



Kundcentrerade redovisnings- och ekonomihanteringstjänster:

Bygga starka kundrelationer

Innehållsförteckning

1.	Vad innebär ett kundcentrerat tillvägagångssätt inom ekonomihanteringstjänster	3
2.	De viktigaste principerna för ett kundcentrerat tillvägagångssätt	4
3.	Varför ett kundcentrerat tillvägagångssätt är viktigt	5
4.	Bygga förtroende och trovärdighet.....	5
5.	Anpassning av tjänster och mervärdestjänster	6
6.	Kommunikation	6
	<i>Tips för att förbättra kundkommunikation.....</i>	<i>7</i>
7.	Utnyttja teknik i kundinteraktion.....	8
8.	Mäta framgång.....	10
9.	Resultat av undersökningen om kundcentrering i redovisningsföretag.....	11
10.	Taktik för att säkerställa kundcentrering	12
11.	Slutsatser	13

Redovisningstjänster är kända för att vara affärskritiska och kräver starkt förtroende i kundrelationer. Detta är en av de främsta anledningarna till att kundcentrering är avgörande för framgången inom redovisningstjänster. Relationen mellan klienten och redovisningsföretagets representant är mycket konfidentiell och kan ha en betydande inverkan på kundföretagets framgång.

Det finns flera nyckelprinciper som stödjer ett kundcentrerat tillvägagångssätt i redovisningstjänster. Dessa inkluderar skräddarsydda lösningar och anpassning av tjänster till klienten, kommunikation med klienten, datadrivet beslutsfattande, lyhördhet, tillförlitlighet, mervärdestjänster och relationsbyggande. Syftet med detta dokument är att ge strategier och insikter för att leverera de bästa kundupplevelserna inom redovisningssektorn.

Vad innebär ett kundcentrerat tillvägagångssätt inom ekonomihanteringstjänster

1.

Ett kundcentrerat tillvägagångssätt inom ekonomihanteringstjänster innebär en affärsfilosofi och operativ strategi som placerar kundens behov, preferenser och tillfredsställelse i centrum för alla aktiviteter och beslutsfattande. Det handlar om att anpassa tjänster för att möta varje klients specifika behov och erbjuda mervärde för att förbättra kundens ekonomiska framgång och upplevelse.

Detta tillvägagångssätt går utöver att bara tillhandahålla lagstadgade redovisningstjänster och rapporter. Det prioriterar att bygga starka och långsiktiga kundrelationer och att etablera förtroende.

De viktigaste principerna för ett kundcentrerat tillvägagångssätt

2.

Ett kundcentrerat tillvägagångssätt inom ekonomihanteringstjänster består av följande principer:



Anpassning:

Förstå och svara på varje klients unika behov och mål. Utveckla skräddarsydda redovisningslösningar som matchar klientens affärs- eller ekonomiska situation.



Kommunikation:

Upprätthålla öppen och transparent kommunikation med klienter, se till att de är medvetna om deras ekonomiska status, regulatoriska förändringar och andra relevanta frågor.



Datadrivet beslutsfattande:

Vägled klienten att fatta beslut baserade på korrekt och relevant information.



Lyhördhet:

Vara lättillgänglig och svara på kundförfrågningar, bekymmer och önskemål i rätt tid.



Tillförlitlighet:

Tillhandahålla redovisningstjänster med hög kvalitet, noggrannhet och tillförlitlighet, följande bästa praxis.



Mervärdestjänster:

Erbjuda ytterligare tjänster utöver grundläggande tjänster, såsom ekonomisk planering, skatteplanering och strategisk rådgivning för att hjälpa kunder att nå sina ekonomiska mål.



Relationsbyggande:

Skapa starka och långsiktiga relationer med kunder baserade på förtroende, ärlighet och engagemang för deras framgång.

Varför ett kundcentrerat tillvägagångssätt är viktigt

3.

