



En kundefokusert tilnærming i regnskapstjenester er med på å skape bærekraftig vekst

Strategier for å bygge og bevare sterke kunderelasjoner i regnskapsbransjen

Innhold

1.	Hva som ligger i en kundefokusert tilnærming i regnskapstjenester.....	3
2.	Hovedprinsippene i en kundefokusert tilnærming.....	4
3.	Derfor er en kundefokusert tilnærming så viktig.....	5
4.	Skap tillit og troverdighet.....	5
5.	Tilpasning og verdiskapende tjenester	6
6.	Kommunikasjon.....	6
	<i>Tips til hvordan du kan bli bedre på å kommunisere med kundene.....</i>	<i>7</i>
7.	Bruk teknologi i kommunikasjonen med kunden	8
8.	Måling av resultater.....	10
9.	Resultater fra spørreundersøkelsen om kundefokus hos regnskapsfirmaer	11
10.	Taktikker for å sikre kundefokus	12
11.	Konklusjoner	13

Regnskapstjenester er ofte forretningskritiske, og kunderelasjonene er i høy grad basert på tillit. Dette gjør kundefokus til en nøkkelfaktor for å yte gode regnskapstjenester. Forholdet mellom kunden og regnskapsfirmaets representant er strengt konfidensielt og kan ha avgjørende betydning for resultatene til kundens bedrift.

En kundefokusert tilnærming i regnskapstjenester kan baseres på flere sentrale prinsipper. For eksempel å skreddersy tjenester ut fra kundens behov, føre en åpen dialog med kunden, tilrettelegge for databasert beslutningstaking, være tilgjengelig, vise pålitelighet, tilby verdiskapende tjenester og drive relasjonsbygging. Hensikten med denne rapporten er å tilby strategier og innsikt for å kunne levere optimale kundeopplevelser innenfor regnskap.

Hva som ligger i en kundefokusert tilnærming i regnskapstjenester

1.

En kundefokusert tilnærming innebærer en forretnings- og driftsfilosofi der samtlige aktiviteter og beslutninger baseres på hva kunden trenger og ønsker for å bli fornøyd. Tjenestene skreddersys med andre ord ut fra kundens spesifikke behov, slik at de økonomiske resultatene og opplevelsen blir best mulig.

I denne tilnærmingen går man et langt skritt videre fra bare å tilby de obligatoriske regnskapstjenestene og rapportene: Man bygger sterke og langvarige kunderelasjoner og skaper tillit.

Hovedprinsippene i en kundefokusert tilnærming

2.

Innenfor regnskapstjenester vil en kundefokusert tilnærming være basert på følgende prinsipper:



Tilpasning:

Forstå og lever på kundens spesifikke behov og målsetninger. Utarbeid skreddersydde regnskapsløsninger ut fra kundens virksomhet og økonomiske situasjon.



Pålitelighet:

Tilby nøyaktige og pålitelige regnskapstjenester av høy kvalitet i tråd med beste praksis.



Kommunikasjon:

Før en åpen dialog med kundene for å sikre at de vet hvor de står økonomisk, og har fått med seg lovendringer og andre ting som kan være relevante.



Verdiskapende tjenester:

Tilby tilleggstjenester utover de grunnleggende tjenestene, f.eks. i form av økonomi-/skatteplanlegging og strategisk rådgivning for å hjelpe kundene å nå de økonomiske målene sine.



Databasert beslutningstaking:

Hjelp kunden å ta beslutninger ut fra nøyaktig og relevant informasjon.



Relasjonsbygging:

Skap solide og langsiktige kunderelasjoner basert på tillit, ærlighet og engasjement i kundenes suksess.



Tilgjengelighet:

Vær enkelt tilgjengelig og svar rimelig raskt på spørsmål og henvendelser fra kunden.

Derfor er en kundefokusert tilnærming så viktig

3.

Markedet for regnskapstjenester er preget av knivskarp konkurranse, og en kundefokusert tilnærming er da avgjørende for å skille seg ut, skape tillit, holde på kundene og tilrettelegge for vekst. Med mange selskaper som tilbyr lignende tjenester, er det hard kamp om kundene. En kundefokusert tilnærming hjelper deg å **skille deg ut** blant konkurrentene ved at du tilbyr en unik og førsteklasses kundeopplevelse.

