

Lars Engbork
Adm. direktør
Visma e-conomic

De danske revisorer kan blive drivkraften i den digitale omstilling

Christian Rasmussen
CCO og partner
Beierholm

Vi skal spille hinanden gode

Camilla Hesselby
Faglig direktør i FSR
– danske revisorer

Revisorerne kan hjælpe den digitale omstilling på vej

FREMTIDEN FOR DANSKE REVISORER

Fra regnskab til rådgivning

crediwire

Vi har med denne rapport forsøgt at vise, hvad fremtiden for de danske revisorer indebærer. Vi har evalueret den digitale udvikling og det omkringliggende potentiale. Vi har talt med nogle af de mest spændende og fremtrædende profiler fra den danske finansielle scene, og vi har forsøgt at konkretisere, påpege og ikke mindst bane vejen for mere handling.

Vi håber vi kan være med til at inspirere dig til, hvordan fremtiden kan se ud, og hvilke muligheder digitaliseringen fører med sig, så du kan få mere tid til at skabe værdi i dit arbejde.
Rigtig god læselyst.



EXECUTIVE SUMMARY

1. Vi går glip af milliarder

Vi er så langt med udviklingen, at det nu er muligt at skabe digitale løsninger, der er markant smartere end deres 'fysiske' pendant. Netop den form for digitalisering er et område med et stort milliardpotentiale for de danske virksomheder og det danske samfund.

2. Rådgivning skal skabe stærkere virksomheder

Mange virksomheder mangler et indgående kendskab til deres økonomi. Revisorerne spiller en helt central rolle i forhold til at rådgive virksomhederne og dermed skabe stærkere virksomheder. Til gavn for virksomhederne, den finansielle industri og samfundet som helhed.

3. Big data vs good data

Mere er ikke altid bedre. Man bør i stedet tage udgangspunkt i den data, der eksisterer. Data er grundlaget for den gode og nærværende rådgivning og er derfor helt central i den digitale udvikling.

4. Vi har et fælles ansvar

Samtlige profiler der medvirker i denne rapport er enige om, at vi har et fælles ansvar for at uddanne og rådgive virksomhederne om deres muligheder. Et fælles ansvar for at trække revisorgerningen ud af skyggen fra årsregnskabet og ind i lyset, så virksomhederne kan se potentialet i at have en rådgiver.

På side 25 har vi lavet en liste over helt centrale ting, som virksomhederne bør efterspørge hos deres revisor.

5. Work smarter

Hvis der skal være plads til bedre og mere nærværende kunderådgivning, må revisorerne optimere og automatisere de tidskrævende manuelle processer. Men det er ikke blot kunderne, der har fordel af optimering og automatisering. Revisionsbranchen er en branche, der tydeligt er præget af sæsoner. Der er en uligevægtig fordeling af arbejdsbyrden for de fleste revisorer set hen over et kalenderår.

Sådan behøver det ikke være.

6. Kampen om talenterne

Med den digitale udvikling er der naturligt kommet et behov for nye kompetencer i branchen. Specifikt tech-kompetencer. Talenter der forstår at sætte digitale løsninger og systemer sammen på en måde, som giver det korrekte output, hver gang. Det er vigtigt, at det bliver et branchefokus, så vi kan få vendt talentknapheden og få skabt en udvikling.

7. Fremtiden er stadig drevet af mennesker

Robotterne må vente lidt endnu. Det er stadig mennesker, der kommer til at drive og styre udviklingen i fremtiden. Vi skal have flere hænder til at gribe de digitale muligheder, implementere, analysere, rådgive og udvikle. Der er masser arbejde for mennesker i den finansielle sektor i mange år fremad, og digitaliseringen skaber et spændende miljø med hastig udvikling.

INDHOLDSFORTEGNELSE

- 5 Forord**
- 7 Indledning**
- 8 Fra regnskab til rådgivning**
- 9 Vi skal spille hinanden gode**
Christian Rasmussen, CCO og partner hos Beierholm
- 12 Værdi for vores kunder er en helt central opgave**
Henrik Trangeled Kristensen, Partner hos PwC
- 15 Fra buzzword til implementering**
Jesper Lohmann Andersen, Senior Manager & Head of BSO Development hos BDO
- 19 Paradokset i revisorbranchen**
Morten Høgh-Petersen, Partner hos KPMG
- 22 Revisorerne kan hjælpe den digitale omstilling på vej**
Camilla Hesselby, Faglig direktør hos FSR – danske revisorer
- 25 Det skal du spørge din revisor om**
- 26 Manglende digitalisering koster danske virksomheder milliarder**
Lars Engbork, CEO hos Visma e-economic
- 29 Stærkere virksomheder er godt for samfundet**
Carsten Rohde, Professor hos Copenhagen Business School
- 31 Hvad drømmer dine kunder om**
- 32 Vi står på tærsklen til en ny digital æra**
Erik Damgaard, CEO og stifter hos Uniconta
- 35 De digitale rådgivere**
Erik Nørskov, Digitaliseringskonsulent hos Krøyer Pedersen
Jonas Bødker-Iversen, statsautoriseret revisor og partner hos Kvist & Jensen
Mads Palle, økonomi- og systemkonsulent hos Christensen Kjærulff
Rune Westensee, revisor HD-R hos Tal og Tanker
Kenni Scheidle, digitaliseringschef hos Partner Revision
Thomas Søgaard, partner hos One Revision
- 44 En digital kickstart**
Kristian Konradsen, CCO hos Zigifikant
- 47 In or on your business - Tag ansvar og skab værdi**
Frederik Sandgrav, Administrerende direktør hos Sandgrav Solutions
- 50 Kom tættere på dine kunder med automatiseret bogføring**
Steffen Ekelund, Head of Commercial hos Kontolink
- 53 CEO POV - Kære rådgiver, det er tid**
- 54 Konklusion**

FORORD

Lars Engbork, Adm. direktør hos Visma e-economic

Vi befinder os midt i en brydningstid. En tid præget af coronakonjunktur, digitalisering og banebrydende forandringer i den danske revisionsbranche. Forandringer som stiller store krav til både rådgivere og virksomheder om at følge med udviklingen.

Forandringer som også skaber et hav af muligheder for at effektivisere og skabe større forretningsindsigt hos både de danske virksomheder men i den grad også hos landets revisorer. Og de muligheder skal vi gribe. Det handler simpelthen om at turde tage det første skridt. I fællesskab. For selvom digitalisering griber ind i hverdagen med ændringer af daglige arbejdsgange, som kan virke overvældende for mange, så er mulighederne for at skabe mere værdi for den danske revisionsbranche og de danske virksomheder for store til at lade passere.

Digitalisering er en god forretning

Seneste eksempler fra både håndværks- og ejendomsadministrationsbranchen viser da også, at selvom man er en lille- eller mellemstor virksomhed, så er der mange penge at hente ved at lade sin forretning digitalisere. Ved at koble én eller flere digitale løsninger til et regnskabsystem oplever de danske håndværkere og ejendomsadministratorer nemlig, at omsætningen per medarbejder overstiger deres ikke-digitaliserede konkurrenters omsætning med henholdsvis 60 og 110% per medarbejder.

En tendens vi forventer vil gøre sig gældende på tværs af brancher. Der ligger altså et kæmpe uforløst digitalt potentiale forude, som blot venter på at blive indfriet, og det skal vi i fællesskab hjælpe de danske virksomheder med.

De danske revisorer kan blive drivkraften i den digitale omstilling

Størstedelen af de danske virksomheder er i dag tilknyttet en revisor, som rådgiver dem i det daglige, og derfor kommer revisorerne til at spille en afgørende rolle i hvor hurtigt, trygt og gnidningsfrit dansk erhvervsliv omstilles til digital drift. Ved hjælp af få digitale opgraderinger af virksomhedernes regn-



skabssystemer kan fremtidens rådgivere nemlig skabe enorm værdi til fordel for både revisorerne selv og deres kunder. For med digitalisering af regnskabet kommer effektivisering og bedre indsigt i forretningen. Effektivisering i form af automatisering af tunge, administrative processer hos de danske virksomheder og hos revisoren, som frigiver tid til bedre rådgivning. Og indsigt i form af et mere gennemsigtigt og realtids-opdateret regnskab, som skal bane vejen for øget værdibaseret rådgivning.

En ny form for rådgivning som skal sikre, at de danske virksomheder kan træffe strategiske beslutninger på et langt mere oplyst og opdateret grundlag fremadrettet. Det kalder vi totalrådgivning.

Digitale løsninger skal udvikles med afsæt i reelle behov

Som virksomheden bag Danmarks førende regnskabsprogram med godt 160.000 kunder, ser vi det som vores ansvar at udvikle digitale løsninger, der bidrager til at digitalisere Danmark. Derfor er vi dagligt i dialog med både revisorer og virksomheder for at afkode hvilke digitale regnskabsløsninger, der vil give størst værdi i dagligdagen.

De problemer, som virksomhederne slås med derude netop nu er, at de skal træffe beslutninger ud fra et

historisk dataset, og at de ikke kan få data fra diverse systemer til at tale sammen og dermed har et uigen-nemsgtigt datagrundlag at administrere og likvidi-tetstyre deres forretning efter. De problemer agter vi at løse i samarbejde med konkurrenter, samarbejds-partnere og landets revisorer. Nye digitale løsninger er allerede på markedet og andre er på vej, men det kræver mod og stærk samarbejdsvilje at implemente-re dem og komme i mål for kunderne.

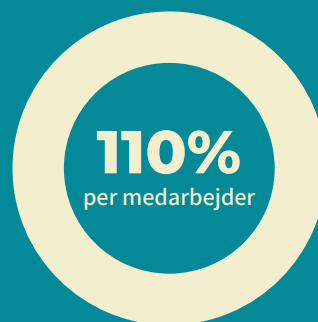
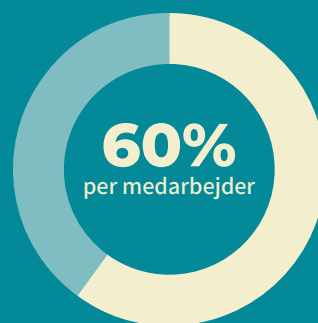
Smidigt og indsigtfuldt samarbejde skaber stærkere virksomheder

Et område som netop har optaget os hos Visma e-co-nomic det seneste år er, hvordan de digitale regn-skabsløsninger skal kunne hjælpe de danske virksom-heder til et mere smidigt og indsigtfuldt samarbejde med deres revisorer. Derfor har vi arbejdet hårdt på at strømline de mange touchpoints, der er revisor og kunde imellem i vores cloudbaserede regnskabssy-tem samt på at gøre integration til business intelli-gence-værktøjer muligt, så revisorerne bliver bedre rustet til at analysere virksomhedernes data på tværs af datakilder og styrke kvaliteten af deres rådgivning. På den måde kan revisoren nu rådgive virksomheder-ne om alt fra ressourceoptimering, til hvornår det fx er nødvendigt at tilføre virksomheden kapital med langt større indsigt og præcision, end hvad der tidligere var muligt. Uagtet udbyder, så er det den vej virksomhe-derne og revisionsbranchen skal gå, hvis revisorer-ne for alvor skal gøre sig gældende i en digitaliseret verden fremover.

Fælles kommunikationsindsats skal bane vejen

Med digital omstilling kommer også opbrud med gamle vaner og indgroede mønstre, som skal aflæres og nye skal tillæres. Det er ikke noget, vi som menne-sker er trygge ved, og derfor yder vi ofte naturlig modstand herimod. Med andre ord er digitaliserings-paratheden ikke i top hos de danske virksomheder. Derfor kræver digital omstilling først og fremmest en øget kommunikationsindsats målrettet de danske virksomheder, så de bedre ser værdien af de mange, nye digitale løsninger og hvad digital omstilling helt konkret kræver af dem.

Den opgave bør løses af det offentlige og private aktører imellem, så vi kan sikre en effektiv digital trans-formation. På den måde kan vi skabe grobund for mere indsigtfuld revisionsrådgivning og bidrage til sundere danske virksomheder til gavn for dansk erhvervsliv og det danske samfund - sammen.



”Ved at koble én eller flere digitale løsninger til et regnskabssystem oplever de danske håndværkere og ejendomsadministratorer nemlig, at omsætningen per medarbejder overstiger deres ikke-digitaliserede konkurrenters omsætning med henholdsvis 60 og 110% per medarbejder.”

INDLEDNING

Digitaliseringen er skyllet ind over revisorbranchen som en uundgåelig bølge, som revisorerne er tvunget til at ride med på, hvis de altså ikke vil oversvømmes. Digitaliseringen har især vist sig at ændre måden, revisorerne løser deres arbejdsopgaver på, blandt andet fordi bølgen har skyllet nye værktøjer op på sandet, mange af dem takket være fintech-virksomheder, der byder på innovative og brugbare løsninger.

Digitaliseringen i revisorbranchen er ikke noget nyt, og den vidner om, at branchen er mere progressiv, end de fleste tror. At der findes en forståelse af, at man er nødt til at ride med på bølgen og i visse tilfælde gå forrest. Dog er virkeligheden, at alt forandring er svær. Hvorfor ændre på tingene, når det egentlig fungerer, som det er?

Det er netop denne problemstilling, denne rapport fokuserer på - at hjælpe digitaliseringen i revisorbranchen fra snak til handling. Vi undersøger de kommercielle muligheder, skaber et billede af håndgribelige erfaringer fra andre revisorer og tydeliggør, at digitaliseringen kan implementeres succesfuldt i overskuelige og kontrollerbare bider.

Udviklingen fokuserer på automatisering af klassiske revisoropgaver og stiller nye krav til, hvad kunderne

efterspørger fra deres revisor. Øverst på kundernes liste står rådgivning.

Derfor er det tid til en transformation af den digitale oplevelse, så revisorerne får tid til mere rådgivning. Det er tid til at implementere en mere digital agenda med konkrete digitale løsninger helt ud i de lokale afdelinger, helt ude hos kunderne, fordi det er her, at den digitale udvikling rent faktisk kan ske. Det er her, revisorerne finder ud af, hvad der virker, og hvad der ikke virker. Der er her, revisorerne viser deres kunder en ny virkelighed med nye muligheder og mere værdi.

Potentialet af den digitale udvikling kræver selvfølgelig, at revisorerne er klar til at gribe mulighederne og omstille sig til de digitale løsninger.

Men hvordan ser mulighederne egentlig ud?

Det kigger vi på i denne rapport gennem interviews med nøglepersoner fra den danske revisorbranche. Du skal blandt andet møde Lars Engbork, CEO Visma e-economic, Christian Rasmussen, CCO Beierholm, Camilla Hasselby, Faglig Direktør FSR og mange flere, der er med til at skabe et billede af udviklingen, mulighederne og fremtiden i revisorbranchen.

FRA REGNSKAB TIL RÅDGIVNING

I 2020 lavede vi i Credewire en undersøgelse med deltagelse fra mere end 50 danske revisorer. Vores mål var at undersøge, hvordan revisorbranchen kan blive endnu bedre, tiltrække spændende talenter og skabe mere effektive arbejdsgange. Det viste sig hurtigt, at vellykket digitalisering går forud for at skabe en endnu bedre revisorbranche.

Her følger en destilleret udgave, der udover at være en opsummering, lige så meget er en tyk streg under vigtigheden af digitaliseringen i revisionsbranchen og den bredere finansielle sektor.

Svarene fra de 50 revisorer skaber et billede af hvilke digitale udviklinger, der har vundet indpas i branchen. Det er nemlig væsentligt, at den digitale udvikling først giver mening, når målgruppen rent faktisk tager de nye løsninger til sig. Det er en udvikling, der kræver aktiv handling og implementering, hvis den skal give mening og fungere.