Ett kundcentrerat tillvägagångssätt inom ekonomihanteringstjänster är avgörande i den nuvarande konkurrensutsatta miljön för att differentiera, bygga förtroende, behålla kunder och främja tillväxt. Ekonomihanteringstjänster är i en mycket konkurrensutsatt miljö med många företag som erbjuder liknande tjänster. Genom att anta ett kundcentrerat tillvägagångssätt **kan du sticka ut** från konkurrenterna genom att erbjuda en unik och utmärkt kundupplevelse.

Nöjda kunder är mer benägna att rekommendera redovisningsbyråns tjänster till kollegor. Positiva rekommendationer från nöjda kunder är det mest värdefulla kapitalet för tillväxten av en redovisningsbyrå.

Kundernas behov och förväntningar kan också förändras över tiden, till exempel när deras företag växer. **Genom att anpassa sig till klientens föränderliga behov** säkerställer du att du utvecklas med dem och att dina tjänster förblir relevanta i varje situation.

Eftersom finansiella regler och skattelagar förändras förlitar sig kunder på finansiella yrkesverksamma och **revisorer för att följa alla regler och hålla dem informerade** om de senaste förändringarna. **Att bygga ett rykte** för utmärkt kundservice kan avsevärt förbättra ditt företags varumärke och trovärdighet i branschen.

Bygga förtroende och trovärdighet

4.

Förtroende är grunden för alla framgångsrika kundrelationer. Kunderna måste kunna lita på att deras revisorer hanterar känslig finansiell information med största konfidentialitet. Revisorer får insikt i sina kunders finansiella hemligheter och att upprätthålla förtroendet är avgörande för redovisningsprofessionens framgång.

Revisorer är ansvariga för att säkerställa att deras kunder följer gällande skattelagar, finansiella regler och rapporteringsskyldigheter. Starka kundrelationer hjälper revisorer att hålla sig uppdaterade om kundernas ekonomiska aktiviteter.

Kundernas förtroende för ditt företag stärks också när du kan visa att ditt företag har goda processer för överföring och hantering av data. Detta säkerställer kunderna att deras data är säkert.

Anpassning av tjänster och mervärdestjänster

5.

För att effektivt kunna erbjuda individualiserad service måste redovisningsbyråns segmentera sina kunder. Stora kunder kan få mycket anpassad service medan mindre kunder kan få välpaketerade färdiga tjänster. Segmentering är nödvändig för att säkerställa att redovisningsbyråns verksamhet är ekonomiskt hållbar. Priset på tjänster är inte den enda konkurrensfaktorn på dagens marknad; ofta anses värdet som erhålls för pengarna i form av olika mervärdestjänster och rådgivning viktigare.

Redovisningsbyråns kunder förväntar sig i allt högre grad ytterligare mervärdestjänster från sina revisorer utöver bara lagstadgade redovisningstjänster. Dessa tjänster kan inkludera ekonomisk prognostisering, affärsstrategier och riskhantering. Målet är att hjälpa klienten att tolka sina finansiella nyckeltal och utveckla sin verksamhet baserat på tillgängliga data.

En god kundrelation underlättar alltid diskussionen med kunden. Det möjliggör att tjänsten anpassas individuellt för att möta kundens förväntningar och till och med överträffa dem. Genom att korrekt anpassa tjänster och erbjuda mervärdestjänster bygger du långsiktiga kundrelationer.

Kommunikation

6.

Tydlig och effektiv kommunikation är hörnstenen i framgångsrik kundinteraktion. Det bygger förtroende, minskar missförstånd och lägger grunden för positiva och produktiva relationer. Det hjälper också till att förebygga potentiella konflikter och snabbt lösa problem.

Det är viktigt att tydligt förklara finansiella begrepp och rekommendationer så att kunden förstår dem. Undvik att använda fackjargong och tekniskt språk om inte kunden är bekant med ekonomihantering. Tydlig kommunikation om scheman, mål och möjliga utmaningar hjälper också till att hantera kundens förväntningar och minska besvikelser.

Transparent kommunikation är avgörande för att odla förtroende och trovärdighet med kunder. Att engagera sig i ärlig och öppen dialog främjar långvariga relationer som är avgörande för affärsframgång.