Fornøyde kunder vil med større sannsynlighet anbefale regnskapsføreren sin til kollegaer. Positiv omtale fra fornøyde kunder er gull verdt for ethvert regnskapsfirma.

Kundenes behov og forventninger kan også endre seg med tiden, f.eks. etter hvert som virksomheten utvides. Ved å tilpasse deg kundenes endrede behov sikrer du at dere **utvikler** dere sammen og at tjenestene dine forblir relevante.

Med stadig nye endringer i lov- og regelverket for skatter og avgifter må kundene være trygge på at regnskapsførerne **innfrir lovpålagte krav og holder dem oppdatert om endringer**. Hvis selskapet ditt har ord på seg for å yte topp kundeservice, vil det kunne styrke merkevaren og troverdigheten din betraktelig.

Skap tillit og troverdighet

4.

Tillit er fundamentet for en god kunderelasjon. Kundene trenger å kunne stole på at regnskapsførerne behandler sensitive opplysninger om den økonomiske situasjonen deres strengt fortrolig. I regnskapsføreryrket er tillit av største betydning.

Det er regnskapsførernes ansvar å se til at kundene innfrir skattelovgivningen, finansregulatoriske krav og pålegg om rapportering. Solide kunderelasjoner hjelper regnskapsførerne å følge tett med på kundenes økonomiske aktiviteter.

Tilliten som kundene har til selskapet ditt, styrkes dessuten når du kan dokumentere at du har gode prosesser for overføring og håndtering av data. Dette gir kundene trygg forvisning om at dataene er beskyttet.

Tilpasning og verdiskapende tjenester

5.

Regnskapsfirmaer må segmentere kundene for å kunne tilby kundeservice på en effektiv måte. Større kunder kan gis nøye skreddersydde tjenester, mens mindre kunder kan tilbys ferdige pakkeløsninger. Segmentering er nødvendig for å sikre at regnskapsfirmaet har en økonomisk bærekraftig drift. I dagens marked konkurreres det på mer enn bare pris, men valutaen man oppfatter å få for pengene i form av ulike verdiskapende tjenester og rådgivning, veier ofte tungt.

Kundene forventer i stadig større grad at regnskapsførerne tilbyr verdiskapende tjenester utover de obligatoriske. Slike tjenester kan være f.eks. finansprognoser, virksomhetsstrategier og risikostyring. Målet er å hjelpe kundene å tolke tallene sine og utvikle virksomheten ut fra dataene som er tilgjengelige.

En god kunderelasjon gjør det alltid enklere å føre en åpen dialog med kunden. Dette gjør det mulig å skreddersy tjenesten slik at kundens forventninger innfris eller sågar overgås. Ved å tilby tilpassede og verdiskapende tjenester tilrettelegger du for langvarige kunderelasjoner.

Kommunikasjon

6.

Det er viktig å være klar og tydelig i kommunikasjonen med kunden. Dette skaper tillit, reduserer faren for misforståelser og legger grunnlaget for positive og produktive relasjoner. I tillegg er det med på å forebygge mulige konflikter, og sikre at eventuelle problemer løses raskt.

Det er viktig å forklare konsepter og anbefalinger på en måte som kunden forstår. Unngå å bruke fagsjargong og tekniske begreper med mindre kunden er fortrolig med terminologien. Tydelig kommunikasjon rundt tidsplaner, mål og mulige utfordringer er dessuten med på å styre kundens forventninger i en realistisk retning, slik at skuffelser langt på vei unngås.

Tå være åpen i kommunikasjonen er avgjørende for å gi et tillitsvekkende og troverdig inntrykk overfor kundene. Gjennom en ærlig og åpen dialog legger du grunnlaget for de langvarige relasjonene som virksomheten din avhenger av.

Tips til hvordan du kan bli bedre på å kommunisere med kundene

Ved å følge disse tipsene kan du få en bedre kommunikasjon med kundene og på den måten styrke kunde-relasjonene:

1. Lytt aktivt: Lytt aktivt ved å fokusere på, forsøke å forstå, respondere på og merke deg det som blir sagt. Dette vil gjøre at kunden føler seg hørt og verdsatt.

