**Namn: Max Bogren- Lindahl**

**Bolag: PE Accounting**

**Position Accountant**

**A. Trender & behov**

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

**1: Företag vill fokusera på sin kärnverksamhet och därför är outsourcing och automatisering nyckeltrender. 2: Beslutsunderlag i fickan, rapporter ska vara så nära realtid som möjligt; en app som du kan öppna och få en uppdaterad inkomstredovisning och andra finansiella rapporter.**

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

**1: Svårt att hitta sin competetive advantage idag. Om man inte har en speciell kompetens t.ex. rådgivning kan man snabbt bli överflödig. 2: Svårt att vara helt digitalt eftersom andra aktörer som Skatteverket och banker är trögrörliga. 3: Old school av redovisningsbranscher har svårt att hänga med den nya tekniken. De har historiskt fokuserat på att skapa beslutsunderlag men i och med automatisering är huvudfokus i branschen på rådgivning.**

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

**1: Man vill slippa admin och ägna tid åt sin kärnverksamhet framförallt inom små och startupbolag där man inte har en ekonomiavdelning in-house som kan sköta redovisningsfrågor. 2: Befinner oss i slutfasen av en ganska allvarlig ekonomikris och därför stor efterfråga på att ha bra koll på likviditet, uppföljning, avstämningar och att redovisningskonsulter har bra koll på alla statliga stöd som finns.**

**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?

**Linjärt följer ekonomiska tillväxten. Efterfrågan påverkas mycket av antal nya bolag som startas varje år eftersom det är lagkrav att bolag har redovisning och bokföring vilket de flesta nystartade bolag inte har.**

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

**1: Kvalificerade rådgivning är on the rise; linjen mellan redovisningskonsult och controller suddas ut. Redovisning tjänster har tidigare handlat om bokföring men nu har de tagit på sig hela jobbat av ekonomiavdelningen.**

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?

**Växer definitivt men kan inte ge någon siffra. Bolag inser att de inte behöver en in-house anställd för detta men kan outsourca det istället.**

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

**Växer men kan inte ge någon siffra.**

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

**Största framgångsfaktorn är att man täcker allting som det är lagkrav på; dagliga bokföringen, deklaration till skatteverket, årsredovisning, inkomstdeklaration, skatteberäkning osv. Då kan du snabbt attrahera kunder till vill ha allting löst.**

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

**1: *Kvalificerade* rådgivningstjänster 2: Automatiskt genererade rapporter; kunder vill snabbt och lätt få få fram deras beslutsunderlag.**

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?

**Börjar dyka upp byråer som har tillväxt potential och snabbt tar marknadsandelar; marknadsför sig på ett mer sexigt sätt, inte som gamla män som number-crunchar i en källare. MPC Consulting är ett bra exempel.**

**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?

**Tidsbrist**

13b. Motivera kort svar i 13a

**Tidsbrist**

**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

**Stortrend; har haft flera kundseminarier där vi har sagt att om man inte gör det så kommer man förmodligen gå i konkurs i framtiden.**

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: Stor resistance från ekonomiavdelningar hos kunderna; det finns många ekonomiavdelningar som inte har intresse att hjälpa sitt förtagets digitala resa för då hjälper de digitalisera bort sig själva. Oftast är VDar som vi säljer in till och de är väldigt positiva. Men ekonomiavdelningar är oftast motstridiga för att de vill inte se sig själv bli överflödiga. 2: Att övertyga trögrörliga aktörer som vi är beroende av t.ex. skatteverket och stora banker**

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?

**1**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Flesta som börjar är ny exad och det första de jobbar mer är digitalt; för oss handlar redovisningen inte om number-crunching men att vara en rådgivare**

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

**1: Effektiva digitala system på plats. 2: Inte har för många system på plats t. ex en för skatterådgivning, bokföring osv för då kommer du sitta på en massa system som måste integreras. 3: Kontinuerligt fokusera på att byta ut det som är manuellt**

**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?

**Han tycker att frågan är lite felinformerad. Tillväxt kostar pengar. Det är svårt att ha hög tillväxt och hög lönsamhet samtidigt. Dessa företag gör investeringar som de kommer att dra nytta av på lång sikt. Mycket av vinsten som genereras återinvesteras på digitalisering och automatisering. Om du tittar på PE Accounting, senaste 10 åren har våra intäkter gått från 0 mSEK till 100 mSEK. Om vi hade slutat investera skulle vi ha en hög lönsamhet idag. Men vår ambition är att vara dubbelt så stor på 10 år och ta marknadsandelar från de stora 5 (EY, KPMG, PWC och Grant Thorton)**

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: Tror i grunden det finns redan höglönsamhet. Om man kollar på rörelseresultat dvs direkta intäkter och direkt kostnader har vi en stor lönsamhet. Men överskottet återinvesteras; stora investeringar i personal och att uppgradera våra system. 2: Branschen är i slutfasen av en digital-omställning vilket innebär också att vinster satsas på att ta marknadsandelar för att nå nya kunder innan konkurrenter.**

**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 hur nuvarande lösningen ser ut. Har du väldigt olika system; ett för lön, ett för bokföring då kan det vara väldigt svårt att integrerar det i ett nytt system 2: Svårt att få befintliga ekonomiavdelning att bli peppad för en förändring. De måste vara villiga att göra det.**

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

**1: Största anledningen är att man börjar ha en kraftig tillväxt och därför behöver man ett system som är skalbart och hållbar över tid. 2: Att man behöver bli mer agil t.ex fatta beslut snabbare**

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?

**Om man har stor tillväxt tror jag att man byter varje tre år innan man kommer till en punkt där man är för stor att växa.**

**G. Sälj**

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

**1: Identifiera problem som man kan lösa. 2: Förstå kunderna och utgå från hur kunder vill jobba och inte hur vi vill jobba 3: Inte bara fokusera på att uppfylla lagkrav, men istället hjälpa kunden skapa värde och bygga lönsamhet t. ex rådgivning. 4: Många kunder vill inte jobba med admin; vill ha sina underlag utan att vara med i processen att ta fram dem.**

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 %

**Svårt att svar på det eftersom vi har en säljavdelning in-house.**

**H. Konkurrens**

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

**Jag har aldrig hört talas om dem. Han nämner dock Wint. Men han beskriver Wint som en aktör som framstår som digitaliserade till ett billigt pris. Tydligen förlorar de många kunder till PE accounting.**

27b. Motivera kort svar i 27a?

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

**Det är en möjlighet**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**Snöbollseffekt; om flera byråer jobbar med att omställa samhället till en mer digitaliserad värld så hjälper det bolagen som ligger i framkanten.**

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

**1: Allt är samlat i ett system. 2: Automatiserad koncernredovisning. 3: Lönerna är integrerad i bokföringssystemet. 4: Under onboarding proccesen så är en vanlig fråga: Varför behöver vi er om ni är så automatiserad? Svaret är att vi hjälper kunden skapa värde som rådgivare. 5: Skalbarheten; har ett system som utvecklas hela tiden.**

**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

**1: Bra för kunden för att veta vad allting kostar i månaden. 2: Skönt för konsulten att inte behöva fokuserar på att rapportera timmar.**

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

**Strax under 800/900 i timmen**

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

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

**Största majoriteten kommer från löpande redovisnigen**.