**Namn: Olle Rydqvist**

**Bolag: PE Accounting**

**Position: Co-Founder**

**A. Trender & behov**

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

**1: Digitaliseringen 2: Automatisering 3: Hållbarhetredovisning**

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

**1: Omställa till digital och automatiserade arbetssätt. 2: Mycket av arbetskraften är åldrade 3: Att få olika system att integreras.**

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

**1: Lagstadgad saker. 2: En modern platform för redovisningstjänster för sina anställda.**

**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: Pandemin har drivit mycket tillväxt 2: Att ny teknik finns tillgänglig i redovisningsbranschen. 3: Många små aktörer som har identifierat att det händer mycket på marknaden.**

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

**1: I grund och botten är det samma sak dvs bokföring 2: Beslutsunderlag i realtid 3: Kunden vill ha moderna redovisnings lösningar för sina kunder.**

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?

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: Bokslut 2: Lönehantering**.

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

**1: Förmågan att adoptera ny teknik 2: Paketera tjänsterna till fast pris; branschen har alltid varit väldigt dåligt på att paketera tjänster och därför har varit väldigt dålig på att sälja till fastpris.**

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?

**Några år sen så startad IK Invest Aspia och Altor Ludwig and CO. PE bolagen trodde att de kunde konsoliderar små byråer för att få ut skalfördelar. Men bokförings tjänster blir inte bättre av volym. Det blir snarare tvärtom. Kunden upplever att relationerna med konsulterna blir mindre personliga. Marknaden har sett att det är ingen bra modell och därför 2020 var det rekord nystartade bolag och nästan alla var enmans 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?

**Mycket lönehantering**

13b. Motivera kort svar i 13a

**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 (100%)**

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

**1: Paketering av tjänster 2: Adoption av teknik.**

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?

**2**

18b. Motivera kort svar i 18a

**Alla som jobbar hos oss är bekväma med digitala världen**

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

**1: Byt till fastpris modell;** **PE accounting t.ex säljer large, medium eller small paket till fastpris snarare än att t.ex 700 kr/timme. Kunden uppskattar det och blir mer bekväma med att omställa till ett digitalt arbetssätt.**

**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?

**Aspia och Ludwig & CO går ju även minus. Svaret är enkelt; det är oerhört svårt för dem att skapa skalfördelar. Varje av deras levererade intäkts-krona har en högre leveranskostnad jämfört med en liten byrå. De försöker att använda standardiserade mallar och checklistor för sina konsulter för att skapa skalfördelar. Men det går inte att copy och paste bokföringen mellan kunder eller branscher. Det är en komplex bransch där konsulter måste skräddarsydda lösningar beroende på kund eller bransch. Till slut blir det så att konsulten drar och skapar sin egen firma och tar kunderna mer sig; kunden får då en anpassad lösning och dessutom var en personlig relation.**

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: Öka sin automatisering; ju mindre människor desto högre skalfördelar 2: Graden av kund adoption av externa system t.ex Fortnox.**

**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

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

**1: Har vuxit ur sin leverantör 2: Dåliga personliga relationer 3: Vill ha en digitalösning**

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

**Ingen aning**

24b. Kort motivering till fråga 24a, vilka faktorer förklarar att kundföretagen i genomsnitt använder samma leverantör under den genomsnittliga tid du anger i 24a?

**Ingen aning**

**G. Sälj**

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

**Viktigast är att anpassa lösningen efter kunden; du kan inte vara som stora byråer och använda standardiserade lösningar**

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?

**Ja de är klart en hot.**

27b. Motivera kort svar i 27a?

**De är renodlade redovisningsbyråer. PE Accounting är däremot en hybrid; systemleverantör och redovisningsbyrå. Våra största konkurrenter är oftast interna ekonomiavdelningar eller system snarare än byråer.**

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

**Det är bara en fördel.**

28b. Motivera kort svar i 28a?

**Det är gör det lättar för oss att sälja. De flesta aktörerna skulle säga att det är en hot om de är ärliga.**

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

**1: Har alla tjänster i ett system 2: Nära kundrelationer 3: Ligger i teknikens framkant; kunden får ny funktionalitet tidigt.**

**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

**Timdebitering finns inte i framtiden; systemet byggs ju på att ju mindre effektiv man är desto högre betalt får man.**

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

**Ingen aning**

31b. Vad är ca årlig prisökning i % avseende timpris för redovisningstjänster?

**2-3%**

**Ingen aning**

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

(iv) Ca 10-20% dyrare

(v) Ca 5-10% dyrare

(vi) Ca 2-5% dyrare

(vii) Lika dyra

(viii) Vet ej

**Nästan alltid dyrare; deras selling point är de har ett bättre varumärke jämfört med mindre bolag. Från 15+ anställda då blir PE accounting mycket billigare för då kan vi få bättre hävstång på vår teknik och därför erbjuda tjänster till ett billigare pris.**

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

**Ingen aning**

**J. Övrigt**

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