2. Klar og konsis språkbruk: Snakk i klartekst og unngå å bruke fagsjargong.

3. Oppmuntre til tilbakemeldinger: Gjør det enkelt for kundene å komme med tilbakemeldinger. Bruk tilbakemeldingene som verktøy for å forbedre og spisse tjenestene du tilbyr.

5. Kom med jevnlige oppdateringer: Gi jevnlige oppdateringer på hvordan ting løper av seg. Ved å holde kundene informert reduserer du usikkerhet. .

4. Vær åpen: Snakk åpent om utfordringer, risikoer og mulige problemer. Kundene setter pris på at du er åpen og ærlig – også når det er snakk om dårlig nytt.

6. Tilpass deg kommunikasjonsmåten som kunden foretrekker: Finn ut hvordan kunden vil at kontakten mellom dere skal legges opp. Mens enkelte kunder foretrekker e-post, vil andre helst ha telefonsamtaler eller møter ansikt til ansikt.

7. Dokumenter avtaler: Dokumenter avtaler, forventninger og mål skriftlig for å unngå misforståelser.

8. Vis empati og forståelse: Vis empati ved å forsøke å se ting fra kundens ståsted. Sett deg inn i bekymringene som kunden opplever, slik at dere kan jobbe sammen om å løse dem.

7. Bruk teknologi i kommunikasjonen med kunden

7.

Innenfor regnskapstjenester er teknologi av avgjørende betydning for kommunikasjonen med kunden. Det finnes en rekke verktøy og applikasjoner som kan effektivisere prosesser og muliggjøre mer effektive kommunikasjonskanaler mellom regnskapsførerne og kundene. Teknologien kan optimalisere arbeidet på følgende måter:

Automatisering av regnskap:

Skybasert programvare for regnskapsføring og økonomistyring automatiserer rutineoppgaver som bl.a. fakturering, utgiftssporing og avstemming. Denne automatiseringen reduserer risikoen for feil, og gir regnskapsførerne mulighet til å konsentrere seg om viktigere aktiviteter.

Rapportering i sanntid: Ved bruk av skybasert programvare for regnskapsføring og økonomistyring har regnskapsførerne og kundene dessuten alltid tilgang i sanntid til finansielle data, og kan fatte beslutninger raskere på grunnlag av oppdatert informasjon.

Sikker kommunikasjon: Kundeportaler gjør det mulig å utveksle sensitive økonomiske opplysninger på en trygg måte. Det at kundene trygt kan laste opp dokumenter, åpne rapporter og kommunisere med regnskapsførerne uten bruk av e-post, reduserer faren for datainnbrudd. En annen fordel med portaler er at de gjør det enkelt å **dele og lagre dokumenter**, slik at begge parter alltid har tilgang til nyeste versjon.

Kommunikasjonsplattformer og samarbeidsverktøy:

Videokonferanseplattformer og verktøy for prosjektstyring gjør at regnskapsførerne og kundene kan kommunisere i sanntid uavhengig av hvor de befinner seg. Dette tilrettelegger for en mer effektiv dialog og tettere samarbeid.

Direktemeldinger og integrerte chat-

tetfunksjoner: Bruk av applikasjoner eller programvare for direktemeldinger gjør det mulig å kommunisere raskt og effektivt ved spørsmål og oppdateringer.

Få mer fornøyde kunder med Kohos billett- og kundeportal

Koho PSA har en integrert løsning i form av en billett- og kundeportal som hever tjenestekvaliteten ved å forbedre kommunikasjonen mellom regnskapsfirmaet og kundene. Portalen gjør det enkelt å søke etter informasjon og ajourføre oppgavelister, og bidrar dermed til mer effektive arbeidsprosesser og fornøyde kunder.

PSA-programvare: PSA-programvare (Professional Services Automation) er særlig praktisk for regnskapsfirmaer, da de muliggjør effektiv håndtering av månedlige rutineoppgaver. Programvaren effektiviserer arbeidsflyten ved å sørge for at samtlige oppgaver faktureres med riktig beløp og til riktig kunde. PSA-programvare støtter omfattende automatisering, og øker effektiviteten generelt ved å gjøre det mulig å opprette brukerspesifikke, egendefinerbare arbeidsflyter. Med PSA-programvare kan du

- fakturere prosjekter, arbeidstimer og kontrakter på en fleksibel måte
- administrere kunderelasjoner fra innledning av kundeforhold til fakturering
- effektivisere arbeidsflyten og minimere feil ved hjelp av styring av rutineoppgaver
- registrere arbeidstimer på en hensiktsmessig måte alt etter situasjon
- tilordne ressurser og administrere oppgavefordelingen blant medarbeiderne optimalt
- øke lønnsomheten gjennom oppdatert rapportering
- minimere den manuelle arbeidsmengden gjennom automatisering

PSA-programvare kan i mange tilfeller **integres** sømløst i annen programvare (f.eks. systemer for regnskapsføring og økonomistyring) for å skape en smidig dataflyt mellom systemene.