Tips för att förbättra kundkommunikation

Dessa tips kommer att hjälpa till att förbättra ditt företags kommunikationsmetoder och stärka din kontakt med kunder:

1. Aktivt lyssnande: Lyssna aktivt genom att fokusera, förstå, svara och komma ihåg vad som sägs. Detta säkerställer att kunden känner sig hörd och värderad.

2. Klart och koncist språk: Använd klart språk och undvik fackjargong.

3. Uppmuntra feedback: Skapa en miljö där kunder lätt kan ge feedback. Använd feedback som ett verktyg för förbättring och förfining.

5. Regelbundna uppdateringar: Ge regelbundna uppdateringar om projektets framsteg. Tidsenlig kommunikation hjälper till att hålla kunder informerade och minskar osäkerhet.

4. Transparens: Kommuniera öppet om utmaningar, risker och potentiella problem. Kunder uppskattar öppenhet och ärlighet även när nyheterna inte är positiva.

6. Anpassa till kundens kommunikationsstil: Förstå kundens preferenser i kommunikationsstil. Vissa kunder kanske föredrar e-post medan andra föredrar telefonsamtal eller personliga möten.

7. Dokumentera överenskommelser: Dokumentera tydligt överenskommelser, förväntningar och mål skriftligt för att undvika missförstånd.

8. Medkänsla och förståelse: Visa medkänsla genom att förstå kundens perspektiv. Känn igen deras bekymmer och arbeta tillsammans för att lösa dem.

Utnyttja teknik i kundinteraktion

7.

Teknik spelar en central roll i att förbättra kundinteraktion och kommunikation inom ekonomihanteringstjänster. Det finns flera verktyg och applikationer som kan effektivisera processer, öka effektiviteten och ge bättre kommunikationskanaler mellan revisorer och deras kunder. Teknik kan förbättra arbetet på följande sätt:

Automatisering av ekonomihantering:

Molnbaserad ekonomihanteringsprogramvara automatiserar rutinmässiga finansiella uppgifter såsom fakturering, utgiftsspårning och avstämning. Denna automatisering minskar risken för fel och frigör tid för revisorer att fokusera på mer värdefulla aktiviteter.

Rapportering i realtid: Molnbaserad ekonomihanteringsprogramvara möjliggör också åtkomst till finansiella data i realtid, vilket gör att revisorer och kunder kan se uppdaterad finansiell information när som helst, vilket främjar transparens och snabbare beslutsfattande.

Säker kommunikation: Kundportaler erbjuder en säker miljö för utbyte av känslig finansiell information. Kunder kan säkert ladda upp dokument, få tillgång till rapporter och kommunicera med sina revisorer utan att använda e-post, vilket minskar risken för dataintrång. Portaler underlättar också **dokumentdelning och lagring**, vilket säkerställer att båda parter har tillgång till de senaste versionerna.

Kommunikationsplattformar och samarbetsverktyg:

Videokonferensplattformar och projektledningsverktyg möjliggör realtidskommunikation mellan revisorer och kunder oavsett plats. Detta förbättrar effektiviteten i diskussioner och främjar närmare samarbete.

Omedelbara meddelanden och integrerade chattfunktioner:

Användning av omedelbara meddelandeapplikationer eller programvara möjliggör snabb kommunikation om frågor och uppdateringar, vilket gör interaktionerna mer dynamiska och lyhörda.

Förbättra kundnöjdhet med Koho PSA:s ärendehantering och kundportal

Koho PSA har inbyggda lösningar för förbättrad servicekvalitet, kundportalen och ärendehantering, som förbättrar kommunikationen mellan din redovisningsbyrå och dina klienter. Detta förenklar sökandet efter information och underhåll av att-göra-listor, vilket avsevärt ökar både kundnöjdheten och arbetseffektiviteten.