“De kedelige processer bliver erstattet af automatiske processer, som vil give mig mere tid til de mere spændende opgaver.”

Anne Mette, Talknuser

Susanne Andersen fra Revisionssselskabet siger blandt andet: “Elektroniske underskrifter gør tingene meget lettere. Både til hverdag men især under corona-lock-down, hvor vi var henvist til digitale møder online. Her giver det god mening at kunne underskrive digitalt.”

Øget digitalisering stiller nye krav

Den øgede digitalisering stiller nye krav til revisorerne, der nu i stigende grad forventes at være rådgivere og sparringspartnere med det mål at skabe stærkere virksomheder.

De revisorer, der griber de digitale muligheder nu, har et solidt fundament at bygge deres fremtidige forretning på, hvorimod de, der fortsætter uændret, vil risikere at komme til at kæmpe med forældede arbejdsgange, faldende efterspørgsel og en usikker fremtid. Næstformand for Cereda, Carsten Fohlmann, peger specifikt på, at udviklingen vil betyde en ændring i revisorerne prissætning:

“Kunden skal se værdi i det, vi laver, og derfor tror jeg på værdibaseret prissætning.

Når vi kigger ud i fremtiden, er der ingen tvivl om, at udviklingen vil fortsætte, og vi vil se en stadig større adaption af digitale løsninger. Der vil kun opstå flere muligheder for automatisering af arbejdsprocesser, og det gør, at både revisorerne arbejdsopgaver vil ændre sig, og det samme vil deres rolle.

Hvordan kan fremtidens revisor forfølge og implementere digitaliseringen?

1. Revisorer bør skifte fokus fra analoge til digitale arbejdsprocesser
2. Regnskabsudarbejdelsen ændrer sig og bliver automatiseret
3. Revisorerne skal prioritere at bruge ressourcer på at følge udviklingen
4. Rådgivning bliver fremtidens forretningsmodel for revisorer
5. Der er et øget fokus på kundebehov og kundekontakt



”Jo mere vi ved, des bedre beslutninger kan vi tage, og jo stærkere virksomheder kan vi være med til at udvikle.”

Christian Rasmussen
CCO og partner hos Beierholm

VI SKAL SPILLE HINANDEN GODE

Christian Rasmussen, CCO og partner, Beierholm

Christian Rasmussen er CCO og partner hos Beierholm. Beierholm rådgiver virksomheder i hele Danmark med særligt fokus på mindre og mellemstore virksomheder. Fra den nystartede iværksætter, der har brug for tryghed og sparring, etablerede virksomheder, der vil erobre nye markeder eller konsolidere deres position, til større virksomheder, der har brug for mere kompleks rådgivning.

Beierholm og Christian Rasmussen har desuden et skarpt fokus på, hvordan de digitale muligheder kan hjælpe kunderne til at få overblik og automatisere arbejdsgange, så der frigøres tid og ressourcer til kerneforretningen.

“Vi skal udnytte digitaliseringen til at forenkle processer og gennemskue kompleksiteten i forretningen. Og vi skal udnytte data til at skabe overblik og det bedste grundlag for kommercielle beslutninger,” fortæller Christian Rasmussen og fortsætter:

“Det handler om at spille kunderne gode. Vi skal altid stille med digitale værktøjer, der er skræddersyede til kunden og med de mest kompetente rådgivere, som efter afdækning af muligheder og udfordringer er i stand til at sammensætte en løsning, som kunden føler sig tryk i.”

Digital er en forudsætning for forståelse

“Det er afgørende, at man som rådgiver kender sine kunder og deres forretning. Man skal grundlæggende forstå deres forretningsmodel, og have indsigt i, hvor det reelt er, at værdiskabelsen i virksomheden sker.

Forudsætningen for dette er, at man har overblik over virksomhedens performance, og det kræver at man har styr på sine data. Og det har man kun fuldt ud, hvis ens forretning er digital”, forklarer Christian Rasmussen.

For rådgiverne gør de digitale muligheder det stadig nemmere at forstå kundernes forretning og få den fornødne indsigt til at yde den rigtige rådgivning.

Christian Rasmussen peger på to essentielle punkter, når det kommer til forståelse af sine kunder:

1. Brugbar data og opdaterede nøgletal – Hvilke produkter er mest rentable? Er der produkter der tabes penge på eller er der ”tidsrøvere” i arbejdsprocesserne, skal der kigges på sælgernes adfærd. Er lagerbindingen for stor? Hvordan er benchmark i forhold til konkurrenterne osv. Alt for mange beslutninger i mindre og mellemstore virksomheder træffes for en stor del på baggrund af mavefornemmelse, og man er ikke klar over, hvor meget anvendelse af data kan opkvalificere beslutningerne.

2. Brancheindsigt og forståelse for, hvor branchen er på vej hen – Det er afgørende, at man forstår de dynamikker og rammevilkår, branchen agerer i, eksempelvis i forhold til konkurrence, købsadfærd o.l. Men man skal også have en god fornemmelse for, hvor branchen er på vej hen, og hvad der kan forventes at ske lige rundt om hjørnet. Ofte ser man virksomheder tabe momentum, fordi de ikke når at reagere på strukturelle eller konkurrencemæssige ændringer i branchen.

Øget fokus post-corona

Digitaliseringen har på en række områder taget fart under coronakrisen. Nedlukningerne har blandt andet presset virksomheder til at revidere deres forretningsmodel og eksempelvis tænke i alternative distributionskanaler. Og for nogle har det resulteret i en varig ændring i virksomhedens drift, og måske er der bygget et helt nyt forretningsben på virksomheden.

Heldigvis ser det ud til at pandemien er ved at slippe sit greb om verden og Danmark. Men det er ingen hemmelighed, at corona har påvirket mange danske virksomheder, og derfor er Beierholm ekstra opmærksom på deres kunders muligheder og udfordringer i denne tid.

“Generelt er der post-corona to helt centrale ting, vi fokuserer på i samarbejdet med vores kunder,” siger Christian Rasmussen:

1. Er der styr på drift og likviditet nu og i fremtiden?

2. Er der styr på forretningsmodellen?

- Hvilke nye ydelser kan skabe muligheder?

- Hvilke nye markeder er relevante?

- Hvilke nye kunder er spændende?

På den måde forsøger Beierholm at hjælpe kunderne med at navigere i et meget uforudsigeligt farvand. Det gælder både defensivt, hvor Beierholm hjælper med at håndtere udfordringer på kort og lang sigt, men også offensivt, hvor de hjælper med at sikre fortsat udvikling og øget konkurrencekraft.

Vi er en del af et økosystem

Digitaliseringen har gjort verden mindre og har faciliteret lettere samhandel på tværs af grænser og brancher. Det har skabt en situation, hvor virksomheder ikke behøver at foretage alle processer selv, men kan vælge at outsource udvalgte funktioner og processer til specialister. På den måde sikrer man, at hele værdikæden er understøttet bedst muligt.

”Man skal kende deres forretning, man skal have sans for at se mulighederne og på den måde kunne hjælpe sine kunder med at forstå mulighederne, så man sammen kan tage bedre beslutninger. Det kan man kun, hvis ens forretning er digital.”

“Det, at vi er en del af et økosystem, betyder også, at virksomheder kan gå sammen på tværs af brancher og skabe helt nye forretningsmodeller. Det sker mange steder i det små, uden at vi lægger mærke til det. Men når man ser de spektakulære virksomhedscases, hvor vi taler om disruption, er forretningsmodellen ofte skabt af flere virksomheder, der er gået sammen med udgangspunkt i det kommercielle økosystem,”forklarer Christian Rasmussen og fortsætter:

“For de mindre og mellemstore virksomheder er det en spændende situation, som kan være med til at skabe flere muligheder, men det kan også blive en sårbar situation, hvis de ikke har digitaliseret deres forretning.“

Det handler ikke om at skulle sætte strøm til noget

Ifølge Christian Rasmussen handler det om en udvikling, der har været undervejs længe, der endelig er ved at manifestere sig. Men det handler om at forstå udbyttet ved digitaliseringen og ikke blot gøre det for digitaliseringens skyld. Det digitale bliver først smart i det øjeblik, vi bruger digitale løsninger til at hjælpe os med at gøre vores arbejdsopgaver nemmere.

“Jeg synes, at det her sætter en tyk streg under vigtigheden af digitalisering. Det er et spørgsmål om overlevelse, så det handler ikke om digitalisering som et mål i sig selv, men et middel til at overleve og et middel til at se de værdifulde muligheder og få dem grebet på den rigtige måde,” siger Christian Rasmussen og fortsætter:

“Det at have en digital virksomhed er forretningskritisk, og alle revisorer bør være i gang med at digitalisere deres kunder alene for at kunne have et bedre grundlag for at rådgive - det har vi alle en interesse i.”

A close-up portrait of a middle-aged man with short, light brown hair, smiling warmly. He is wearing a light blue button-down shirt over a pink and white striped shirt. The background is a blurred office setting.

”Digitalisering er et vigtigt værktøj for at skabe mere værdi for vores kunder. Vi kan frigive tid, så vi kan fokusere mere på samarbejdet med og rådgivning af vores kunder. Det ser jeg som en helt central opgave.”

Henrik Trangeled Kristensen
Partner hos PwC

VÆRDI FOR VORES KUNDER ER EN HELT CENTRAL OPGAVE

Henrik Trangeled Kristensen, Partner hos PwC

“PwC er allerede i gang med en større digitalisering af processer og systemer, og det er vi fordi, vi fuldt ud anerkender de muligheder, digitaliseringen giver.”

Henrik Trangeled Kristensen er partner i PwC og har blandt andet ansvaret for at sikre, at revisionsteams bruger de værktøjer, der er til rådighed.

“Digitalisering er et vigtigt værktøj for at skabe mere værdi for vores kunder. Vi kan frigive tid, så vi kan fokusere endnu mere på samarbejdet med og rådgivning af vores kunder. Det ser jeg som en helt central opgave”, siger Henrik Trangeled Kristensen.

Læs med her om de muligheder data skaber, og hvordan udviklingen ser ud i fremtiden.

Tosporet digitalisering

Henrik ser digitalisering som middel til bedre rådgivning, og det er en tosporet vej. Den ene vej handler om, at alt flyttes til skyen, så data altid er tilgængelig og sikret bedst muligt. Så kan data anvendes til at assistere vores medarbejdere i deres arbejde samt at give indsigt, som kan deles med kunderne. Det andet spor handler om uddannelse af medarbejderne.

“Derfor er det naturligt for os at tage udgangspunkt i vores dygtige medarbejdere. Vi har en vigtig opgave i at sikre, at vores medarbejdere altid har de kompetencer, der er nødvendige for dem, for at kunne servicere deres kunder bedst muligt. Derfor er intern uddannelse og opkvalificering inden for dataanalyse en central del af digitaliseringen hos PwC,” uddyber Henrik Trangeled Kristensen.

Data er et omdrejningspunkt

Data er blevet mere tilgængelig, som et resultat af digitaliseringen. Henrik Trangeled Kristensen understreger vigtigheden af, at man formår at udnytte data og omdanne den til noget forståeligt og give indsigt.

“En stor del af det arbejde er naturligvis dataanalyse - det at forstå data og fremkomme med foreslåede handlinger og løsninger på reelle problemer. En anden vigtig del består i at formidle resultaterne til kunderne. Jo bedre vi er til at visualisere vores løsninger og foreslåede handlinger, des større er muligheden for, at vi skaber forståelse hos vores kunder. Det er alfa og omega, for det er rent faktisk her, vi kan skabe værdi,” påpeger Henrik Trangeled Kristensen.

Vi vil vide mere hurtigere

I PwC's dedikerede arbejde med digitaliseringen, byder fremtiden på endnu flere muligheder herunder kunstig intelligens, der kan blive et væsentligt hjælpeværktøj.

“Når vi har adgang til data, og vi ved hvilke punkter, vi skal se efter i vores kontrol og i vores rådgivning”

“Når vi har adgang til data, og vi ved hvilke punkter, vi skal se efter i vores kontrol og i vores rådgivning, så kan vi begynde at bruge kunstig intelligens til at hjælpe os med konstant at se på udviklingen i data og give besked med det samme, hvis noget afviger fra normen. For eksempel bruger vi allerede GL.ai i dag, som hjælper os med at finde mønstre i de mange finansielle data vi får fra vores kunder,” tilføjer han og fortsætter:

“Data, indsamling af data og sikker opbevaring af data er en grundsten i vores udvikling.

Det handler ikke så meget om at skabe ny data, det handler rigtigt meget om at få adgang til kundernes data, arbejde med den på den rigtige måde - få den sat op i vores systemer og få vores dygtige medarbejdere

”Jo bedre vi er til at visualisere vores løsninger og foreslåede handlinger, des større mulighed er der for, at vi skaber forståelse hos vores kunder. Det er alfa og omega, for det er rent faktisk her, vi kan skabe værdi.”

til at arbejde med data, så de kan give mere viden og indsigt til kunderne. Så kan de træffe bedre beslutninger og være med til at udvikle virksomheden.”


Data og interne processer

Når Henrik Trangeled Kristensen taler om data, understreger han også, at data spiller en væsentlig rolle internt. Revisorbranchen er underlagt travle sæsoner grundet frister på forskellige tidspunkter af året.

“Her er data også brugbar, for vi kan bruge den til at arbejde smartere. Vi vil meget gerne brede arbejdsbyrden ud over tid for at undgå spidsbelastningsperioder. Heldigvis kommer vi tættere og tættere på en situation, hvor vi kan forberede og lave centrale dele af arbejdet løbende henover året,” forklarer Henrik Trangeled Kristensen.

“Vi er klar over at vi er begyndt rejsen uden at kende alle svar på forhånd, men sådan er det med rejser, og det er sådan, man lærer - og sådan man lærer med og af sine kunder. Det er en væsentlig del af den måde, vi mener vi bliver ved med at være tæt på vores kunder på.”





”Hvis vi kan automatisere de manuelle processer, der ikke har noget direkte værdi for vores kunder, så kan vi bruge mere tid med vores kunder og rent faktisk skabe værdi for dem. Det må være en situation, alle ønsker.”

Jesper Lohmann Andersen

Senior Manager & Head of
BSO Development hos BDO

FRA BUZZWORD TIL IMPLEMENTERING

Jesper Lohmann Andersen, Senior Manager & Head of BSO Development hos BDO

Der er sket meget i revisorbranchen de seneste tre år, og udviklingen kommer kun til at fortsætte. "Coronakrisen har været med til at sætte gang i udviklingen, og det er gået stærkere end forventet," siger Jesper Lohmann Andersen.

Jesper Lohmann Andersen er Senior Manager, Head of BSO Development hos BDO, hvor han blandt andet står for intern undervisning, interne forretningsgange og arbejdsprocesser, udvikling af nye og optimering af eksisterende værktøjer.

I det følgende tager Jesper Lohmann Andersen pulsen på digitaliseringen i revisionsbranchen og giver sine bedste råd til, hvad revisorerne skal fokusere på i fremtiden. Han kommer ind på, hvordan digitaliseringen kan være med til, at revisorerne for alvor kan hjælpe deres kunder, og hvordan digitaliseringen også er væsentlig for, at revisorbranchen kan overleve og tiltrække nye talenter.