Hvordan integreres Koho PSA?

Koho PSA-samlingen omfatter over 70 ferdige integrasjoner. Kombinert med støtten for toveis integrering av Koho PSA (REST API) åpner dette for smidig bruk av beste tilgjengelige programvare.

Koho PSA tilpasser seg bedriftens behov

Et særtrekk ved Koho PSA er muligheten til omfattende tilpasning av standardfunksjoner ut fra bedriftsspesifikke behov. Arbeidsflytene kan legges opp nøyaktig etter hva bedriften trenger, og forhåndsinnstillingene sørger for at dette kan gjøres effektivt og billig.

Uansett om du driver en stor eller liten bedrift, kan Koho PSA effektivt skaleres smidig etter behov. Koho PSA kan konfigureres akkurat så enkelt eller avansert som virksomheten din krever, og sikrer at du får en fleksibel og skreddersydd løsning som innfrir dine spesifikke krav. Da vi oppdaterer Koho PSA fortløpende ut fra tilbakemeldinger fra kundene, er det et trygt og bærekraftig valg.

Integrering av teknologi i regnskapsføringen er et vesentlig pluss for kommunikasjonen med kunden. Økt effektivitet, større presisjon og tilgang til data i sanntid tilrettelegger for produktivt samarbeid og informert beslutningstaking. De teknologiske fremskrittene kommer ikke bare regnskapsførerne til gode, de løfter samtidig den totale kundeopplevelsen.

Selskapene i regnskapsbransjen kan følge opp og måle kundetilfredsheten ved hjelp av ulike metoder og strategier.

Disse innbefatter:



Spørreundersøkelser blant kundene:

Lag og send ut spørreundersøkelser til kundene for å få tilbakemeldinger på tjenestene dine. Ta med spørsmål om kommunikasjon, tilgjengelighet, nøyaktighet og generell tilfredshet. Bruk både åpne og lukkede spørsmål for å samle inn kvantitative og kvalitative data.



Net Promoter Score (NPS):

Bruk Net Promoter Score-system for å måle sannsynligheten for at kundene dine anbefaler bedriften din til andre. Dette er et verktøy som allerede brukes av en rekke regnskapsfirmaer.

- Still kundene et enkelt spørsmål: «Hvor sannsynlig er det på en skala fra 0 til 10 at du anbefaler tjenestene våre til en venn eller kollega?»
- Klassifiser svarene som Promotør (9–10), Nøytral (7–8) og Kritiker (0–6) for å beregne NPS.



Tilbakemeldingssamtaler:

Gjennomfør jevnlig tilbakemeldingssamtaler med kundene dine for å få vite mer om opplevelsene deres, hva som opptar/bekymrer dem og om de har forslag å komme med.



Nøkkellindikatorer (KPI-er): Definer og følg opp KPI-er for kundetilfredshet. Dette kan være f.eks. svartid ved kundebehandlinger, nøyaktighet i finansrapporter og overholdelse av tidsfrister. Analyser KPI-dataene med jevne mellomrom for å identifisere områder som kan forbedres, og for å følge med på utviklingen over tid.



Omtaler og anbefalinger på nett:

Oppmuntre kundene dine til å legge igjen en omtale på nett av bedriften din (f.eks. på Google My Business eller et bransjespesifikt nettsted). Følg med og svar på nettomtaler for å vise at du tar kundetilfredsheten på alvor.



Benchmarking: Sammenlign hvordan bedriften din presterer og scorer på kundetilfredshet i forhold til resten av bransjen. Identifiser områder der du ligger foran eller bak konkurrentene, og bruk denne innsikten til å forbedre tjenestene du tilbyr.