PSA-system: Professional Services Automation (PSA) system är exceptionellt fördelaktiga för redovisningsbyråer, främst på grund av deras förmåga att hantera återkommande månatliga uppgifter. Dessa system förbättrar arbetsflödeseffektiviteten genom att säkerställa att alla uppgifter faktureras korrekt till rätt kunder. PSA-system erbjuder omfattande automatiseringsmöjligheter vilket förbättrar den övergripande effektiviteten och möjliggör skapandet av användarspecifika anpassningsbara arbetsflöden som avsevärt effektiviserar verksamheten. Med ett PSA-system kan du:

- Fakturera projekt, timarbete och kontrakt på ett mångsidigt sätt.
- Hantera kundrelationer omfattande från förvärv av potentiella kunder till fakturering.
- Skapa projekt direkt från erbjudanden och spåra dem genom varje steg.
- Registrera arbetstid på ett sätt som är lämpligt för varje situation.
- Hantera personalens arbetsbelastning och fördela resurser mer intelligently.
- Förbättra lönsamheten genom uppdaterad rapportering.
- Minimera manuellt arbete genom automatisering.

PSA-system **integreras** ofta sömlöst med annan programvara, såsom ekonomihanteringssystem, vilket möjliggör ett smidigt dataflöde mellan systemen.

Hur integreras Koho PSA?

Koho PSA:s samling inkluderar över 70 färdiga integrationer. I kombination med Koho PSA:s dubbelriktade integrationskapacitet (REST API) tillåter detta en sömlös drift av den bästa tillgängliga programvaran.

Koho PSA anpassar sig till ditt företags behov

En av Koho PSA:s utmärkande egenskaper är den omfattande anpassningen av standardfunktioner för att möta företags specifika behov. Arbetsflöden kan justeras för att matcha ditt företags krav. Detta görs effektivt genom förinställningar utan betydande kostnader.

Oavsett ditt företags storlek skalar Koho PSA enkelt för att möta dina behov. Koho PSA kan vara så enkelt eller komplext som ditt företag kräver, vilket säkerställer en flexibel och skräddarsydd lösning som uppfyller dina specifika affärsbehov. Koho PSA är ett säkert och hållbart val eftersom vi kontinuerligt utvecklar det baserat på äkta kundfeedback.

Att integrera teknik i redovisningsprocesser förbättrar avsevärt kundinteraktion och kommunikation. Ökad effektivitet, förbättrad noggrannhet och förmågan att tillhandahålla realtidsinsikter främjar samarbete och informerat beslutsfattande. Att omfatta teknologiska framsteg gynnar inte bara revisorer utan förbättrar även den övergripande kundupplevelsen.

Företag som erbjuder ekonomihanteringstjänster kan spåra och mäta kundnöjdhet med olika metoder och strategier. Dessa inkluderar:



Kundundersökningar:

Utforma och distribuera kundnöjdhetssundersökningar för att samla feedback om dina tjänster. Inkludera frågor om kommunikation, lyhördhet, noggrannhet och övergripande tillfredsställelse. Använd både öppna och slutna frågor för att samla in kvantitativa och kvalitativa data.



Net Promoter Score (NPS):

Använd Net Promoter Score-systemet för att mäta kundernas sannolikhet att rekommendera ditt företag till andra. Detta är ett verktyg som redan används av många redovisningsbyråer.

- Fråga kunder en enkel fråga: "Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera våra tjänster till en vän eller kollega på en skala från 0–10?"
- Klassificera respondenter i promotorer (9–10), neutrala (7–8) och kritiker (0–6) för att beräkna NPS.



Feedbackdiskussioner:

Genomför regelbundna feedbackdiskussioner med dina kunder för att diskutera deras upplevelser, bekymmer och förslag.



Nyckelprestandaindikatorer (KPI:er):

Definiera och övervaka KPI:er för kundnöjdhet såsom svarstid på kundförfrågningar, noggrannhet i finansiella rapporter och följsamhet till deadlines. Analysera regelbundet KPI-data för att identifiera förbättringsområden och följa upp framsteg över tid.



Onlinerecensioner och rekommendationer:

Uppmuntra dina kunder att lämna recensioner online, till exempel på Google My Business eller branschspecifika webbplatser. Övervaka och svara på online recensioner för att visa ditt engagemang för kundnöjdhet.



