**Björn Elfgren**

**Wint**

**Position: Founder**

**A. Trender & behov**

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

**1: Digitalisering 2: Automatisering**

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

**1: Vådligt trögt att få genom en rejäl förändring i en väldigt konservativ bransch; konsulterna är inte proaktiva människor och oftast vägrar ändra på sig.**

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

**1: Spara tid och få en effektiv leverans: 2: Många tror att de behöver en personlog relation; men egentligen vad de behöver är ett system som möjliggör deras fokus på day-to-day saker och på att skapa värde**

**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: Mycket nystartade bolag. 2: Digitalisering**

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

**1: Bokslut 2: Lönehantering**

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?

**Ja det är absolut något som växer; över 10%**

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

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

**1: Du behöver en helt digital och automatisk lösning. Ett MÅSTE för att vara relevant. Kunder vill slippa papper 2: Hjälpa kunderna att bli digitaliserad. 3: Koppla ihop olika t.ex CRM, e-handel osv.**

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

**1: Välja en nische och fokusera på den t.ex tjänst bolag, mäklare, restaurant osv. Välj ditt segment/vertikal 2: Paketera en lösning som är anpassad till den.**

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?

**1: Stora byråer växer pga förärv medans mindre bolag växer för att det är flera enmansföretag som dyker upp. 2: Do it yourself solutions växer också: Fortnox, Saldo Finance**

**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?

**Alla tjänster**

13b. Motivera kort svar i 13a

**Kunderna vill bli av med dem och fokusera på verksamheten**

**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: Personell är svårflyttad till digitalisering och automatisering 2: Få kunderna med på taget; oftast tycker de att de redan har det bra.**

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?

**80% tycker det svårt.**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Man har blivit van i sina rutiner och befintliga system.**

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

**1: Hur byrån är uppbyggd; oftast har de en delägare modell. Delägare ha olika syn på om de ska vinster idag eller i längden. Vägrar därför att investera i system som underlättar för kunder att t.ex byta leverantörer. Riskkapital har en annan modell och då kom kan fokusera på att ställa om och digitalisera.**

**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?

**1: Extremt höga overheadkostnader. 2: Aspia är ex PWC. Under PWC var Aspia inte bara en redovisningsbyrå men också ett bemanningsbolag. Mycket möjligt att bemanningsbolaget var bakom bolagets lönsamhet och nu när de försöker dra ner på det för att fokusera endast på redovisning så förlorar de mycket pengar. 3: Stor prispress på marknaden.**

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: Fokusera på specifika vertikala system; det går inte att tillfredsställa alla segment 2: Fokusera på att bygga eget system som är effektivt och strukturerad.**

**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

**1: Beror på digitaliseringsgraden. Om du har byggt upp rutiner och system så är det svårt.**

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

**1: De har någon kompis eller någon i sitt nätverk som har hittat en smartare och mer effektiv byrå och lösning. Annars är de oftast bekväma att stanna kvar.**

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?

**G. Sälj**

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

**1: Mycket relationsbyggande 2: Tips och rekommendationer 3: Automatiserad sälj sätt; inte bara vänta på att någon ska komma och knacka på din dör**

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 %

**Mycket fokus på content marketing och marketautomation.**

**H. Konkurrens**

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

**Liten**

27b. Motivera kort svar i 27a?

**WINT är en kombination mellan Fortnox och en klassisk byrå; har ett system som gör allting en konsult kan göra. Konkurrerar med båda Fortnox och renodlade byråer. Även om man inte får den ”personliga kontakten” så har men en stor support stöd bakom systemet som kan möta alla kundens behov. Vi har fokus på två branscher: Fastighetsmäklare och tjänst-bolag. Aspia och Ludwig är traditionella; är på samma marknad men har inte samma kunder och inte lika bra teknik som oss.**

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

**Möjligheten**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**Digitalisering och automatisering is the shit.**

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

**1: Helhetslösning 2: Hög grad av automatisering; kunden slipper tänka på administration 3: Får en insikt i din ekonomi precis när du vill.**

**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

**WINT har fastprismodell; gjort en marknad studie och 90% av kunder vill ha det. Det är en grundbult för att bygga en trovärdig affärsmodell för kunden.**

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?

**3-4%**

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 (Jag tror det, 20% 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?

**Svårt att svara på.**

**J. Övrigt**

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

**Leverera en helhetslösning. Samma för alla.**