Interne tilbakemeldingssløyer: Gi teammedlemmene mulighet til å dele kundetilbakemeldinger og -informasjon via interne prosesser. Skap en vekstkultur ved å oppmuntre medarbeiderne til å komme med innspill til hvordan dere kan øke kundetilfredsheten.

Resultater fra spørreundersøkelsen om kundefokus hos regnskapsfirmaer

9.

Vi gjennomførte en spørreundersøkelse blant **regnskapsfirmaene** om **kundefokus**. I denne undersøkelsen, som ble utført i desember 2023, fikk vi inn svar fra til sammen 64 finske regnskapsfirmaer i ulike størrelsesordener.

Rundt **42 %** mente at dagens kunder er mer tilbøyelige til å bytte regnskapsfirma. Dette er et interessant punkt det er verdt å undersøke nærmere. Kan grunnen til at det er enkelt å bytte, være at flere firmaer tilbyr lignende tjenester? For eksempel kan det være at det blir brukt samme system for regnskapsføring og økonomistyring, slik at det ikke er noe fiksfakseri å gå over til et annet firma. Eller er det kanskje misnøye med det aktuelle firmaet som ligger til grunn? Hvis ja, hva er det kunden er misfornøyd med?

I undersøkelsen ble respondentene spurt om de anså en kundefokusert tilnærming som viktig for å holde på kundene. **96 %** svarte ja på dette.

Det ble også spurt om hvilke tiltak respondentene hadde tatt for i større grad å holde på kundene. Mindre enn halvparten oppga å investere i datasikkerhet. Mer enn **60 %** av respondentene praktiserer aktiv rådgivning. **54 %** av respondentene har proaktiv kunde-kontakt.

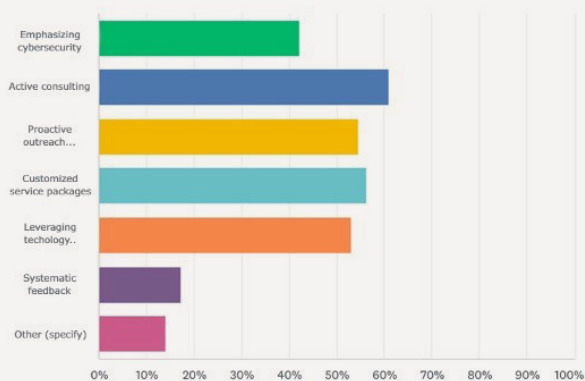
Det var mange åpne svar på spørsmålet om hvor ofte respondenten kontakter kundene proaktivt. De som gikk igjen mest, var «månedlig» eller «et par ganger i måneden». Dette kan ha sammenheng med den månedsbaserte måten regnskapsfirmaene jobber på. Det var imidlertid også dem som svarte «daglig» eller «nesten hver dag» og «et par ganger i året». Mange påpekte at det ikke var mulig å gi ett enkelt svar, da det i stor grad avhenger av kunden og kundens behov og tjenestepakke.

Mer enn halvparten (**56 %**) av respondentene bruker allerede tilpassede tjenestepakker, og **53 %** benytter seg av teknologi. **72 %** av respondentene oppga å ha et system for kundestyring – f.eks. et CRM- eller ERP-/PSA-system med CRM-funksjonalitet.

Det kanskje mest interessante funnet i spørreundersøkelsen var at det overveiende flertallet (ca. **83 %**) ikke hadde prosesser for å samle inn tilbakemelding fra kundene om tjenesten de selger. Her har man et klart forbedringspotensial.

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

64 answered 0 skipped



Taktiker for å sikre kundefokus

10.

Vi vil nå legge frem ulike taktikker som regnskapsførerne kan bruke for å få en mer kundefokusert tilnærming og skape bærekraftige og lojale kunderelasjoner.

Lytt aktivt: Lytt aktivt til kundene dine for å få en forståelse av hva de trenger, hva som opptar/bekymrer dem og hvilke mål de har. Still spørsmål og vis oppriktig interesse for den økonomiske situasjonen deres. Dette hjelper deg å skreddersy tjenester ut fra hva kundene konkret har behov for.

Tilpass: Behandle hver kunde som et individ med unike økonomiske behov. Tilpass tjenestene og rådene du gir, ut fra kundens konkrete situasjon. Et skreddersydd opplegg er med på å skape tillit og lojalitet.