Der er kun en vej, og den er digital

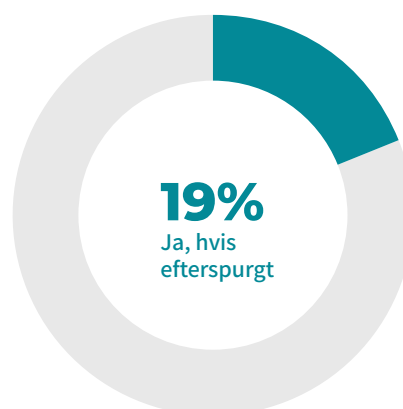
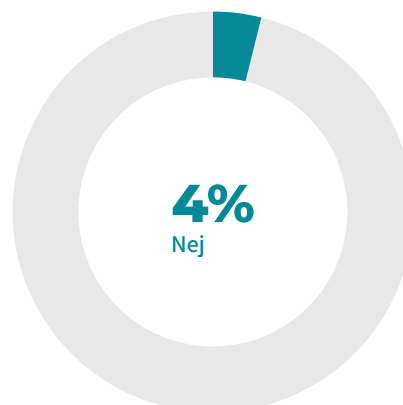
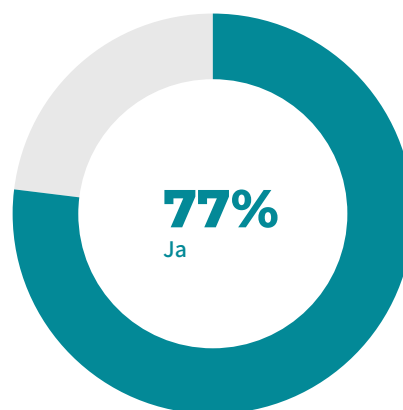
"Når jeg er ude at tale for mine kollegaer i BDO, driller jeg tit med, at alle jo er digitale. Bare tænk på hvor mange apps, du har på din telefon, og som du har lært at bruge. Det er ikke anderledes med de digitale løsninger, der rammer vores branche i disse år. Der kommer mere konkurrence, og det kommer kun til at skærpe udvalget af løsninger, så vi får adgang til endnu mere spændende produkter og services."

Virksomhederne skal lære deres tal

Det er interessant, hvis man tager et lidt bredere perspektiv og ikke kigger på revisorbranchen isoleret, men ser på revisorerne kunder. Her ser jeg en tydelig tendens. Det handler om, at de virksomheder, som forstår deres forretning, som regel også er dem, der tjener flest penge.

Det lyder jo næsten logisk, men det er en realitet, at der er mange virksomhedsejere, der ikke har den medfødte forretningsforståelse eller generelle interesse i det at drive og udvikle en forretning.

Bør man få generel økonomisk rådgivning, som følge af en gennemgang af årsregnskabet?



**Baseret på 98 respondenter - undersøgelser fortaget af Crediwire*

Det kan være, at de er mere optagede af deres produkt og salg eller kommunikation. Men faktum er, at det efterlader deres virksomhed i en sårbar situation. Det er for sjældent, at vi kigger på det ansvar, virksomhederne har i samarbejdet med deres revisor. Derfor håber jeg, at digitalisering er med til, at det bliver lettere for virksomhederne at forstå deres forretning fra et regnskabsmæssigt perspektiv.

”Vi har alle sammen set Løvens Hule, hvor panelet forventer, at virksomhederne kan svare på spørgsmål såsom: Hvad har du solgt for? Hvor meget regner du med at sælge for? Hvor meget skal du sælge for at tjene penge? De data skal simpelthen sidde på rygraden af virksomhedsejeren. Men de gør de desværre i alt for få tilfælde.”

Det kan være, at vi som branche skal kigge mere på, hvordan vi kan blive endnu bedre til at uddanne vores kunder og give vores interesse videre til kunderne, så vi på den måde kan være med til at sikre flere virksomheders overlevelse. Selvfølgelig kræver vi ikke, at virksomhederne skal kunne det samme, som en dygtig revisor kan. Men virksomhederne vil nyde godt af at have mere forretningsforståelse for økonomi og de administrative processer samt forretningsgange i deres virksomhed.

Vi har alle sammen set Løvens Hule, hvor panelet forventer, at virksomhederne kan svare på spørgsmål såsom: Hvad har du solgt for? Hvor meget regner du med at sælge for? Hvor meget skal du sælge for at tjene penge? De data skal simpelthen sidde på rygraden af virksomhedsejeren. Men de gør de desværre i alt for få tilfælde.

Vi skal skabe værdi for kunderne

Den udvikling vi ser nu, er en udvikling væk fra det manuelle og mod mere proaktiv rådgivning. Det er godt for branchen og for kunderne. Som før nævnt er der mange kunder, der ikke har brug for at få udarbejdet et regnskab, fordi der er digitale værktøjer, der kan hjælpe. Virksomhederne har derimod brug for rådgivning. Hvis vi kan automatisere de manuelle processer, der ikke har nogen direkte værdi for vores kunder, så kan vi bruge mere tid med vores kunder og rent faktisk skabe værdi for dem. Det må være en situation, alle ønsker.

Vi skal tiltrække nye talenter

Digitalisering for revisorbranchen er mere end blot at følge med udviklingen. Det handler i høj grad også om medarbejderfastholdelse og -tiltrækning. Branchen har generelt et ry for at været lidt støvet og grå. Derfor tror jeg, at det er et afgørende parameter, når man skal tiltrække nye talenter, at man som revisorhus har en digital tilgang, og at vi ikke læner os tilbage og sover i timen.

Der er en, fra revisorerens side, ikke altid udtalt frygt for at miste sit job til robotterne. Men jeg vil gerne slå fast, at der er ingenting i den digitale udvikling, der indikerer, at vi skal til at være bange for, at robotterne kommer og overtager. Tværtimod tror jeg, at man skal være bange, hvis man ikke digitaliserer eller ikke er i gang med det. Udviklingen kræver det simpelthen.

Vi skal skabe handling bag digitaliseringen

Det er vigtigt, at vi taler om digitalisering som en aktivering, der står reel handling bag. Ellers går der for meget buzzword i den. Digitalisering kan lyde som et levn fra 80'erne. Vi bliver nødt til at tale om, hvordan vi får alle de gode ideer og perspektiver fra hovedkontoret og ud

i de lokale afdelinger. Det er først, når handlingen bag digitaliseringen kommer derud og skaber reel værdi for kunderne, at vi kan sige, at vi er digitale og er lykkedes med den her famøse omstilling, som alle taler om.

Hos BDO har vi selv gjort os nogle konkrete erfaringer. For nogle år siden lavede vi en masse aftaler med spændende partnere. Det blev slået stort op, og vi afholdte en konference for alle medarbejdere med partnere og workshops relateret til digitaliseringen. Det var et spændende setup, og alle var godt tilfredse med konferencen. Men da vi fulgte op, kunne vi se, at det ikke havde rykket meget, og at det altså mere var en konference, end det var egentlig digital implementering.

Vi har taget en anden tilgang nu. Man skal kravle, før man kan gå. Nu er vores tilgang, at vi fokuserer mere internt på konstant at skabe udvikling, der implementeres på tværs af virksomheden. Nu gør vi faktisk noget.

Vi skal udnytte data

Når jeg kigger frem, tror jeg, at forecast bliver det nye sort. Vi drømmer om at kunne kigge ud i fremtiden for at tage bedre beslutninger. Det er muligt, hvis vi udnytter den data, vi har tilgængelig i dag.

Den lette tilgang til data, der giver et praj om, hvordan fremtiden ser ud, er en fordel både for revisorerne, bankerne og virksomhedsejerne.

Revisorerne kan rådgive bedre baseret på, hvordan fremtiden ser ud. Bankerne kan lære, hvordan fremtiden for deres erhvervs-kunder ser ud, og virksomhederne kan få skræddersyede løsninger og bedre priser, fordi rådgivningen kan foregå specifikt til dem.

TRE GODE RÅD OG HANDLINGER

Fra Jesper Lohmann Andersen

1. Dine kunder skal være købmænd

Jeg oplever ofte, at vores kunder, som har en stor indsigt i deres forretning også er dem, som har en god forretning. Det er alt fra kostpriser, salgspriser, avance, dækningsbidrag, lønprocenter, godt købmandsskab og overblik over hele forretningens indtægter og udgifter. Det er her, at du som rådgiver kan arbejde endnu tættere med en direktør/indehaver - og dermed gøre en forskel. Du skal få dine kunder til at sætte sig ind i deres virksomheder, og hvordan det går - gerne hver måned eller som minimum hvert kvartal.

2. Lær dine kunder at forstå deres forretning

Dine kunder tænker sikkert tit over, hvordan de kan lære mere om deres virksomheds finansielle situation, og om de tjener penge eller ej. Hvis de er nystartede og uden erfaring, så er det altid en god idé at sætte nogle simple rammer op, som ikke nødvendigvis koster det hvide ud af øjnene. Forklar og fortæl, hvorfor det er vigtigt at have en god revisor, som kan hjælpe den pågældende kunde.

3. Tre simple elementer til et godt overblik

På diverse uddannelser, studier, møder med banker, rådgivere, revisorer og lignende har vores kunder sikkert hørt om DB, DG, overskudsgrad og alle mulige andre fancy nøgletal. Sæt nogle simple rammer op for kunderne.

1. Afstemt bogføringsbalance/rapportering

med sammenligningstal

2. Omsætningsmix - hvilke varer/ytelser tjener du mest på?

3. Likviditet - har du styr på dine fremadrettede ind-/udbetalinger (moms, skyldige skatter, afdrag, tilgodehavende ved kunder, leverandører)?



”Fokuser på de digitale løsninger, der kan skabe værdi for dine SMV-kunder nu og her. Fokuser på løsninger, der er med til at uddanne dine kunder og optimere deres forståelse af deres egen forretning. Så er du godt på vej.”

Morten Høgh Petersen
Partner hos KPMG



PARADOKSET I REVISORBRANCHEN

Morten Høgh Petersen Partner hos KPMG

Revisorbranchen har et ansvar for at hjælpe hinanden med at udvikle sig og blive bedre til at servicere erhvervslivet. Sådan siger Morten Høgh-Petersen, der er partner hos KPMG. KPMG er et af de traditionelle "Big 4" internationale netværk med mere end 200.000 ansatte globalt.

Det er en bred indflyvning, når vi taler digitalisering i revisorbranchen. Det er en udvikling, der har været i gang i lang tid. Nogle steder har det taget fart, og andre steder er digitaliseringen blevet ved tanken. Når Morten Høgh-Petersen skal perspektivere udviklingen, peger han specielt på en grund som årsag til den manglende adaption af digitaliseringen. Branchen er opdelt mellem en traditionel og en mere digital vision for branche-services. Til trods for opdelingen af branchen, som øges i takt med digitaliseringen, mener Morten Høgh-Petersen, at Danmark strukturelt har potentialet til at være langt fremme med digitaliseringen.

Paradokset i revisorbranchen

"Vores branche er delt i to. På den ene side har vi de erfarne revisorer fra den gamle skole, der kan huske hvor tungt, et ringbind er, og som har et traditionelt forhold til kundernes bilag og materiale. På den anden side, har vi nu den første generation af revisorer, der ikke en gang har prøvet at arbejde med kundernes ringbind og de fysiske revisionsmapper. Det er dem, der klarer alt digitalt, ikke er bange for 'skyen', og kan gøre mange ting på kortere tid – når blot data er gode nok. Det falder denne gruppe mere naturligt. Simpelt hen fordi de er digitalt indfødte," forklarer Morten Høgh-Petersen.

Erfaring og ny viden. Det lyder som de perfekte ingredienser, hvis man gerne vil bygge en digital forretning, hvor arbejdet bliver både mere effektivt og samtidigt hurtigere, funderet i sammensmeltningen af erfaringen og de digitale muligheder.

Men som Morten Høgh-Petersen understreger, så er paradokset, at den digitale transformation ikke sker. Ifølge ham er problemet, at det er svært at ændre

måden, man arbejder på, når den nuværende måde jo fungerer. Især, hvis der ikke er overbevisende argumenter for, at man bør gøre tingene på en anden måde, eller de nye måder ved første øjekast virker besværlige. "Og det kan de for en garvet revisor, hvor digitale løsninger ikke falder naturligt. Mennesker er vanedyr, og så handler det om IT-tryghed," tilføjer han.

"Det betyder også, at vi skal se udviklingen komme fra de ikke-erfarne, nemlig de digitalt indfødte revisorer."

"Det betyder også, at vi skal se udviklingen komme fra de ikke-erfarne, nemlig de digitalt indfødte revisorer. En gennemgribende digitalisering kræver, udover udvikling, altså også en form for generationel udskiftning," uddyber Morten Høgh-Petersen og tilføjer: "Der er stadig en del sandhed i, at man går på pension med sine kunder, og digitalisering kommer til at accelerere livscyklusserne i erhvervslivet, så mange virksomheder nok leverer kortere perioder end, de har gjort historisk."

Kundernes centrale rolle i digitaliseringen

Ligesom der er en generationsforskel ved, hvordan revisorerne griber digitaliseringen an, gælder dette også for kunderne. Kundernes egen digitalisering er altså en betydelig faktor, måske en del af svaret på, hvorfor adoptionen af digitaliseringen endnu ikke har manifesteret sig i branchen.

"Der er to overordnede kundesegmenter. Der er de store, og der er de små. De store er komplekse og sværere at interagere med og med mange restriktioner for revisorerne. Her ligger mulighederne i komplekse og tilpassede dataanalyser på bestemte områder.

For de mindre og mellemstore selskaber, SMV'erne (95% af alle virksomheder i Danmark), er der grupper, især ejet af yngre ejerledere, som er mere villige til at ændre sig, og de har derfor et større potentiale ved at adoptere digitale løsninger,” forklarer Morten Høgh-Petersen og fortsætter:

“Derfor ligger der også en opgave for revisorerne i at overbevise kunderne om, hvorfor de bør digitalisere, så der opstår et bedre og mere digitalt samarbejde mellem revisor og kunde. På samme måde bør vi blive bedre til at forstå kunderne, uddanne dem og derved hjælpe dem. Jo bedre SMV'erne forstår deres forretning, des mere interesserer de sig for den. Det vil i sidste ende skabe stærkere virksomheder.”

Hvornår tager digitalisering fart?

Til revisorerne umiddelbare fordel er der stadig meget arbejde, der er nødt til at foregå manuelt og processer, der skal udføres af mennesker. Det er eksempelvis nødvendigt med fysiske lageroptællinger for at inspicere den fysiske tilstedeværelse af lagerbeholdninger. Her bliver man som revisor nødt til at møde op in person, inspicere og tale med de ansatte.

For Morten Høgh-Petersen handler den digitale adaption ikke om at integrere kæmpestore og dyre projekter, men blot om at komme i gang og finde de muligheder, der skaber direkte værdi for arbejdet og kunderne i dagligdagen. “Fokuser på de digitale løsninger der kan skabe værdi for dine SMV-kunder nu og her. Fokuser på løsninger der er med til at uddanne dine kunder og optimere deres forståelse af deres egen forretning. Så er du godt på vej,” tilføjer han.

“Selvom vi er konkurrenter, bør de danske revisorer i højere grad hjælpe hinanden ved at diskutere, hvilke digitale løsninger, der fungerer. Jeg mener, at vi alle har et ansvar for at udvikle og uddanne hinanden. Så er det bare om at komme i gang, prøve løsningerne og derefter implementere dem, der giver mening. Du kan altid ændre retning, tilføje mere eller fjerne de løsninger, der ikke fungerer optimalt. Det afgørende er helt simpelt at arbejde med digitaliseringen i praksis” understreger Morten Høgh-Petersen slutteligt.





”Det er oplagt, at revisorerne bruger deres kendskab og kontakt til kunderne, til at skubbe på den digitale udvikling hos SMV’erne.”

Camilla Hesselby
Faglig direktør,
FSR - danske revisorer

REVISORERNE KAN HJÆLPE DEN DIGITALE OMSTILLING PÅ VEJ

Camilla Hesselby, Faglig direktør i FSR – danske revisorer

Revisorerne er virksomhedernes foretrukne rådgiver. Men det er en position, som kan blive udfordret af den digitale omstilling. Revisorbranchen både kan og skal spille en aktiv rolle i digitaliseringen af dansk erhvervsliv, mener Camilla Hesselby, faglig direktør i FSR – danske revisorer.

