**Katerina Duvemyr**

**Bolag: Ludwig & CO**

**Position: Chef Malmö/Lund**

**A. Trender & behov**

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

**1: Digitalisering 2: Större efterfråga på mer kvalificerad rådgivning t. ex budget genomgångar, företagsanalyser 3: Lägre betalningsvilja på mindre saker som löpande bokföring.**

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

**Lite äldre företagare är inte redo. Men generellt finns det en efterfråga att bli mer digitaliserad.**

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

**1: Kvalificerad rådgivning 2: Effektivitet; de vill ha lite fokus på admin, stor fokus på kärnverksamheten**

**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?

**Ökning i antalet små företag; små företag har ett behov av redovisningstjänster medans stora företag har egna revisor.**

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

**Kvalificerad rådgivning är viktigast.**

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?

**Kan inte svara på**

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

**Kan inte svara på**

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

**Viktigaste är att du sköter löpande bokföring, momsrapportering och att du erbjuder årsredovisning**

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

**Kvalificerade rådgivning**

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?

**Små företag köper oftast tjänster för små och lokala byråer.**

**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?

**Om du är liten så outsourca du allting. När du blir större så outsourcar du oftast endast bokföringen och lönehanteringen.**

13b. Motivera kort svar i 13a

**Se fråga 13b.**

**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

**Generella trenden i samhället och branschen**

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?

**Det kan vara mycket svårt att övertyga kunden; vissa kundgrupper är lite äldre och har svårt att arbeta digitalt.**

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?

**5**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Om du är 60+ och jobbat som redovisningskonsult i 40 år är det svårt. Men det är väldigt få medarbetare som är inte med på digitala resan. Digitalisering är generellt accepterat i samhället. Alla har ju BankID, Swish osv.**

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

**Konsulter oroar sig att automatisering och digitalisering kommer att ta bort deras arbetsuppgifter; det är viktigt att fokusera på att omformulera rollen som konsult. Man är nu en rådgivare snarare än någon som endast tar fram siffor.**

**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?

**Stora företag som Ludvig & Co har människor som arbetar med många områden; affärsutveckling, IT, controlling. Det betyder att vi har höga overheadkostnader som små byråer inte har. Små byråer fokuserar oftast endast på löpande bokföringen vilket innebär att de har lägre kostnader och därför kan erbjuda lägre priser. Trenden med automatisering och digitalisering innebär dock att löpande bokföring inte längre kommer kunna vara en nyckeltjänst. Ju mer digitalt kunder blir och ju mer de vill ha kvalificerad rådgivning och andra tjänster än löpande bokföring, desto lönsammare kommer vi vara.**

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?

**Det är ett väntande spel. Automatisering och digitalisering innebär att våra nyckeltjänster bortom från löpande bokföring kommer starkt efterfrågas.**

**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

**Händer inte oftast för att man bygger en personlig relation med byrån.**

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

**1: Vuxit väldigt mycket 2: Deras redovisningskonsult slutar eller gå i pension.**

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?

**Se fråga 22b**

**G. Sälj**

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

**Redovisningskonsult branschen oftast är inriktad på små och medelstora företag och oftast är värdeskapande nätverk hur man får in nya kunder; innebär att det är oerhört viktigt att ha bra relationer med nuvarande kunder för att få ett bra rykte på marknaden.**

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 (10-15%)**

(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 %

**H. Konkurrens**

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

**Litet**

27b. Motivera kort svar i 27a?

**Mindre aktörer kan konkurrera med pris pga. låga overhead costs.**

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

**Litet.**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**En möjlighet för stora aktörer**

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

**1: Grymma experter i olika områden; skatt, juridik osv. 2: Rikstäckande vilket innebär att vi kan teckna avtal med rikstäckande kunder. 3: Ligger på framkanten teknikmässigt.**

**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

**Bra för startups och småbyråer att veta hur mycket de ska betala varje månad.**

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

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