Vær tydelig i kommunikasjonen: Før en åpen dialog med kundene. Forklar økonomiske konsepter og anbefalinger på en tydelig og lettfattelig måte. Unngå å bruke fagsjargong og tekniske begreper med mindre kunden er fortrolig med terminologien.

Hold tidsskjemaet: Sørg for at du overholder tidsfrister og leverer tjenestene til den tiden du skal. De fleste kunder setter pris på at henvendelser blir raskt besvart og at finansrapporter og dokumenter leveres til riktig tid.

Del kunnskap: Det kan være en tidkrevende prosess å gi kundene innføringer i økonomiske forhold, skattelovgivning og andre relevante emner. Ved å formidle denne kunnskapen bidrar du imidlertid til at kundene dine kan ta velinformerte beslutninger og får tillit til ekspertisen du sitter med.

Vær tilgjengelig: Vær tilgjengelig og enkel for kundene dine å nå. Svar raskt på e-poster og anrop og forsøk å sette opp møter og konsultasjoner etter slik kundene dine foretrekker det.

Vær i forkant: Forutse proaktivt kundenes behov. Hvis du for eksempel legger merke til endringer i kundenes økonomiske situasjon, kontakter du dem og forklarer hvordan du kan hjelpe med å justere de økonomiske planene deretter.

Følg opp jevnlig: Ta gjennomgangsmøter med kundene jevnlig, også når det ikke er noe som brenner. Du viser på den måten at du er opptatt av at de skal oppnå best mulig resultat, og får samtidig vite om noe kan ha endret seg i virksomheten deres.

Hent inn tilbakemeldinger: Oppmuntre kundene dine til å gi tilbakemeldinger på tjenestene dine, og ta særlig til deg konstruktiv kritikk. Bruk tilbakemeldingene til hele tiden å forbedre tjenestene du tilbyr.

Tilby verdiskapende tjenester: Tilby verdiskapende tjenester i form av økonomiplanlegging, investerings- eller virksomhetsrådgivning, alt etter hvilken ekspertise du besitter.

Gjør bruk av teknologi: Tilby tjenestene dine gjennom moderne og stadig mer avansert programvare for regnskapsføring og økonomistyring, slik at du kan samarbeide produktivt og dele informasjon i sanntid med kundene dine.

Ta datasikkerheten på alvor: Påse at kundenes finansopplysninger lagres og behandles trygt og fortrolig. Beskytt dataene på en forsvarlig måte, og informer kundene om hvordan datasikkerheten ivaretas hos bedriften din.

Sørg for kvalitetssikring: Påse at arbeidet du leverer, holder høy kvalitet. Forsikre deg om at økonomirapporter og ligningspapirer er korrekte, da feil kan gjøre at kundene får mindre tillit til deg.

Skaff deg faglig påfyll: Hold deg oppdatert på beste praksis i bransjen, skattelovgivningen, forskrifter og endringer. Det at du hele tiden oppdaterer og styrker kompetansen din, gjør at kundene fester større lit til ekspertisen du tilbyr.

Involver kundene: Involver kundene i beslutningsprosessene. Dette er særlig viktig i komplekse økonomiske saker.

I spørreundersøkelsen vår kom det fram at det store flertallet av respondentene (rundt **83 %**) ikke har prosesser for å samle inn tilbakemelding fra kundene om tjenesten de selger. Dette er en grov forsømmelse, da innhenting av tilbakemeldinger er en sentral del av det å ha en kundefokusert tilnærming i regnskapstjenester.

Denne rapporten gir bedrifter i regnskapsbransjen verdifull innsikt. Målet er å tilby praktiske måter å forbedre kunderelasjonene på og styrke den kundefokuserte tilnærmingen.

En kundefokusert tilnærming hjelper deg å skille deg ut blant konkurrentene og bygge omdømme som ekspert i bransjen. Dette vil samtidig gjøre det enklere for deg å rekruttere de beste medarbeiderne.



Ikke nøl med å kontakte oss hvis du vil utforske nærmere hvordan regnskapsfirmaet ditt kan styrke tjenestetilbudet sitt og bli enda mer lønnsomt:

<https://www.kohopsa.com/contact-us/>



Koho Sales Oy

www.kohopsa.com