Camilla Hesselby er faglig direktør i revisorbranchens interesseorganisation FSR – danske revisorer. Organisationen varetager revisorbranchens interesser inden for områder som revision, regnskab, skat, moms og virksomhedsøkonomi. En række nye rådgivningsområder vinder dog frem i disse år fx inden for digitalisering, automatisering af forretningsgange og CSR.

”Store dele af revisorbranchen har taget de nye teknologier til sig – også i selve revisionsprocessen. Her betyder udviklingen, at flere af de mere rutineprægede revisionsopgaver, bliver automatiserede eller smartere udført. For eksempel har brugen af dataanalyseværktøjer i stikprøvekontroller betydet, at revisor kan

”Store dele af revisorbranchen har taget de nye teknologier til sig – også i selve revisionsprocessen. Her betyder udviklingen, at flere af de mere rutineprægede revisionsopgaver, bliver automatiserede eller smartere udført.”

dække en hel population og ikke en begrænset stikprøvemængde. Stikprøverne udvælges nemlig mere intelligent med dataanalyse. Mange gange vil man faktisk se færre stikprøver, men en øget revisionskvalitet som konsekvens heraf. Det betyder også, at revisorerne kan flytte op i værdikæden og kan levere mere rådgivning og værdi til kunderne.”

Hvor står revisorbranchen i den digitale omstilling?

”Branchen står generelt godt rustet i den digitale omstilling. De store revisionshuse er jo digitale frontløbere og servicerer i dag store dele af erhvervslivet med rådgivning og services inden for områder som brug af softwareroboter, dataanalyse, kunstig intelligens og andre digitale specialer.”

”Mange mindre revisorer er også digitale og har dermed et godt afsæt for at kunne hjælpe deres kunder. Desværre er der stadigvæk nogle revisorer, der ifølge vores nye undersøgelse: ”SMV’ernes brug af digitale teknologier og rådgivningsbehov”, mangler de nødvendige kompetencer til at kunne rådgive om digitalisering og måske heller ikke altid ser sig selv som den, der skal rådgive kunderne om brug af nye teknologier. Det skal vi forsøge at ændre på, for kundernes behov for rådgivning på dette område vokser.”

Hvor er revisorerens kunder i den digitale omstilling?

”Ligesom i revisorbranchen er der stor forskel på den digitale modenhed i erhvervslivet. Mange af de store virksomheder herhjemme er langt fremme i brugen af avancerede digitale teknologier som fx robotter, kunstig intelligens og sensorer.

Når det kommer til SMV’erne er Danmark også fortsat godt med, men ifølge erhvervsministeriet er der nu flere lande, der er længere fremme end os, når det gælder brug af de avancerede digitale teknologier. Det er bekymrende.”

”Der har været meget tale om, at coronapandemien har været med til at sætte gang i digitaliseringen af erhvervslivet og samfundet generelt. Det er desværre ikke særlig tydeligt blandt de mindste virksomheder. For selv om mange bruger Teams og har fået sat strøm til deres økonomi og regnskab, så er der ifølge vores undersøgelser ikke en tydelig effekt af digitaliseringen inden for fx produktion eller køb og salg.”

”Yderligere er der ifølge vores undersøgelser lidt over 10 pct. af SMV’erne, der slet ikke benytter selv simple teknologier som online mødesystemer, økonomi- og regnskabssystemer, elektronisk fakturering.”

”Hvis danske SMV’er skal fortsætte med at skabe vækst og produktivitet er det vigtigt, at flere SMV’er fortsætter den digitale omstilling og bliver fortrolige med nogle af de mere avancerede digitale teknologier, der fx kan styrke produktionen og kunderelationerne.”

Kan revisorerne hjælpe SMV’erne i den digitale omstilling?

”Udfordringerne med at udnytte teknologierne betyder, at mange SMV’er søger ekstern rådgivning. Ikke overraskende er der størst efterspørgsel på it-konsulenter, men også revisorer og revisionshuse er eftertragtede rådgivere, når SMV’erne skal have hjælp til digital omstilling. Cirka hver femte SMV oplyser, at de har modtaget rådgivning fra revisorer eller revisionshuse til at udnytte de digitale teknologier.”

”Det er oplagt, at revisorerne bruger deres kendskab og kontakt til kunderne til at skubbe på den digitale udvikling hos SMV’erne. Mange er allerede godt i gang og yder denne type rådgivning, kan vi se. Men jeg ser gerne, at der er flere, der tilegner sig digitale kompetencer og bruger det aktivt i rådgivningen. Revisorbranchen både kan og skal spille en aktiv rolle i digitaliseringen af dansk erhvervsliv.”



KÆRE VIRKSOMHED

I takt med den stigende digitalisering er det tydeligt at du kan få mere værdi via din revisor.

Som denne rapport allerede er godt i gang med at konkludere, så er der ting som du bør efterspørge hos din revisor.

For at gøre det lidt mere konkret for dig og din virksomhed, har vi her samlet en liste over 7 helt konkrete ting, du bør tale med din revisor om allerede i dag.

- 1.** Hvordan får jeg et bedre og løbende overblik over min virksomheds økonomi?
- 2.** Hvordan ser min likviditet ud? Har jeg råd til min forretning?
- 3.** Hvordan kommer jeg i gang med løbende og automatiseret bogføring?
- 4.** Hvilke digitale løsninger er relevante for min virksomhed?
- 5.** Hvor er mulighederne i min forretning? Kunder? / Produkter? / Markeder?
- 6.** Hvordan er min virksomheds performance ifht min branche?
- 7.** Hvordan kommer jeg i gang med at bruge et budget som styringsværktøj?

”Vi skal have skabt en forståelse for, hvad digitalisering af samhandel anno 2021 betyder for den enkelte virksomhed, og hvordan vi alle kan spare milliarder ved at lette daglige og tunge administrative processer.”

Lars Engbork

Adm. direktør hos Visma e-conomic



MANGLENDE DIGITALISERING KOSTER DANSKE VIRKSOMHEDER MILLIARDER

Lars Engbork, Adm. direktør hos Visma e-conomic

Regeringens nye initiativ, et digitalt partnerskab med fokus på anbefalinger til øget digitalisering af erhvervslivet og det offentlige, er vand på virksomheden Visma e-conomics mølle.

Manglende digitalisering koster nemlig danske virksomheder milliarder, og derfor har virksomheden bag Danmarks mest benyttede regnskabsprogram, Visma e-conomic, nu, som de første, introduceret en innovativ teknologi, så virksomheder og deres revisorer kan sende og modtage elektroniske fakturaer direkte i deres regnskabsprogram.

”Rigtig mange virksomheder tror, at de allerede er med på digitaliseringsvognen, fordi de f.eks. sender fakturaer som pdf via email. Men i virkeligheden kan virksomhederne spare store mængder af både tid og penge ved at sende og modtage elektroniske fakturaer direkte i deres regnskabsprogram.”

Nationalbankens Betalingsråd anslår, at erhvervslivet kan spare op mod 3,5 milliarder kroner, hvis de danske virksomheder bruger denne teknologi, kaldet e-fakturering.

Rigtig mange virksomheder tror, at de allerede er med på digitaliseringsvognen, fordi de f.eks. sender fakturaer som pdf via email. Men i virkeligheden kan virksomhederne spare store mængder af både tid og penge ved at sende og modtage elektroniske fakturaer direkte i deres regnskabsprogram.

”Det digitale partnerskab er et godt initiativ, men vi skal passe på, at det ikke kun kommer til at handle om at udvikle nye avancerede tech-løsninger, for vores allerstørste udfordring er helt klart, at vi skal have skabt en forståelse for, hvad digitalisering af samhandel anno 2021 betyder for den enkelte virksomhed, og hvordan vi alle kan spare milliarder ved at lette daglige og tunge administrative processer,” siger administrerende direktør hos Visma e-conomic, Lars Engbork.

På nordisk plan har de nordiske erhvervsministerier i samarbejdet ’Nordic Smart Government’ et mål om, at 80% af alle fakturaer skal være elektroniske i 2024. Det skal bane vejen for en potentiel nordisk besparelse på svimlende 205 milliarder kroner indenfor blandt andet e-fakturering.

Danmark er bagud på point

På trods af at Danmark i 2005 var det første land i verden til at introducere e-fakturering i den offentlige sektor, har vi i Danmark tabt terræn til vores nordiske naboer i dag. De danske virksomheders manglende digitaliseringsparathed har sat udviklingen i stå. Det er en udvikling, som Dansk Erhverv gerne ser vendt.

”Den digitale udvikling og e-fakturering er ikke til at komme udenom, når vi ser på de muligheder, vi som samfund har for at øge besparelser og for at effektivisere dansk erhvervsliv i de kommende år. Som det ser ud lige nu, er vi ikke nær så langt i den udvikling, som de for eksempel er i både Finland og Norge,” siger Frederikke Rosendal Egede Saabye, der er chefkonsulent hos Dansk Erhverv.

I Finland har man arbejdet systematisk med implementering af e-fakturering siden 1999, og ifølge tal fra KPMG, har det resulteret i, at omkring 72% af virksomhederne i Finland sender e-fakturaer og omkring 70% modtager e-fakturaer. Til sammenligning viser en rapport, udarbejdet for Erhvervsstyrelsen i 2017, at blot 48% af alle danske virksomheder kan sende e-fakturaer, men kun 15% kan modtage e-fakturaer.

I fællesskab skal vi skubbe markedet i den rigtige retning

Som udvikler og leverandør af innovative regnskabsløsninger deler Visma e-conomic ambitionerne om at digitalisere samhandel mellem danske virksomheder. Virksomheden har både volumen og ressourcerne til at speede processen op.

Når Visma e-conomic, modsat sine nordiske naboer, giver sine 160.000 kunder mulighed for at sende og modtage elektroniske fakturaer helt gratis, flytter de altså markedet et stort skridt i den rigtige retning. Det svarer til omkring hver anden danske virksomhed, og dermed halvdelen af markedet. På samme tid har Visma e-conomic hjulpet digitaliseringen på vej, ved at tilbyde sin teknologi til konkurrenterne, så alle faktureringsystemer kan tale sammen.

“E-fakturering er en tidsbesparende og billigere måde for virksomheder at drive samhandel på ved hjælp af opkobling til det offentlige eksisterende infrastruktur, Nemhandel, som skal sikre færre fejl hos bogholderne og dermed større sikkerhed for korrekt bogføring første gang. Det skaber langt mere effektive workflows hos både revisor og bogholder,” siger adm. direktør for Visma e-conomic, Lars Engbork, og fortsætter:

“For at de danske virksomheder kan tage del i de mange digitaliseringsfordele, kræver det dog et helt andet mindset ude hos virksomhederne. Det mindset skal private aktører som Visma e-conomic i samarbejde med det offentlige og landets revisorer hjælpe på vej, da det først og fremmest kræver tid at forstå og vænne sig til tanken om at bruge de nye processer, før de danske virksomheder tager dem til sig. Alle aktører i markedet har altså en fælles opgave i at tage virksomhederne endnu mere i hånden,” afslutter Lars.

Finland



72%

Af virksomhederne i Finland sender e-fakturaer



70%

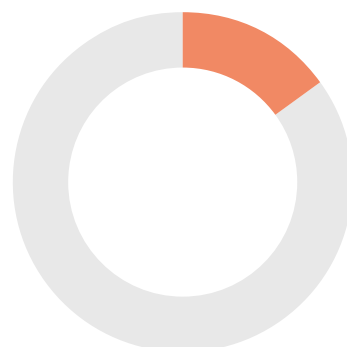
Modtager e-fakturaer

Danmark



48%

Af danske virksomheder kan sende e-fakturaer



15%

Kan modtage e-fakturaer

STÆRKERE VIRKSOMHEDER ER GODT FOR SAMFUNDET

Carsten Rohde, Professor hos CBS

Carsten Rohde er professor og institutleder ved Institut for regnskab hos Copenhagen Business School. Carsten Rohde argumenterer for, at stærkere virksomheder er godt for samfundet, og derfor er det i alles interesse, at de udvikles og forbliver konkurrencedygtige. Det kan digitalisering og data være med til. Men det handler om at udnytte mulighederne.

Digitalisering kan gøre vores liv lettere

Digitalisering har været et tilbagevendende tema i samfundsdebatten i mange år. De fleste af os synes, at det er spændende at tale om, hvordan digitaliseringen kan gøre vores liv lettere. Men fokus i debatten er også, hvordan vi skaber værdi i samfundet, og hvordan vi bliver mere produktive med digitaliseringen.

Det er spørgsmål, som helt naturligt optager os, blandt andet fordi mere værdi giver flere muligheder. Stærkere virksomheder er godt for samfundet, fordi de skaber udvikling og nye muligheder.

Digitaliseringen er i fuld gang

Jeg synes ikke, at vi skal tale om digitaliseringen som noget, der skal til at ske. Digitaliseringen er i fuld gang, og det har den været i mange år. Vi er ret langt fremme i den finansielle sektor i Danmark. Men også i andre sektorer i erhvervslivet og ikke mindst den offentlige sektor er der en hastig udvikling. Det skal vi være stolte af.

ERP-systemerne er et klassisk eksempel. Det er de færreste virksomheder, der i dag ikke arbejder med et moderne regnskabs- eller ERP-system. Det betyder, at regnskabsdata registreres og sorteres så de er tilgængelige til forskellige analyse- og beslutningsformål. Ofte ligger regnskabsdata i skyen i modsætning til tidligere, hvor de oprådte som kvitteringer i indkøbsposer og ringbind. Dette er et af de mest tydelige eksempler på digital udvikling.



”Jeg vil gerne vide hvorfor, jeg ikke har tjent det samme nu, som på samme tid sidste år. Jeg vil gerne vide hvilken kunde, jeg ikke har solgt det samme til, som jeg burde. Jeg vil gerne forstå mit potentiale, så jeg kan gøre mere af det, der virker.”

Mål versus middel

Er digitaliseringen et mål, eller er det et middel? Mange taler om digital transformation som et mål i sig selv. Men kan man overhovedet tale om digitalisering som et mål, eller er det et middel til at opnå et mål? Jeg mener klart, at det er et middel. Vi digitaliserer regnskabsdata og regnskaber for at gøre det nemmere og for at spare tid. Det relevante spørgsmål er så: Hvad skal vi gøre nu, hvor det er nemmere, nu hvor du har mere tid? Det er det interessante spørgsmål.

Virksomheder vil gerne vide, hvorfor de ikke har tjent det samme nu, som på samme tid sidste år. De vil gerne vide hvilken kunde, de ikke har solgt det samme til, som de burde. De vil gerne forstå deres potentiale, så de kan gøre mere af det, der virker.

Det interessante er, at data, der kan besvare alle de spørgsmål, er tilgængelig. Det handler om at arbejde med og analysere data, så vi kan begynde at forstå, hvordan vi kan bygge en stærkere virksomhed.

Vi har et fælles ansvar over for SMV'erne

Alt det jeg har nævnt ovenfor, er muligt i dag. Problemet er, at det er ikke alle virksomheder, der ved det. Derfor er der mange virksomheder, der tror, at det man køber hos en revisor, alene er et underskrevet årsregnskab. Det betyder også, at virksomhederne ikke efterspørger andet, og derfor tilbyder revisoren i nogle tilfælde heller ikke andet. Derfor kan vi ikke have denne debat uden at nævne ledelsesrådgivning. Der er et behov for at klæde virksomhederne bedre på, hvilket flytter barren for de services, en revisor leverer.

