**Jennie Arnald, Auktoriserad redovisningskonsult, Amelitas redovisningsbyrå.**

**A. Trender & behov**

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

**Rådgivning har alltid varit är en stor del och är speciellt i fokus just nu. Sen kan jag se en annan trend som går ut på att man ska kunna nå sin data vart som helst, digitaliseringen av arbetet och molntjänster.**

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

**Det gäller att ständigt lära sig nya saker. Både lära kunderna och sig nya saker hel tiden. Kunderna får göra det mycket själva idag, lära sig nya system vilket kan vara en utmaning för dem.**

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

**Någon som gör deras administrativa arbete, så dem får mer tid att jobba med det dem gör. Hålla reda på deras verksamhet. Så att det blir rätt, enligt lag.**

**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?

**Att det startas fler företag. Fler incitament till att starta eget och aktiebolag vilket skapar kunder på marknaden för oss.**

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

**Hjälpen som vi bidrar med i digitaliseringsprocesser. Själva administrationen av löner och fakturor har ökat i och med digitaliseringen.**

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?

**Det kanske ökat med 10%**

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

**Det beror på, men säg 5% då.**

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

**Nummer 1 är att erbjuda löpande bokföring, redovisning av moms och arbetsgivardeklarationer, årsbokslut, bolagsdeklaration. Det är grundtjänsterna så att säga. Sen är det rådgivande på det.**

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

**Personlig kontakt med kunden och en förståelse för verksamheten man bokför inom. Framför allt det personliga rådgivandet.**

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 stora är riktigt dyra så kunderna kollar oftast åt andra håll och vill ha billigare.**

**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 är oftast det jag ser som är outsourcat bland de större företagen. Kan vara en väldigt stor och kostsam uppgift att hantera in house.**

**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

**Digitaliseringen sker ganska snabbt och i stor utsträckning just nu. Allt ska gå smidigare och snabbare ju större dem är. Tid blir mer kostsamt för företaget.**

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) 52%

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

**Jag tror inte man ska gå över för fort. Det krävs ganska mycket jobb att ställa om. Man måste utbilda kunden. Inte digitalisera för många på en gång utan det blir ett mer långsiktigt arbete. Går man för fort fram får man väldigt missnöjda kunder och missnöjd personal skulle jag kunna tänka mig. Så utmaningen ligger egentligen i att utbilda både personal och kunden och låta det sa sin tid.**

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?

**4**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Det är ju så med att införa nya saker i allmänhet. Man måste uppfölja och utbilda personalen. Många kan tycka att det känns läskigt med nya saker.**

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

**Kort sagt skulle jag säga uppföljning och utbildning. Låt det ta den tiden det tar och förse med ständig kunskapsutvecklande.**

*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 tar högre priser och dem kan göra det pga sitt namn men små bolagen vil inte välja dem. Det blir för dyrt. Det är lätthänt att kunder tycker det är läskigt att gå till stora jättarna när man själv är väldigt liten. Sen brukar personalen på dem mindre byråerna va väldigt kompetenta.**

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?

**Svår fråga. Mycket handlar nog om hur personalen jobbar. Det ska inte vara för stor fokus på lönsamhet, för då bortprioriteras nästan kunden bort. Fokusera på bra kvalite så man slipper göra om allt så många gånger och en god kund relation.**

**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

**Just om man är digitaliserad så är det inte så svårt. Den nya byrån måste sätta sig in i det och ta hand om flytten. Det blir en uppstartsperiod men i längden blir det enkelt.**

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

**Mesta dels är det att man inte passar personligen med kunderna och då blir relationen inget vidare heller. Sen skulle jag säga att om kunden är missnöjd med kvaliten skulle de inte ha några problem med att byta. Priset är nog inte den största avgörande faktorn om man gör ett bra jobb.**

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?

**Ja det tror jag har att göra med den personliga kontakten. Hela ens ekonomi är med i ett litet bolag. Får veta ganska mycket om den här personen och bygga upp en relation med varandra.**

**G. Sälj**

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

**Vi får flest kunder genom rekommendationer. Så stort fokus på kvaliten återigen så kommer andra folk uppmärksamma dig och din byrå.**

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?

**Har inte märkt av det riktigt, men kanske kommer i och med att dem köper upp fler byråer.**

27b. Motivera kort svar i 27a?

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

**Det beror på hur bra man hänger med som redovisningbyrå. För de mindre som inte vill digitalisera sig är det ett hot. Ju mer det blir digitaliserat desto mer tid läggs på annat arbete på kunderna. Blir mer en möjlighet som uppstår.**

28b. Motivera kort svar i 28a?

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

**Vi är personliga. Sen är vi ganska lyhörda på hur kunden vill ha det. Vi gör ett kvalitativt jobb. Vi följer med när det sker nyheter i våra program.**

**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

**Kunden kan få ett fast pris så dem vet vad dem betalar. Och byrån kan planera tidsmässigt och ekonomiskt.**

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

**600-1000kr för löpande bokföring i timme.**

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

Alla prissätter på olika sätt. Beror på hur stort företag det är. Vissa tar ju inte betalt för programmet men tar betalt för konsultationen och då får man betala väldigt mycket. Väldigt svårt att säga och jämföra. 0-10.000 i månaden.

**J. Övrigt**

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

**56% Löpande bokföring, 25% Bokslutet Deklarationer, 30% konsultarbete.**