

**Vet inte exakt.**

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

**Tror att det rör sig om någon enstaka procent för att det är svårt att motivera mot kund att ha en högre höjning årligen.**

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?

**Vi kollar sällan på vad andra sätter för pris, prissättningen för oss handlar om vad kunden ser för värde och vi får en bra indikation på om det är för högt om kunderna är missnöjda. Men just fast pris är svårt att jämföra för alla räknar in olika typer av tjänster.**

**J. Övrigt**

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

**Fortfarande, i timmar så är det redovisning, avstämning, men det går mer och mer att det går mot rådgivning som vi har bättre marginaler på. Bokslut är ganska stor post också.**