Det betyder også, at digitaliseringen og den 'ekstra' tid, den medfører for revisoren, kan bruges til rådgivning som service.

Revisorerne skal bruge deres ekspertise på at forstå data og rådgive virksomhederne, så de kan se deres udfordringer og forstå deres potentiale. Revisorerne skal hjælpe virksomhederne med at kigge fremad med udgangspunkt i data.

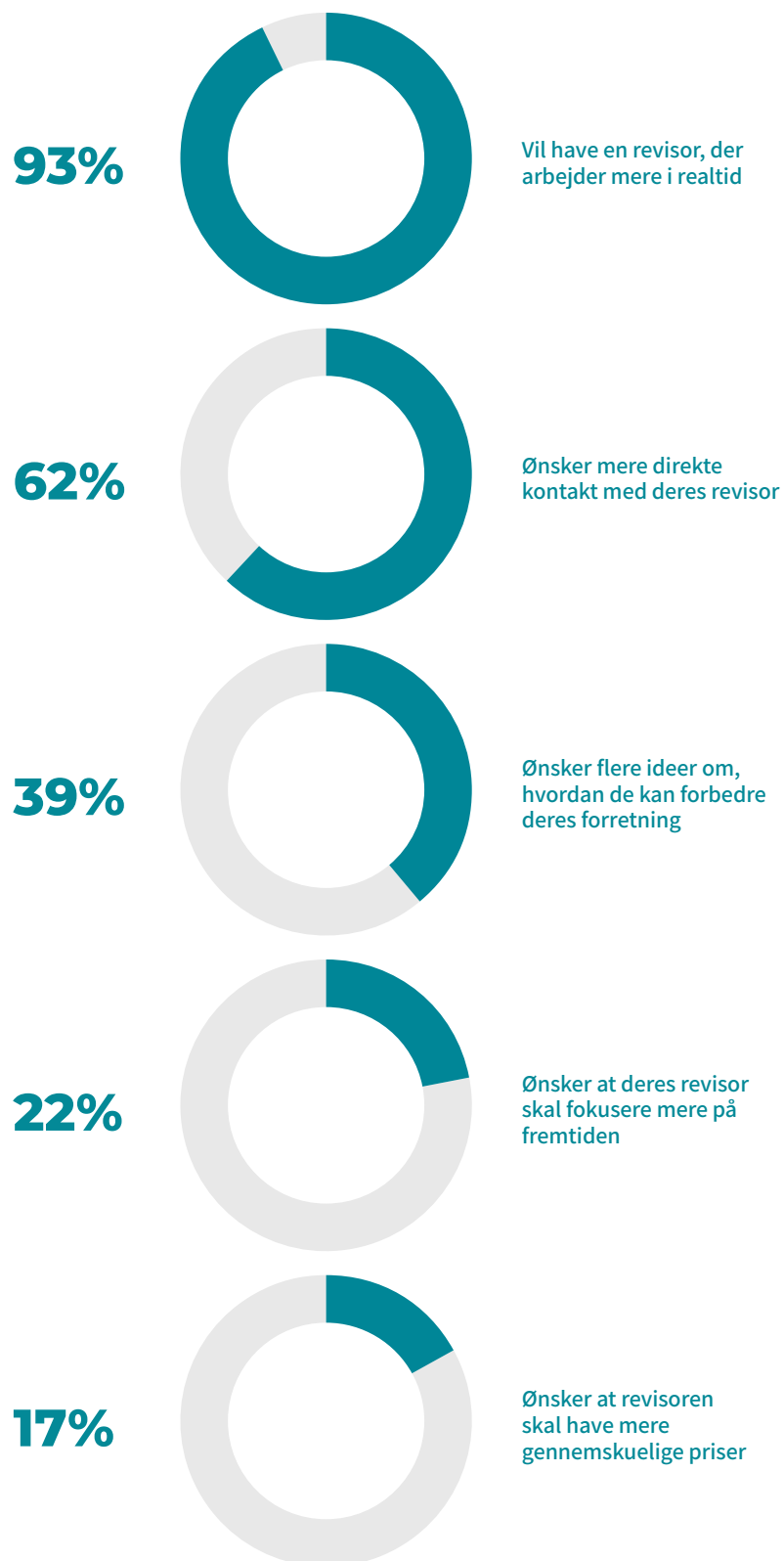
SMV'erne skal også være med

Store virksomheder er i forvejen på banen, når det kommer til at udnytte data. Dette er ikke så overraskende. Det banebrydende er, at dette nu kan tilbydes til SMV'erne, som ellers er blevet holdt udenfor, da omkostningerne tidligere ikke har kunne stå mål med resultaterne.

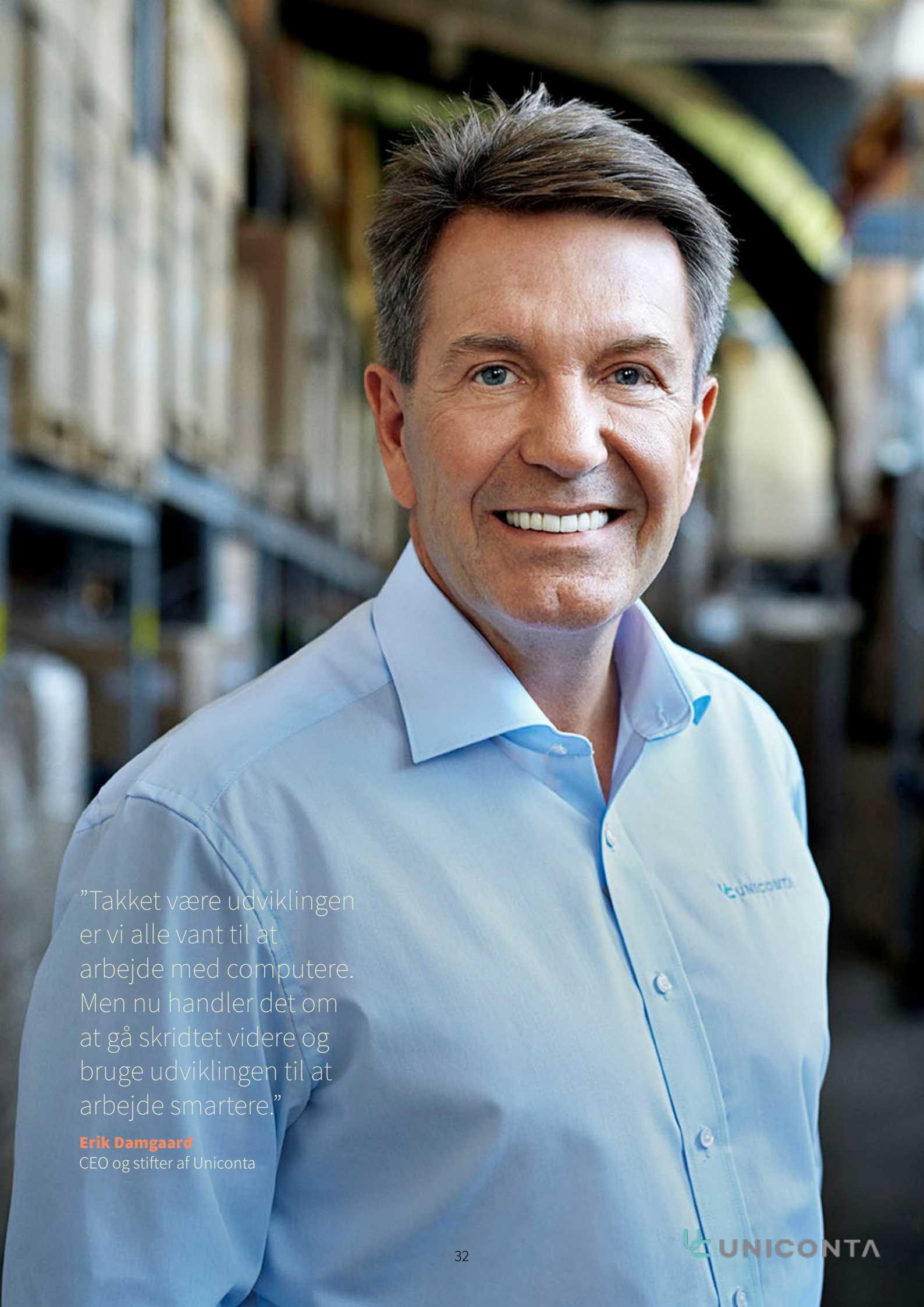
Det er nu et andet udgangspunkt. Data er lettere tilgængelig og struktureret takket være løsninger som eksempelvis Crediwire. På den måde kan selv de små virksomheder få udbytte af data og ikke mindst få hjælp fra revisorerne til at give et nemt og hurtigt overblik.



HVAD DRØMMER DINE KUNDER OM



*Baseret på 428 virksomheder - Kilde: visma.dk/Af Rob Nixon



”Takket være udviklingen er vi alle vant til at arbejde med computere. Men nu handler det om at gå skridtet videre og bruge udviklingen til at arbejde smartere.”

Erik Damgaard
CEO og stifter af Uniconta

VI STÅR PÅ TÆRSKLEN TIL EN NY DIGITAL ÆRA

Erik Damgaard, CEO og stifter af Uniconta

Erik Damgaard er dansk erhvervsleder med en lang og spændende karriere indenfor udvikling af tech. Han stod bag Damgaard Data med sin bror og nu økonomisystemet Uniconta, hvor han er CEO.

Uniconta er et komplet økonomisystem, der holder styr på økonomi, projekter, produktion, lager og logistik og hjælper virksomheder på rejsen mod at blive digitale. Uniconta er bygget til de virksomheder, der er for store til de mindre løsninger og for små til de helt store løsninger.

“Jeg ved ikke, om jeg køber præmissen om, at der er for langt fra tanke til handling, når det kommer til digitalisering i den finansielle branche. Vores kunder, som vi arbejder med hver dag, er jo netop i markedet for at købe digitale løsninger”, siger Erik Damgaard.

Op mod 80% af de danske SMV'er opererer i dag med et ERP- eller et regnskabssystem. Og det må jo siges at være langt fra en virkelighed præget af ringbind og plastikposer. Ifølge Erik Damgaard er der godt gang i digitaliseringen, som kun vil udvikle sig og blive endnu mere spændende.

“Hos Uniconta er vi konstant i udvikling, og jeg tror, at det for alvor bliver spændende nu, hvor vi begynder at se løsninger der er smarte digitalt. Vi ser løsninger, der er bedre, fordi de er digitale. Løsninger der outperformer deres fysiske pendant” tilføjer Erik Damgaard.

Digitalisering i flere trin

Udvikling sker tit i forskellige tempi. Sådan er det også med digitaliseringen. “Vi er gået fra at arbejde med en computer, og det var banebrydende. Vi gemte ting på disketter. Så nåede vi til harddisken, og nu gemmer vi i skyen. Udviklingen kommer altså snigende både bevidst og ubevidst, fordi udviklingen med tiden bliver helt naturlig for os,” siger Erik Damgaard og fortsætter:

“Men nu står vi med en digitalisering, der er ved at være rigtig interessant, fordi vi nu kan begynde at udnytte

mere af potentialet i digitaliseringen. Den er med til at lette vores nuværende arbejde. OIIOUBL* er blot et eksempel. Formatet ophører med at være noget, vi kender fra den virkelige verden og bliver en løsning, der er langt mere effektiv,” illustrerer Erik Damgaard og fortsætter:

“Takket være udviklingen er vi alle vant til at arbejde med computere. Men nu handler det om at gå skridtet videre og bruge udviklingen til at arbejde smartere.”

Ifølge Erik Damgaard er vi altså ved et vendepunkt i den digitale udvikling, for takket være de teknologiske muligheder bliver der også stillet større krav. Både virksomheder og rådgivere kan nu se mulighederne i rent faktisk at udnytte de digitale muligheder til at lette det arbejde, de i forvejen foretager sig.

Hos Uniconta handler det om processerne

Uniconta er en løsning der i bund og grund er funderet på et udbredt kendskab til processer.

”Vi er gået fra at arbejde med en computer, og det var banebrydende. Vi gemte ting på disketter. Så nåede vi til harddisken, og nu gemmer vi i skyen. Udviklingen kommer altså snigende både bevidst og ubevidst, fordi udviklingen med tiden bliver helt naturlig for os.”



“Vi kender arbejdsgangene i branchen, og det er det vi understøtter, så du kan arbejde lettere, om du er revisor, ejerleder eller økonomiansvarlig,” forklarer Erik Damgaard og tilføjer:

“Vi udvikler naturligvis konstant vores produkt, således at du slipper for at være hands on IT-mæssigt.”

Data til mere kompetent rådgivning

Uniconta er et komplet økonomisystem, der holder styr på økonomi, projekter, produktion, lager og logistik og hjælper din virksomhed til at blive digital. Det er det centrale. Det er klart at i den proces bliver der skabt noget data, der kan skabe fundament for bedre rådgivning virksomhed og rådgiver imellem.

Data kan blandt andet bruges til at lave:

- [Rapporter](#)
- [Budgetter](#)
- [Kvalitetssikring](#)

“Vi er helt med på behovet for bedre rådgivning, og det vi gør i den forbindelse er at stille vores data til rådighed for vores partnere via vores API. Vores partnere arbejder så med vores data og laver blandt andet rådgivningsprodukter. Vi har en udbygget partner-platform, og der bliver ved med at komme flere til. Vi er glad for at kunne være med til at understøtte den digitale udvikling,” siger Erik Damgaard afsluttende.

DE DIGITALE RÅDGIVERE

En ting er at tale om digitaliseringen. Noget er andet er rent faktisk at implementere den helt ud i de lokale afdelinger, så det giver mening og skaber værdi.

Hvordan får revisorerne digitaliseringen til at ske i den virkelige verden? Hvilke digitale værktøjer bruger de? Og hvad er de største fordele og muligheder revisorerne jager ved den digitale transformation?

Sammen med fem af de største danske revisorhuse har vi forsøgt at finde frem til håndgribelige erfaringer, gode råd og spændende perspektiver. Vi har talt med fem spændende digitale profiler og fælles for dem er, at de har gennemgået en digitalisering af deres arbejdsopgaver eller er midt i processen. Målet er, at deres svar og erfaringer kan bruges som inspiration til andre revisorer, der står overfor at gøre deres forretning mere digital. Forhåbentligt kan vi inspirere mange flere til at tage digitaliseringen fra tanke til handling.

Mød vores digitale profiler

Erik Nørskov, digitaliseringskonsulent hos Krøyer Pedersen

Jonas Bødker-Iversen, statsautoriseret revisor og partner hos Kvist & Jensen

Mads Palle, økonomi- og systemkonsulent hos Christensen Kjærulff

Rune Westensee, revisor HD-R hos Tal og Tanker

Kenni Scheidle, digitaliseringschef hos Partner Revision

Thomas Søgaard, partner hos One Revision



ERIK NØRSKOV

Digitaliseringskonsulent hos Krøyer Pedersen

Hvad efterspørger jeres kunder?

Jeg synes, det er mere interessant at svare på, hvad kunder generelt ikke efterspørger. Her mener jeg, at der ligger rigtig meget værdi.

I mange tilfælde efterspørger kunderne ikke andet end et klassisk regnskab. Men for mig at se, er der så meget mere værdi at hente i samarbejdet mellem kunde og revisor. Jeg vil gerne have, at kunderne skal efterspørge en service og rådgivning, det er bundet direkte op på at skabe en bedre forretning.

Hvordan kan I som rådgivere hjælpe jeres kunder?

I forlængelse af ovenstående tror jeg, at vi kan hjælpe vores kunder meget bedre, end de er klar over. Kunderne skal efterspørge et bedre løbende overblik.