Jämförelsemätning: Jämför ditt företags prestanda och kundnöjdhetsmått med branschstandarder. Identifiera områden där du ligger före eller efter konkurrenter och använd denna information för att förbättra dina tjänster.



Interna feedbackslingsor: Skapa interna processer för teammedlemmar att dela kundfeedback och information. Främja en kultur av kontinuerlig förbättring genom att uppmuntra dina medarbetare att bidra med idéer för att öka kundnöjdheten.

Resultat av undersökningen om kundcentrering i redovisningsföretag

9.

Vi genomförde en undersökning bland **redovisningsföretag om kundcentrering**. Undersökningen genomfördes 2023 och fick totalt 64 svar från finska företag av olika storlekar.

Omkring **42 %** av respondenterna trodde att kunder är mer benägna att byta redovisningsbyrå än tidigare. Detta är intressant och värt vidare undersökning. Är anledningen kanske att företagen erbjuder så likartade tjänster att byte är enkelt? Det kan till exempel vara samma ekonomihanteringssystem som används, vilket gör bytet till en liten sak. Eller kan missnöje med det befintliga företaget vara anledningen? Om så är fallet, var ligger missnöjet?

Undersökningen frågade också om respondenterna anser att kundcentrerade metoder är viktiga för att säkerställa kundlojalitet. **96 %** av respondenterna ansåg att de var viktiga.

Dessutom undersökte undersökningen vilka åtgärder respondenterna har vidtagit för att öka kundlojaliteten. Mindre än hälften av dem investerar i datasäkerhet. Aktiv rådgivning praktiseras av över **60 %** av respondenterna. Proaktiv kundkontakt upprätthålls av **54 %** av respondenterna.

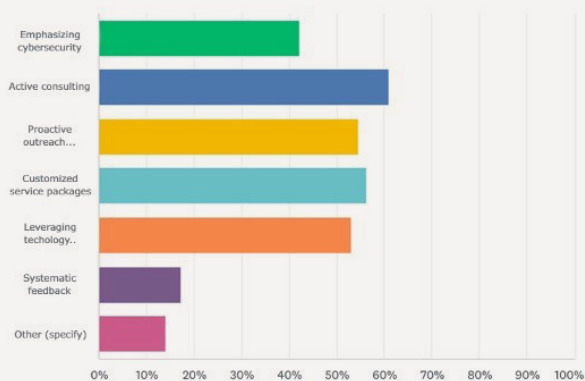
Det finns många öppna svar på hur ofta respondenten proaktivt kontaktar kunder. De vanligaste svaren var "månatligen" eller "ett par gånger i månaden". Detta kan bero på redovisningsföretagens månatliga arbete. Men svaren inkluderade också "dagligen" eller "nästan dagligen" och "ett par gånger om året". Många ansåg att det inte finns något enskilt svar eftersom det beror mycket på kunden, deras behov och deras tjänstepaket.

Över hälften (**56 %**) av respondenterna använder redan anpassade tjänstepaket och **53 %** använder teknik som hjälp. **72 %** av respondenterna hade något system på plats för att hjälpa till med kundhantering, till exempel ett CRM eller ett ERP-system med CRM-funktionalitet.

Kanske den mest intressanta upptäckten från undersökningen var att den stora majoriteten (omkring **83 %**) inte hade någon process för att samla in feedback från kunder om tjänsten. Detta är ett tydligt förbättringsområde.

What customer-centric measures have you implemented/are you implementing to enhance customer retention?

64 answered 0 skipped



Taktik för att säkerställa kundcentrering

10.

Nästa avsnitt presenterar taktiker som revisorer kan använda för att göra sina metoder mer kundcentrerade och bygga hållbara och lojala kundrelationer.

Aktivt lyssnande: Lyssna aktivt på dina kunder för att förstå deras behov, bekymmer och mål. Ställ frågor och visa genuint intresse för deras ekonomiska situation. Detta hjälper till att skräddarsy dina tjänster till deras specifika behov.

