**Namn: Merve**

**Bolag: Aspia**

**Position: Redovisningskonsult**

**A. Trender & behov**

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

**1: Digitalisering 2: Effektivitet 3: Automatisering.**

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

**1: Äldre kundgrupper har tufft med det digitala; de är vana med det manuella**

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

**1: Kunder vill göra så lite så möjligt med bokföringen och att ta fram beslutsunderlag.**

**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: Småföretagare vill lägga så lite tid på bokföring som möjligt och ju mer digitalt man blir desto mer tjänster kan byråer ta från kunden.**

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

**1: Löpande bokföring 2: Bokslut 3: Årsredovisning.**

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?

**Svårt att säga men växer definitivt.**

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

**Svårt att säga**

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

**1: Digital arbetssätt är oerhört viktigt idag; om du inte jobbar digitalt är det svårt att locka kunder.**

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

**Avgörande är att ha ett brett utbud av tjänster; vi erbjuder alla tjänster inklusive skatterådgivning, M&A, och löpandebokföring. Detta gör oss attraktiva för stora företag.**

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?

**De gynnas mest av trenden av digitalisering och automatisering.**

**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?

**1: Löpande bokföring**

13b. Motivera kort svar i 13a

**Automatiseras bort**

**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 % (100%)**

(vii) Annan % - ange

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

**1: Aspia jobbar 100% digitalt vilket innebär att vi är väldigt beroende av att systemet fungerar och därför är mycket mer sårbar; måste lägga mycket tid på att ha ett stabilt och starkt system. 2: Att få kunden med på resan: i vissa fall har vi företagare som har varit manuell i 20–30 år.**

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?

**Nästan 5-6**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Generationsfråga. Lätt för unga nyexaminerade men svårt för lite äldregrupper.**

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

**1) Bjud in kunden för att visa hur systemet fungerar steg för steg. 2: Gör systemet så enkelt så möjligt; vi har en app som max har tre steg. 3: Få kunden att första att det är mycket säkrare att vara digitalt 4: Förklara till kunden att det blir dyrare idag, men de får högre lönsamheten ut av tiden de sparar vilket de kan ägna åt sin verksamhet.**

**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?

**Jag visste inte om det här. Kan bero på många olika faktorer. 1: Kostar väldigt mycket att supportera och integrerar olika system från olika förärvda bolag. 2: Mindre byråer har byggt starka och lönsamma relationer med kunder som de har haft i flera år.**

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?

**En stor utmaning för redovisningsbyråer är att få sina konsulter att jobba inom budget; lönsamheten hänger väldigt mycket på hur mycket tid anställda lägger på sina uppdrag. Om de går över budget måste byrån täcka det.**

**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

**Ganska enkelt. Beror väldigt mycket på kundens tidigare bokföringssystem. Vi använder Fortnox och de hjälper oss att konvertera kundens gamla system till våra egna.**

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

**1: Att bli av med så mycket admin som möjligt 2: Att få flera tjänster t.ex M&A, årsredovisning och skatterådgivning.**

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?

**Majoriteten stannar för att de är bekväma med byråns system.**

**G. Sälj**

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

**1: Att man erbjuder alla tjänster och alla system. 2: Kan lätt anpassa tjänster till kundens behov.**

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 %

**H. Konkurrens**

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

**Liten**

27b. Motivera kort svar i 27a?

**Yes, de har exakt samma tjänster som oss men vi är 100% digital och ganska prisvärda.**

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

**Möjlighet**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**Vi kan positionera oss som kvalificerade rådgivare och erbjuda många andra tjänster.**

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

**1: Erbjuder alla system 2: Erbjuder alla tjänster, löpande bokföring, skatterådgivning, löner, M&A 3: 10% digitalt arbetssätt**

**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 småföretagare som vill veta hur mycket de ska betala i förväg.**

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

**Vet inte**

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

**Vet inte**

**J. Övrigt**

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

**Svårt att säga**