De skal efterspørge et likviditetsbudget og en debitoranalyse. De skal forstå, hvor de tjener deres penge, og hvad de kan gøre for at gøre mere af det, der virker. Hvad er det, der gør ondt? Hvad er det, de kan fikse, så deres forretning bliver endnu bedre? Jeg tror, at det handler om at skabe et godt overblik over kundernes pains og gains.

Hvor ser I de største muligheder ved digitaliseringen af revisorbranchen?

Jeg synes næsten, at digitalisering er blevet et fy-ord. Vi skal stoppe med at tale om digitalisering og komme i gang med at finde ud af, hvad det betyder for os selv og for vores kunder.

Den helt store mulighed ved digitalisering er, at vi kan komme tættere på vores kunder og konkret hjælpe dem med deres pains og deres gains. En af de helt store muligheder vi har nu er at skabe en interesse hos vores kunder og følge op med værdifuld rådgivning, der skaber stærkere virksomheder.

Hvilke udfordringer står I og revisorbranchen overfor?

Vi skal bruge udviklingen til at blive bedre til at tage de rigtige beslutninger. Vi skal blive bedre til at drive



forretning ud fra data og ikke kun personlige holdninger. Og der opstår spørgsmålet, om digitaliseringen er et mål eller et middel? Jeg ser, at vi, som branche, kan have en udfordring i at identificere mål versus middel, men det er samtidig også en kæmpe mulighed.

Hvad er dine tre gode råd til revisorbranchen i 2021?

- 1. Glem aldrig mennesket i digitaliseringen**
Hvis digitalisering er drevet gennem ønsket om reduktion af menneskelig indsats, får du sjældent succes. I stedet bør du inddrage mennesker i digitaliseringen. Du skal vise vej til nyt jobindhold, som skaber større værdi for virksomheden. Mennesket og projektet bliver en succes.
- 2. Tag ejerskab – dit ejerskab – på digitaliseringsprojektet.** Det er din hånd, der skal være på kogepladen. Du skal ville opgaven, og du skal sikre dig, at organisation er med dig. Brug konsulenterne til rådgivning og sparring – ikke til at drive projektet. Køb assistance til den daglige drift og frigør dermed dine medarbejdere til at arbejde med det nye - det skaber tillid og ejerskab.
- 3. Driv forretningen på faktisk viden, fremfor følelse.** Tjen penge på alle kunder og alle varer – fjern tabs-givende kunder og varer – også selvom det er langvarige kundeforhold eller dit første produkt. Kill your darlings!



JONAS BØDKER-IVERSEN

Statsautoriseret revisor og partner hos Kvist & Jensen

Hvad efterspørger jeres kunder?

Vores kunder efterspørger rådgivning, der er et skridt foran og selvfølgelig til en fair pris. Generelt ønsker kunderne hurtigere og mere nøjagtig information. Det kommer tit fra et ønske fra ledelsen, der gerne vil følge med i, om deres initiativer har en effekt på virksomheden.

Hvordan kan I som rådgivere hjælpe jeres kunder?

Vi ser os selv som systemarkitekter inden for de forskellige fintech-virksomheder, hvor en rolle som ”trusted advisor” og uafhængig rådgivning er alfa og omega for en god kundeoplevelse. På den måde kommer vi tæt på hinanden og kan dermed også give de gode råd på et oplyst grundlag.

”For mig at se er digitaliseringen en gave for revisionsbranchen. Det er blevet endnu federe at være revisor.”

Det er klart, at det altoverskyggende lige nu handler om corona og likviditet – hvordan ser nøgletallene ud, og retter de sig? Vi forventer, at der i fremtiden i langt højere grad vil komme fokus på vækst og agilitet i endnu større omfang end tidligere. Her ser vi en klar fordel for os som revisionshus, der har løbende dialog med kunderne. Det stiller krav til, at vi skal være opdaterede på virksomhedens situation, så vi kan agere hurtigt, når der sker ændringer i markedet.

Hvor ser I de største muligheder ved digitaliseringen af revisorbranchen?

For mig at se er digitaliseringen en gave for revisionsbranchen. Det er blevet endnu federe at være revisor. Digitaliseringen gør, at vi kan bruge tiden på at være med til at udvikle vores kunders virksomheder. Det er fantastisk at være en del af en branche i udvikling kontra afvikling.

Hvilke udfordringer står I og revisorbranchen overfor?

Det er klart, at digitaliseringen stiller nye betingelser til revisionsvirksomhederne generelt, såsom nye arbejdsmetoder og efteruddannelse. Vi startede selv vores rejse på området for næsten fire år siden, og vi har ikke set os tilbage.

Hvad er jeres tre gode råd til revisorbranchen i 2021?

1. Se at komme i gang med digitaliseringen
2. Brug dit netværk – mange arbejder sammen til alles bedste
3. Digitalisering er ikke en spareøvelse – det handler om at skabe mere værdi



MADS PALLE

Økonomi- og systemkonsulent hos Christensen Kjærulff

Hvad efterspørger jeres kunder?

De mindre kunder efterspørger standardløsninger, som kan implementeres her og nu og med korte tilbagebetalingstider. De større kunder efterspørger tilpassede løsninger, som kræver større teknisk indsigt og procesforståelse end tidligere.

Bliver det lettere at hjælpe jeres kunder?

Generelt bliver mulighederne for at lave regnskab og bogholderi hurtigere og hurtigere, hvilket giver os rådgivere en unik chance for at deltage aktivt i sparringen med virksomhederne, da datagrundlaget ganske enkelt er langt bedre.

Hvor ser I de største muligheder ved digitaliseringen af revisorbranchen?

Mulighederne for at sætte strøm til flere regnskabsprocesser og bidrage til en effektiv og automatiseret rapportering. Dette er blandt andet en stor gevinst for både revisor, bank og kunde, da det skaber transparens og værdi for alle parter.

Hvilke udfordringer står revisionsbranchen overfor?

På kort- og mellemlang sigt vil nogle af de klassiske revisoropgaver formentlig forsvinde, da teknologien erstatter nogle af de rutineprægede opgaver. Dog vil der opstå enormt mange muligheder for at udnytte den stadigt stigende datamængde. Dette vil også skabe nye services og produkter.

Hvad er jeres tre gode råd til revisorbranchen i 2021?

1. Omfavn de digitale løsninger; de er kommet for at blive.
2. Hvis ikke du selv hjælper din kunde med digitalisering, så er der højst sandsynligt nogle andre, som gør.
3. Alle vil have automatisering men for at automatisere, så må man digitalisere og standardisere først.

”Generelt bliver mulighederne for at lave regnskab og bogholderi hurtigere og hurtigere, hvilket giver os rådgivere en unik chance for at deltage aktivt i sparringen med virksomhederne.”

RUNE WESTENSEE

Revisor HD-R hos Tal og Tanker

Hvad efterspørger jeres kunder, og har denne efterspørgsel ændret sig?

Kunderne efterspørger løbende rådgivning og en mere flydende dialog kontra ”gamle dage”, hvor man kun måske snakkede med sin revisor en eller to gange om året.

Hvordan kan I, som rådgivere, hjælpe jeres kunder?

Der er åbnet et helt nyt marked op. Rådgivere kan nu sælge løbende rådgivning til deres kunder, hvor vi diskuterer nuværende og relevante problemstillinger i stedet for problemer, der skete for flere måneder siden. Kunden ønsker at bruge så lidt tid på sit bogholderi som muligt, så de kan bruge tiden på at vækste i stedet. Det er der, hvor rådgiveren skal være skarp i sin rådgivning omkring optimering af de interne processer, ellers skal kunden nok finde en anden rådgiver.

Hvad er de største muligheder ved digitaliseringen af revisorbranchen?

Effektivisering og optimering er nøgleordene. Målet er at bruge mindst muligt tid på bogholderi og kontorarbejde, så man kan bruge sin tid på at styrke virksomheden i stedet. At kunne tage beslutninger ud fra et up-to-date bogholderimateriale og lave langsigtede beslutninger frem for at tage beslutninger på baggrund af en halvt år gammel balance er alfa og omega. Virksomheden kan ikke tage bedre beslutninger end det materiale, de har. Garbage in, garbage out.

Hvilke udfordringer står revisorbranchen overfor?

Der ligger et pres på rådgiverne, at den moderne revisor skal have en større digital og teknisk forståelse. Kunderne kræver, at rådgiverne kan hjælpe med at optimere deres virksomhed, så kunden sparer mest mulig tid, som derimod kan bruges på deres forretning. Mit bud er, at den traditionelle bogholder lige så stille udgår og bliver omskolet til at blive en controller, som observerer bogholderiet og griber ind, hvor der er ting, som skal korrigeres.



Men revisionshusene skal ikke være nervøse for at prøve forskellige digitale løsninger af. Revisionshusene behøver ikke blive digitale fra den ene dag til den anden. Men jeg anbefaler, at man prøver forskellige løsninger af og ser, hvad der fungerer, og hvad der ikke fungerer.

Hvad er dine tre skarpe råd til revisorbranchen i 2021?

- 1.** Tag chancer. Revisorvirksomheder skal ikke være nervøse for at prøve nye digitale løsninger af og se, hvad der fungerer for dem. Det er vigtigt at skabe en kultur internt i virksomheden, hvor de ansatte ikke er nervøse for at prøve nye ting af.
- 2.** Lyt til kundens behov. Tag dialogen med kunden om, hvad de ønsker for at deres hverdag bliver nemmere. Revisoren har en tendens til at sælge en løsning, som hedder et regnskab samt bogføring to gange årligt. Men det er vigtigt at huske på, at kunderne er forskellige.
- 3.** Snak på tværs af generationer. De yngre medarbejdere og de mere erfarne revisorer bør snakke mere sammen. Der er en tendens til, at de mere erfarne revisorer siger, at ”sådan plejer vi at gøre”. Hvorfor kan tingene ikke gøres anderledes? De erfarne revisorer bør lytte til de unge. Men de unge skal også lære af de erfaringer, de ældre revisorer har.

KENNI SCHEIDLE

Digitaliseringschef hos Partner Revision

Hvad efterspørger jeres kunder – har det ændret sig?

Jeg oplever, at kunderne forventer, at vi kan løse de klassiske rådgivningsopgaver vedrørende regnskab, revision, skat og moms. Ydermere forventer flere og flere kunder, at vi kan bistå med rådgivning inden for mange andre områder. De områder jeg oplever, at vi rådgiver mere omkring er især forretningsudvikling, finansiering, digitalisering og automatisering af forretningsgange samt skatterådgivning.

Hvordan kan I rådgive og hjælpe jeres kunder?

Vi hjælper vores kunder, som vi altid har gjort. Rådgivningspaletten er blot vokset, og det er en ting, vi kun er glade for. Det er et tegn på, at vores kunder er glade for vores hjælp, at de efterspørger vores kompetencer på flere og flere områder. Det stiller yderligere krav til os som rådgivere. Det kræver, at vi dygtiggør os indenfor andre områder end de klassiske revisorkompetencer. Jeg mener, at vi skal fastholde vores gode og grundlæggende dyder, men samtidig sikre at vores værktøjer, metoder og rådgivning følger tidens tempo og muligheder. Derfor er der ingen tvivl om, at vi skal hæve vores digitale niveau yderligere de kommende år. De nye rådgivningsområder giver mulighed for at få flere indgangsvinkler til dialog og sparring med kunderne. Dette oplever jeg kan vække latente behov til live, og vi kan derfor hjælpe vores kunder med endnu flere ting – og dermed knytte et tættere og bedre bånd til kunderne og deres forretninger. Et eksempel kan være, at vi hjælper en kunde med at få et ugentligt opdateret bogholderi. Dette kan afdække et behov for, at kunden i samme omgang gerne vil have et dashboard, hvor kunden kan følge eksempelvis forfaldne debitorer.

Hvor ser I de største muligheder ved digitalisering af revisorbranchen?

Jeg anser mulighederne for uendelige, og jeg tror slet ikke, at vi er færdige med at se digitaliseringsprodukter målrettet revisorbranchen og SMV-segmentet.



Jeg tror kun lige, at vi er kommet i gang. Jeg synes, at en af de store fordele ved digitaliseringen er, at vi får mere og bedre data at arbejde med rettidigt. Det gør, at vi kan få et opdateret regnskabsgrundlag i tide til at rådgive og kigge fremad på baggrund af dette - i stedet for at være bagudrettede og bagkloge.

De digitale løsninger medfører i samme forbindelse, at der bliver mere tid til rådgivning frem for tastearbejde. Det betyder, at vi i højere grad kan fokusere vores tid på at rådgive kunderne i stedet for at blot at være talleverandør.

Hvilke udfordringer oplever I, at revisorbranchen står overfor?

Jeg ser ingen store udfordringer i branchen i forhold til digitalisering. Revisorbranchen er i udvikling, som den altid har været, og det skræmmer mig ikke. En mere digitaliseret fremtid finder jeg ikke intimiderende, da jeg er født ind i en generation, som er vant til at have digitale enheder i hånden hele tiden.

Hvad er jeres råd til revisionsbranchen i 2021?

Hold dig opdateret og ajour omkring de muligheder, men særlig også de problemstillinger, digitaliseringen kan medbringe. Digitalisering skal nemlig løse problemer – og ikke skabe dem.



THOMAS SØGAARD

Partner hos One Revision

Hvad efterspørger jeres kunder?

Vores kunder efterspørger i stigende grad rådgivning og værdiskabelse. Vi oplever mange flere kunder, som ønsker, at vi skal deltage som aktiv sparringspartner i deres virksomheder. Dette uagtet den umiddelbare meromkostning nu og her, da de har fået øjnene op for afkastet på lang sigt ved, at rådgivning har mere værdi.

Hvordan kan I som rådgivere hjælpe jeres kunder? Er der kommet nye muligheder?

I forhold til de større kunder ser vi i større grad ønsket omkring opbygning af værktøjer, som passer specifikt til kunden, samt at de går væk fra standardiserede løsninger. I forhold til de mindre kunder, så er ønsket om nemme løsninger efterspurgt. Fælles for begge størrelse virksomheder er, at de ønsker processen omkring daglige registreringer gjort nemmere. Dette sker blandt andet gennem automatisering og digitalisering. Vi gør derfor meget for at undersøge mulighederne på markedet og teste diverse udbydere for at opnå de bedste løsninger for vores kunder. På den måde omfavner vi digitaliseringen og hjælper vores kunder, ved at holde fingeren på pulsen i forhold til hvilke løsninger, der findes.

Hvor ser I de største muligheder ved digitaliseringen af revisorbranchen?

Digitaliseringen åbner for muligheden for, at vi som revisorer kan bevæge os over i opgaver, som er mere værdiskabende for kunderne, idet vi skal bruge mindre tid på de mere rutineprægede opgaver. Dette betyder også, at vægtningen af vores opgaver ændrer sig hvert år. For kunderne giver det muligheden for at bruge penge på løsninger, som skaber værdi for den enkelte virksomhed.

Hvilke udfordringer ser du revisorbranchen står overfor?

Der er en udfordring i, at uddannelsesinstitutionerne ikke sørger for uddannelse i IT-forståelse. Derfor er det vigtigt for os at teste nye programmer, så snart de rammer markedet.

”Digitaliseringen åbner for muligheden for, at vi som revisorer kan bevæge os over i opgaver, som er mere værdiskabende for kunderne.”

Vi har bevidst en del yngre medarbejdere, da deres basisforståelse for digitaliseringen er noget højere end de mere erfarne medarbejdere. De mere erfarne medarbejdere sørger så for at bakke kvaliteten op. Vi ser generelt ikke udfordringer for branchen men snarere muligheder. Der er nogle i branchen, som har været vant til gamle dyder. De får en brat opvågning en dag. Hos One Revision mener vi, at vi blot skal fortsætte den gode udvikling og blive ved med at investere tid og ressourcer i digitaliseringen.