Skräddarsydda modifieringar: Behandla varje kund som en individ med unika ekonomiska behov. Anpassa dina tjänster och råd till deras situation. Anpassning hjälper till att bygga förtroende och lojalitet.

Tydlig kommunikation: Upprätthåll öppen och transparent kommunikation med dina kunder. Förklara finansiella begrepp och rekommendationer tydligt och begripligt. Undvik professionell jargong och tekniskt språk om inte kunden är bekant med ekonomi.

Punktlighet: Säkerställ att du håller deadlines och tillhandahåller tjänster i tid. Kunder uppskattar ofta snabba svar på sina förfrågningar och att finansiella rapporter och dokument levereras i tid.

Utbildning: Att utbilda kunder om finansiella frågor, skattelagar och andra relevanta ämnen kan vara tidskrävande. Men att tillhandahålla information hjälper dina kunder att fatta informerade beslut och lita på din expertis.

Tillgänglighet: Var tillgänglig för dina kunder både när det gäller kommunikation och tillgänglighet. Svara snabbt på e-post och samtal och sträva efter att schemalägga möten och konsultationer enligt dina kunders preferenser.

Förtuse behov: Förtuse proaktivt dina kunders behov. Till exempel, om du märker förändringar i deras ekonomiska situation, kontakta dem och förklara hur du kan hjälpa till att justera deras ekonomiska planer därefter.

Regelbundna uppföljningar: Håll regelbundna granskningsmöten med dina kunder även om det inte finns några omedelbara ekonomiska problem. Detta visar ditt engagemang för deras ekonomiska framgång och låter dig uppdatera din kunskap om eventuella förändringar i deras verksamhet.

Insamling av feedback: Uppmuntra dina kunder att ge feedback på dina tjänster och ägna särskild uppmärksamhet åt konstruktiv kritik. Använd feedback för att kontinuerligt förbättra dina tjänster.

Mervärdetjänster: Erbjud ytterligare mervärdetjänster såsom ekonomisk planering, investeringsrådgivning eller affärsrådgivning beroende på din expertis.

Teknikintegration: Erbjud dina tjänster med hjälp av moderna och ständigt utvecklande ekonomihanteringsprogram som möjliggör sömlöst samarbete och delning av realtidsinformation med dina kunder.

Datasäkerhet: Försäkra dina kunder om att deras finansiella information är säker och konfidentiell. Använd starka dataskyddsåtgärder och håll dina kunder informerade om dina dataskyddsmetoder.

Kvalitetssäkring: Upprätthåll höga kvalitetsstandarder i ditt arbete. Se till att finansiella rapporter och skattedeklarationer är korrekta och felfria, eftersom misstag kan undergräva kundernas förtroende.

Professionell utveckling: Håll dig uppdaterad om branschens bästa praxis, skattelagar, regler och förändringar. Engagemang för kontinuerligt lärande ökar dina kunders förtroende för din expertis.

Kundinvolvering: Involvera dina kunder i beslutsfattande processer. Detta är särskilt viktigt i komplexa finansiella frågor.

Baserat på vår undersökning hade majoriteten av respondenterna (cirka **83 %**) ingen process för att samla in feedback från kunder om tjänsten. Detta är en betydande brist och en viktig del av kundcentrering inom ekonomihanteringstjänster.

Denna vitbok fungerar som en värdefull informationskälla för företag som tillhandahåller redovisnings- och ekonomihanteringstjänster. Syftet har varit att erbjuda praktiska metoder för att förbättra kundrelationer och öka kundcentrerade metoder i organisationer.

Ett kundcentrerat tillvägagångssätt hjälper dig att sticka ut från dina konkurrenter och positionera dig som expert inom ekonomihanteringsområdet. Detta hjälper också till att attrahera de bästa yrkesverksamma inom branschen att arbeta för ditt företag.



Om du vill diskutera systemstöd för redovisningsbyråer, vänligen kontakta oss:

<https://www.kohopsa.com/sv/kontakta-oss/>



Koho Sales Oy

www.kohopsa.com