Tre råd til revisorbranchen i 2021?

1. Plej dine medarbejdere, så de er glade, når de kommer på arbejde.
2. De glade medarbejdere skal så huske at pleje kunderne og deres behov.
3. Og sådan får du flere kunder.

HVORDAN SER I CREDIWIRE SOM EN DEL AF AT SKABE BEDRE FINANSIELLE OPLEVELSER?

Credewire kan være med til, på en nem måde, at skabe et basisoverblik, som for mange mindre virksomheder vil være helt fint. Overblikket skabes også på en måde, som er mere forståeligt end de hidtidige saldobalancer, som branchen har været vant til. På sigt kan Credewire tilpasses til at generere omfattende ledelsesrapportering.

Thomas Søgaard, partner hos One Revision

Credewire hjælper med udfordringen at bringe kunden og rådgiveren tættere på hinanden og tage en løbende dialog i stedet for det traditionelle møde med revisoren en gang om året. Jeg tror også, at mange kunder bedre ville kunne overskue en rapportering fra Credewire, som er letlæselig mod en traditionel saldobalance fra et bogføringssystem, som kræver en revisoruddannelse for at kunne læse.

Rune Westensee, revisor HD-R hos Tal og Tanker

Credewire er et produkt, der øger tilgængeligheden for at danne et bedre beslutningsgrundlag på en hurtig, nem og informativ måde. Den øgede indsigt i en virksomheds finansielle ståsted, som Credewire kan skabe, afhjælper kunderne i en travl hverdag med at forstå deres forretningsperformance både i forhold til tidligere perioder men også konkurrenterne i branchen. Jeg synes også, at Credewire hjælper revisorer med at danne et rigtig overblik over kunderne, som kan benyttes i et rådgivningsøjemed.

Kenni Scheidle, digitaliseringschef hos Partner Revision

HVORDAN KAN CREDIWIRE VÆRE MED TIL AT FORBEDRE DIGITALISERINGEN?

Jeg ser Credewire som et dialogværktøj mellem revisor og den klassiske SMV-ejer, som har brug for løbende sparring, men også særligt som en mulighed for god, konkret rapportering i øjenhøjde med andre interessenter, som eksempelvis banken, Vækstfonden eller en aktiv bestyrelse, som har forstået sit ansvar og pligt til at sikre sig indsigt.

Jonas Bødker-Iversen, statsautoriseret revisor og partner hos Kvist & Jensen

Credewire giver mulighed for, at revisorerne kan udføre en hurtig implementering og kigge på nogle standardiserede tal på tværs af kunder. Der er derfor ikke behov for at skulle sætte sig ind i flere forskellige rapporteringsmodeller i Excel eller lignende. Selve tilblivelsen af tallene sker uden den store bearbejdning, og man har derfor mulighed for at springe direkte til den værdiskabende rådgivning.

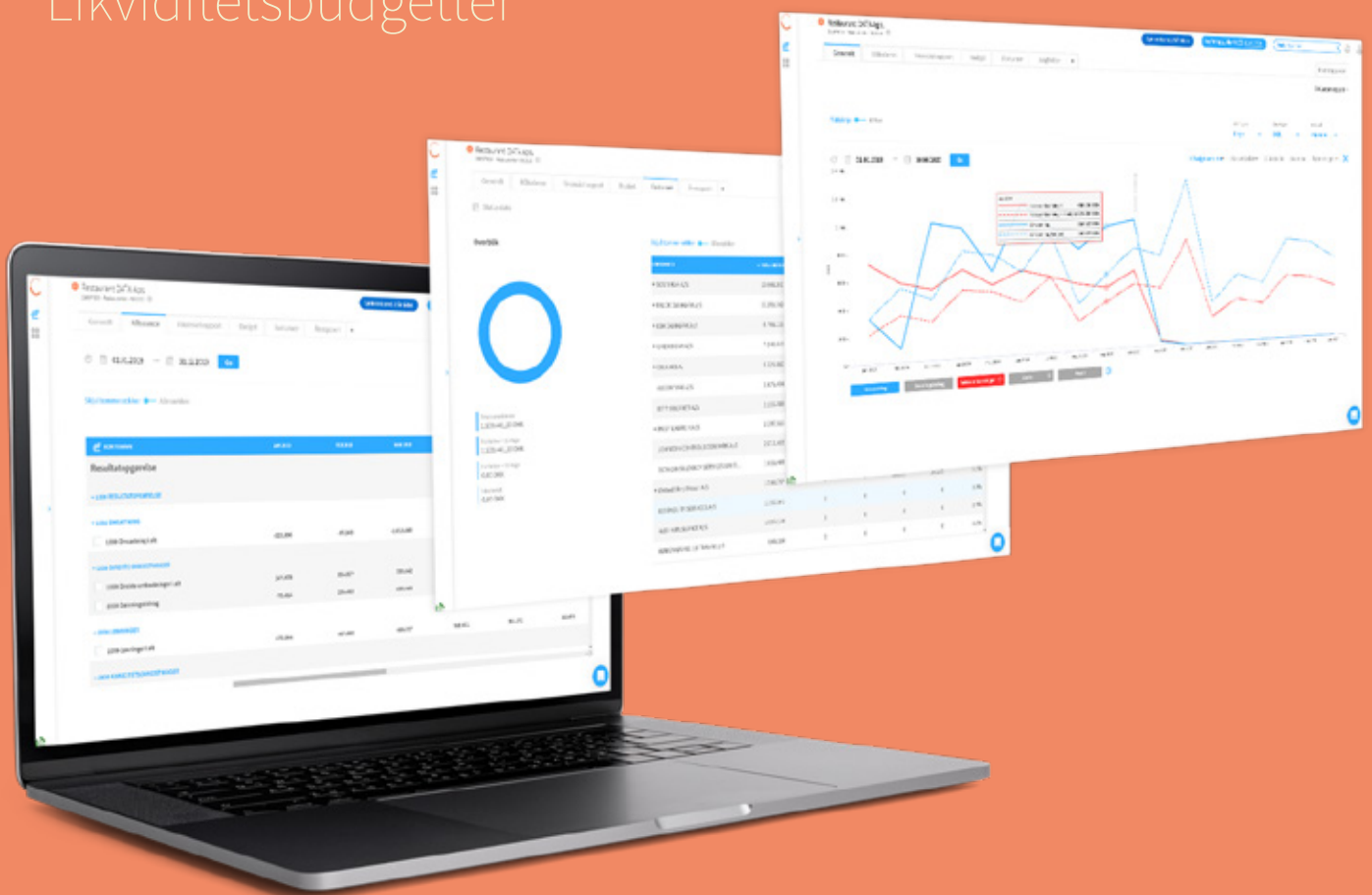
Mads Palle, økonomi- og systemkonsulent hos Christensen Kjærulff

Credewire kan være et værktøj, der kan etablere en helt afgørende bro mellem revisor og kunde. En bro, der netop kan skabe klarhed over mål versus middel.


Erik Nørskov, Digitaliseringskonsulent hos Krøyer Pedersen

MERE TID TIL NÆRVÆRENDE RÅDGIVNING

Forståelige rapporter
Kvalitetskontrol
Likviditetsbudgetter



credewire



”Vi skal ville og turde gøre op med nogle af de traditionelle og ofte forældede måder, vi i branchen arbejder på, så vi får tid til at skabe mere værdi”

Kristian Konradsen
CCO hos Zignifikant

EN DIGITAL KICKSTART

Kristian Konradsen, CCO hos Zignifikant

“Jeg tror ikke på, at alle revisorer kan starte den digitale rejse uden hjælp. De fleste har brug for en kickstart.”

”Behovet for digitalisering er efterhånden ved at være bredt accepteret. Men det er ikke alle, der har den nødvendige forståelse, de rigtige kompetencer eller talenter. Som branche har vi et fælles ansvar, og det er at få alle med.” Sådan forklarer Kristian Konradsen, der er CCO hos Zignifikant.

Zignifikant er et fremtidssikret og skalerbart bogholderi, der blev grundlagt i 2005. Passionen er centreret omkring bogholderi og økonomistyring baseret på forretningsforståelse samt ekspertviden om procesoptimering, automatisk bogføring og softwarerobotter.

”Digitaliseringen skal være med til at skabe værdi. Værdi for rådgiverne, værdi for kunderne og værdi for samfundet som helhed.”

Kristian Konradsen peger på, at digitaliseringen ikke er et middel til at gøre arbejdet på den halve tid og presse priserne i bund.

Digitaliseringen skal være med til at skabe værdi. Værdi for rådgiverne, værdi for kunderne og værdi for samfundet som helhed.

Men det kræver, at revisorerne forstår behovet. Og så kræver det, at der er hjælp at finde. Det er Kristian Konradsens vurdering, at det ikke er alle revisorer, der selv kan påbegynde den digitale rejse.

Nærværende ledelsesrådgivning på dagsordenen

Revisorernes forretningsmodel er bygget på at sælge timer. Det er en væsentlig grundforståelse, når man taler om digitalisering. Det er altså en central pointe, at digitaliseringen ikke er et væddeløb, der blot handler om at bruge digitaliseringen til at gøre arbejdet billigere og hurtigere end de andre, mens man presser priserne i bund.

Kristian Konradsen peger på, at det i stedet handler om at bruge digitaliseringen til at finde tiden til at fokusere på at skabe mere værdi gennem eksempelvis rådgivning. “Vi skal have nærværende ledelsesrådgivning tilbage på dagsordenen således, at vi kan skabe stærkere virksomheder til gavn for samfundet,” uddyber han.

Vi skal sælge en oplevelse, en bedre måde at gøre tingene på

I følge Kristian Konradsen står udviklingen stille: “Da jeg i sin tid startede hos Kvist & Jensen, talte vi om alle de spændende ting, der skulle til at ske, og hvor meget lettere det ville blive, når bare vi blev mere digitale,” siger han og fortsætter:

“Det er nu fire år siden, og jeg må konkludere, at der ikke er sket meget. Det er stadig de samme ting, vi taler om, på trods af at løsningerne findes og kun er blevet bedre i løbet af de seneste fire år, sker der stadig ingenting.” Sådan er det nok generelt med udvikling, det tager tid at komme i gang, men lige pludselig er det sket, og så kan vi slet ikke forestille os en verden uden.

Kristian Konradsen peger på, at det handler om adaptation. Det handler om, at revisorerne skal gøre op med sig selv, om de er villige til at investere i fremtiden og stille sig selv nogle spørgsmål: Er behovet der egentlig? Er det her noget vores kunder efterspørger?

“Jeg tror på, at vi skal sælge bedre oplevelser og udnytte muligheden for at gøre noget, vi i forvejen gør men langt lettere.

Jeg tror, at det er et slående punkt. Vi skal ville og turde gøre op med nogle af de traditionelle og ofte forældede måder, vi i branchen arbejder på, så vi får tid til at skabe mere værdi,” understreger han.

Hvor er talenterne?

Den digitale udvikling er i gang, og alt tyder på, at kundernes efterspørgsel vil ændre sig, for værdien for både kunder og revisorer er tydelig. Men der er dog stadig spørgsmål, som vi mangler svar på:

Hvem skal holde liv i udviklingen? Hvor er talenterne? Hvem er det, helt konkret, der skal implementere de digitale løsninger ude hos revisorerne og bogholderne? Hvem er det, der har de rigtige kompetencer og forståelsen til at bygge de rigtige løsninger i det rum, der ligger mellem tech, bogholderi og revision?

Ifølge Kristian Konradsen er det hverken den traditionelle revisor eller bogholder, og det er heller ikke den traditionelle IT-chef. Det er et kompetencesæt, der ligger et sted i mellem.

“Jeg er bange for, at vi kommer til at mangle de rigtige kompetencer, og jeg tror, at det er vigtigt, at vi allerede nu får italesat et behov for et ændret kompetencesæt generelt i den finansielle sektor”, tilføjer Kristian Konradsen.

Fokus og forståelse

Zignifikant har den fordel, at medarbejderne både besidder regnskabs- og tech-kompetencer.

På den måde kan virksomheden bygge bedre oplevelser målrettet de kunder, der efterspørger det.

“Vi er en rigtig god partner for de virksomheder, fordi de er i markedet for at købe det, vi tilbyder. Nemlig bedre oplevelser. Løbende opdaterede tal og bedre ledeslesrådgiving.

Det er netop i disse virksomheder, at vi ser et helt klart ønske om at rapportere på tallene at kunne se og ikke mindst forstå udviklingen, så man kan vurdere forretningspotentialer og retfærdiggøre værdi over for investorer og andre stakeholders,” forklarer Kristian Konradsen og tilføjer:

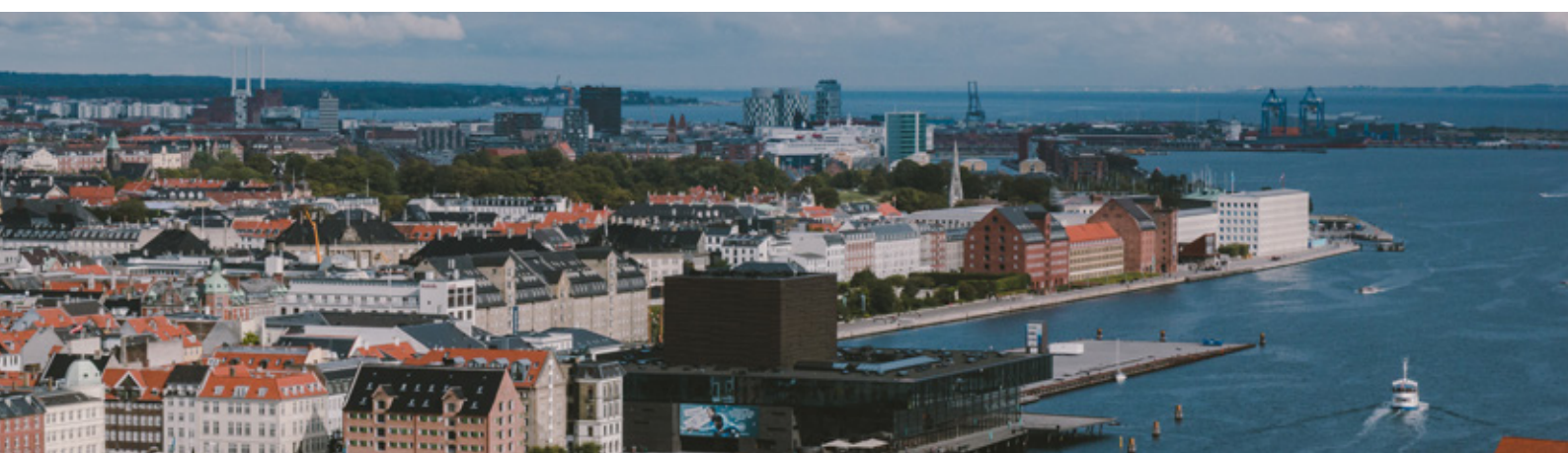
“Det er det, den digitale udvikling muliggør, hvis revisorerne er villige til at kaste sig ud i forandringerne og investere det, det kræver.”

Nogle revisorer har brug for en kickstart

En af Kristian Konradsens pointer er, at det er nemmere sagt end gjort for mange revisorer at komme i gang med digitaliseringen. Særligt for revisorer af den gamle skole. De har kort sagt brug for en kickstart.

“Derfor er vi i gang med at udvikle en digitaliserings-skole, der har til formål at give revisorerne den kickstart, så de også kan komme med på banen.

Det er et spændende projekt, og det væsentlige er, at vi alle bliver bedre, når vi hjælper og støtter hinanden,” afslutter Kristian Konradsen.





”Vi har et uddannelsesansvar over for SMV’erne, men vi har også selv et ansvar. Vores ansvar er at vise vejen, at turde gå forrest, at tage vores kunder i hånden og sige “denne vej”, og frem for alt at skabe værdi i alt hvad vi gør.”

Frederik Sandgrav

Adm. Direktør, hos Sandgrav Solutions

IN OR ON YOUR BUSINESS - TAG ANSVAR OG SKAB VÆRDI

Frederik Sandgrav, Adm. Direktør hos Sandgrav Solutions

Frederik Sandgrav er adm. direktør i Sandgrav Solutions, et fremadskuende bogholderi (konsulenthus indenfor regnskab), der gerne går forrest og sætter retningen i den digitale udvikling. Ifølge Frederik Sandgrav handler det om at handle, det handler om at tro på sig selv, og det handler om et dybt ønske om at gøre en forskel. Læs med når Frederik Sandgrav deler spændende erfaringer fra en karriere i den digitale overhalingsbane:

Vi har et uddannelsesansvar over for SMV'erne, men vi har også selv et ansvar. Vores ansvar er at vise vejen, at turde gå forrest, at tage vores kunder i hånden og sige "denne vej", og frem for alt at skabe værdi i alt hvad vi gør.

Vi skal stoppe med blot at tale om digitaliseringen og rent faktisk begynde at udnytte mulighederne. Vi skal acceptere, at vi ikke altid kender svarene, men vi skal nok finde ud af det på vejen, som vi plejer.

In or on your business er et begreb, der illustrerer, at der er to måder at arbejde på. Enten arbejder du i din virksomhed, eller også arbejder du på din virksomhed. Og der er en verden til forskel på de to. Forskellen ligger i det ansvar og det mål, der er i at arbejde på sin virksomhed.

Man udvikler sin virksomhed og får virksomheden til at blive til mere, end den var. Forskellen på de to forholdsord er markant og essentiel, hvis man vil opnå resultater. Det er en spændende sondring, og det er klart, at de virksomheder, der arbejdes på, også i de fleste tilfælde er dem, der tjener penge, bliver store og skaber både arbejdspladser og overskud til glæde for ejerne, medarbejderne men i høj grad også for samfundet.

Vi har ingen darlings

Der er så mange digitale løsninger og fintechns, og der bliver ved med at komme flere. Vi går vildt op i løsningerne, og vi nørder det, så det kommer helt ind under huden på os. Alt handler for os om kvalitet.

Men vi har ingen darlings. Vi har ingen 'låste' samarbejder. Kommer der en digital løsning, vi synes er bedre end den, vi brugte i går, en løsning, der skaber mere værdi, så er det naturligvis den vi bruger. Vi lever i en verden nu, hvor teknologien er kommet så langt, at man kan tænde og slukke for løsninger uden, at det kræver for meget. Det er blot endnu et incitament for at komme i gang.

Klokken er 2 om natten, og jeg ligger på min sofa og prøver at onboarde mig selv på en ny digital løsning. Det er genialt, det virker, og jeg fortsætter med at onboarde mine kunder midt om natten - jeg kan ikke lade være.

Jeg ved, hvor meget tid, der bliver spildt, og den tid vil være bedre brugt på ledelsesrådgivning og forretningsudvikling.

"In or on your business er et begreb, der illustrerer, at der er to måder at arbejde på. Enten arbejder du i din virksomhed, eller også arbejder du på din virksomhed. Og der er en verden til forskel på de to. Forskellen ligger i det ansvar og det mål, der er i at arbejde på sin virksomhed."




”Jeg ved, hvor meget tid, der bliver spildt, og den tid vil være bedre brugt på ledelsesrådgivning og forretningsudvikling.”

Det er ikke tale, der er guld, det er handling

Jeg har kun ét råd at give videre, når det kommer til at implementere digitaliseringen i stedet for blot at tale om den: Det er ikke tale, der er guld, det er handling.

Kom i gang, prøv det, tag skridtet. Sæt dig ind i mulighederne, start i det små og tag dine kunder i hånden. Der er ingen af os, der kender alle svarene på forhånd - jeg ved godt, vi er i en branche, der rigtig gerne vil kende svarene på forhånd. Men sådan er virkeligheden bare ikke.

Vi skal prøve, vi skal presse på, og vi skal have nogle kilometer i benene. Det kan godt være, at dine kunder ikke leder efter en såkaldt business partner. En rådgiver i øjenhøjde som kan hjælpe dem med at træffe de rigtige beslutninger. Men det betyder ikke, at behovet ikke er der. Tvært imod vokser behovet, og derfor er det vigtigt, at du kommer i gang nu. Du vil helst ikke stå i en situation med en efterspørgsel, som du ikke kan gøre noget ved. Dine kunder finder bare en anden, der kan hjælpe, hvis du ikke er klar.

A portrait of Steffen Ekelund, a man with short blonde hair and a light beard, smiling. He is wearing a dark blue corduroy button-down shirt. The background is a blurred outdoor setting.

”Jeg tror, at det er gået op for mange, at overblik er vejen til kontrol, og at det igen er vejen til succes.”

Steffen Ekelund

Head of Commercial hos Kontolink

KOM TÆTTERE PÅ DINE KUNDER MED AUTOMATISERET BOGFØRING

Steffen Ekelund, Head of Commercial hos Kontolink

Vi lever i en tid, hvor digitalisering og automatisering fylder mere end nogensinde før. Tidsbesparende apps, løsninger og systemer skyder op omkring os. Man fristes til at tænke, at der umuligt kan være flere problemstillinger, der ikke er fundet en smart og digitaliseret løsning på.

Automatiseringen af regnskabet giver tid til rådgivning

Hvis vi skal zoome ind på en supertrend må det være digitalisering og automatiseringen af regnskabsbranchen. Revisorer og bogholdere oplever i højere og højere grad efterspørgsel på rådgivning fra deres kunder.

Hvordan kan jeg bygge en stærkere virksomhed? Er der funktioner i min virksomhed, jeg kan automatisere? Regnskabet er vigtigt, men hvordan kan jeg slippe for alt det bøvlende? Vi ved fra tidligere publikationer, at flere SMV'er vil efterspørge proaktiv rådgivning fra deres revisor i fremtiden.

Denne udvikling stiller naturligvis krav til revisorer og bogholdere i forhold til at optimere deres arbejde og processer, således at de kan fokusere på den nye efterspørgsel fra kunderne.

”Det er ret vildt. Det hele er vendt på hovedet. For to år siden skulle vi ud og hive fat i rådgiveren. Nu oplever vi en konstant efterspørgsel fra rådgivere, der ønsker at efterleve højere krav fra deres kunder,” fortæller Steffen Ekelund, der er Head of Commercial i Kontolink. Kontolink er en platform, som hjælper revisorer og bogholdere med at gøre hele regnskabsprocessen automatisk og mere effektiv. Interessen fokuserer sig specielt omkring rådgivning. Hurtigt og bedre overblik over virksomhedens finanser og opdaterede budgetter er blandt to af de mest efterspurgte services.

”Jeg tror specielt, at covid-19 har sat endnu mere fokus på, at virksomhederne skal have styr på finan-

”Det automatiserede og digitaliserede regnskab er jo fremtiden. Kontolink sparer mig mange mandetimer, der førhen gik på at rykke for bilag samt manuel indtastning. Nu kan jeg rent faktisk effektivisere min egen arbejdskraft, og bruge tiden på den spændende del af regnskab.”

Sebastian Bøving Jacobsen fra ØENS Rådgivningshus

serne, både i forhold til hjælpepakker, men også for at kunne styre virksomheden i en turbulent tid. Virksomhederne har nu konstateret den store glæde ved at have mere styr på økonomien, og det vil de derfor fortsætte med.

De vil gerne ”køre” deres virksomhed med et speedometer, der virker. Jeg tror, at det er gået op for mange, at overblik er vejen til kontrol, og at det igen er vejen til succes,” siger Steffen Ekelund.

Vi tror på selvkørende biler. Men vi tror på, at det selvkørende regnskab kommer først

Med det høje udviklingstempo inden for start-ups, digitale løsninger og innovative idéudviklere, åbnes der for, at regnskabet kan blive selvkørende.

Det kan være via løsninger som Kontolink, men også løsninger som e-economic med deres regnskabsprogram og selvfølgelig Crediwire med deres platform til økonomisk rådgivning.

”Det er jo næsten paradoksalt, at vi har set eksempler på den selvkørende bil, inden vi har set et selvkørende regn-

skab. Vi tror stadig på, at vi kommer til at se det selvkørende regnskab, før vi ser veje fyldt med førerløse biler. Et er interessen for at se det ske, men noget andet er alle de

I Kontolink er vi allerede godt på vej i retningen af det selvkørende regnskab, da 25% af vores kunders bilag går igennem ude at blive berørt af menneskehånd.

gode og rationelle argumenter, der er centreret omkring det faktum, at automatisering af repetitive processer er i meget mere sikre hænder hos en computer, end de er hos et menneske. Altså en helt oplagt mulighed for meget let at undgå fejl, for ikke at tale om alt den tid der vil blive frigivet,” forklarer Steffen Ekelund.

Bilagsindtastning kan automatiseres til en brøkdel af prisen for timevis af indtastning. Og det bedste er, at det ikke er en spareøvelse - men en optimering øvelse. Vi kan nemlig frigive noget af budgettet, til at blive brugt på andre ydelser: nemlig den værdiskabende rådgivning.

Lad os sammen fokusere på et fælles tilløb om at blive endnu mere digitale og endnu mere automatiserede.



CEO POV

**KÆRE RÅDGIVER,
DET ER TID**

Nicholas Meilstrup, CEO Credewire

Der er store konkurrencemæssige fordele for virksomheder, der arbejder med data løbende, digitalt og i tæt samarbejde med deres rådgivere.

Visma beretter at digitale virksomheder omsætter for op til 110% mere pr. medarbejder end ikke digitale virksomheder. Det er så markant, at det ikke kan stå hen. Det er en oplagt mulighed for at spille sig selv på banen som rådgiver.

Kære rådgiver, det er tid

Det er måske ikke øjensynligt nødvendigt endnu, at digitalisere sig som revisor eller bogholder – men det er det for virksomhederne (kunderne).

Vi er nu alle en lang rapport klogere og alle bidrag i rapporten har gjort det tydeligt for mig, at den såkaldte 'ketchup-effekt' venter rundt om det næste hjørne. På tværs af , vores rapport er der stor enighed om et fælles ansvar over for virksomhederne. Nøgletal til at drive virksomhederne er centrale, likviditetsbudgetter er vigtigere end nogensinde og uden branche-indsigt er det svært at navigere.

Jeg er slående enig

”Vi har frigjort tiden, så rådgiveren (måtte det være revisoren eller bogholderen) nu kan sætte ind og rådgive virksomheden. Skabe konkret værdi, konkurrencemæssige fordele og generelt stærkere virksomheder.”



God rådgivning er grundlaget for mere værdi. For at gøre plads til den gode rådgivning skal vi gøre noget vi i forvejen gør, bare lettere. Det har vi gjort ved løbende og automatisk at fjerne besværet ved at:

[Beregne nøgletallene](#)

[Lave likviditetsbudgetterne](#)

[Præsentere brancheinformation.](#)

Vi har frigjort tiden, så rådgiveren (måtte det være revisoren eller bogholderen) nu kan sætte ind og rådgive virksomheden. Skabe konkret værdi, konkurrencemæssige fordele og generelt stærkere virksomheder.

”Seeing is believing” – hvis du kan se det og forstå det, kan du gøre noget ved det. Virksomhederne skal bruge et nemt overblik. Hvad er status for virksomheden og hvor er mulighederne?

Det får de med et visuelt overblik i kombination med sparring fra deres rådgivere. Det er sådan vi skaber værdi sammen: Revisorer, Bogholdere, Banker og Virksomheder i mellem. Det er sådan vi skaber et endnu stærkere Danmark.

Kære rådgiver, det er tid.

KONKLUSION

1. Vi går glip af milliarder

Som samfund har vi alle en interesse i, at der bliver skabt stærkere virksomheder. Vi er så langt med udviklingen, at det nu er muligt at skabe digitale løsninger, der er markant smartere end deres 'fysiske' pendant. Med andre ord kan vi gøre noget vi i forvejen gør, bare lettere og bedre. Netop den form for digitalisering er et område med et stort milliardpotentiale for de danske virksomheder og det danske samfund.

2. Rådgivning skal skabe stærkere virksomheder

Virksomhederne har brug for bedre rådgivning. Mange virksomheder mangler et indgående kendskab til deres økonomi. I nogle tilfælde mangler interessen. I andre tilfælde mangler overblikket og forståelsen. Revisorerne spiller en helt central rolle i forhold til at rådgive virksomhederne og dermed skabe stærkere virksomheder.

Vi skal til at automatisere manuelle processer, så vi kan frigive tid til nærværende rådgivning, sparring og udvikling. Til gavn for virksomhederne, den finansielle industri og samfundet som helhed.

3. Big data vs Good data

Regnskabsdata er digitaliseret. Tiden er moden til at analysere data og fremkomme med råd og muligheder, så vi kan bygge stærkere virksomheder. Mere er ikke altid bedre, men man bør i stedet tage udgangspunkt i den data, der eksisterer. Data er grundlaget for den gode og nærværende rådgivning og er derfor helt central i den digitale udvikling.

4. Vi har et fælles ansvar

Alle profilerne der medvirker i denne rapport er enige om, at vi har et fælles ansvar for at uddanne og rådgive virksomhederne om deres muligheder. Et fælles ansvar for at trække revisorgerningen ud af skyggen fra årsregnskabet og ind i lyset, så virksomhederne kan se potentialet i at have en rådgiver.

På side 47 har vi lavet en liste over helt centrale ting, som virksomhederne bør spørge deres revisor om, men som de ikke gør i dag.

5. Work smarter

Hvis der skal være plads til bedre og mere nærværende kunderådgivning, må revisorerne optimere og automatisere de tidskrævende manuelle processer. Men det er ikke blot kunderne, der har fordel af optimering og automatisering. Revisionsbranchen er en branche, der er tydeligt præget af sæsoner. Der er en uligevægtig fordeling af arbejdsbyrden for de fleste revisorer set hen over et kalenderår.

Sådan behøver det ikke være. Det er muligt for de danske revisorer at lave meget arbejde forberedende ved netop at optimere og automatisere. Det skaber en situation uden peak seasons og mere tid til at skabe stærkere virksomheder. En revolution af de interne traditionelle arbejdsgange er et must for den videre udvikling.

6. Kampen om talenterne

Med den digitale udvikling er der naturligt kommet et behov for nye kompetencer. Specifikt tech-kompetencer. Talenter der forstår at sætte digitale løsninger og systemer sammen på en måde, som giver det korrekte output hver gang. Det er i mange tilfælde ikke i de traditionelle finansuddannelser, at man finder de talenter og kompetencer.

Det er vigtigt, at det bliver et branchefokus, så vi kan få vendt talentknapheden og skabt en udvikling. Det handler om, at uddannelsesinstitutionerne kommer på banen med attraktive muligheder, og at revisorhusene får øjnene op og skaber muligheder og stillinger for de talenter, der har de kompetencer, der er brug for for at drive og accelerere udviklingen.

7. Fremtiden er stadig drevet af mennesker

Robotterne må vente lidt endnu. Det er stadig mennesker, der kommer til at drive og styre udviklingen i fremtiden. Vi skal have flere hænder til at gribe de digitale muligheder, implementere, analysere, rådgive og udvikle. Der er masser af arbejde for mennesker i den finansielle sektor i mange år fremad, og den digitalisering skaber et spændende miljø med hastig udvikling.





crediwire