



9 ASKELTA DIGITAALISEEN TILITOIMISTOON

Sisällysluettelo

Alkusanat	3
Visio, tavoitteet ja suunnitelmat	4
Oikea johtajuus	4
Käytä ohjelmistoa, joka tukee uusia työskentelytapoja	5
Tee neuvonnasta koko toimiston yhteinen asia	5
Valitse asiakkaasi	8
Asiakkaan arvo, palvelut ja hinnoittelu	8
Siirtyminen tuntiveloituksesta kiinteään hinnoitteluun	10
Myy muutos asiakkaille	11
Jalkauta suunnitelmasi	12

Alkusanat

Tilitoimistoalan murroksen myötä kirjanpitäjän työ on muutakin kuin pelkkien kirjanpito- ja talousraporttien tuottamista asiakkaille. Voit hyödyntää taitojasi entistä tehokkaammin ja luoda asiakkaisiisi kokonaan uudenlaisen suhteen – sellaisen, jota asiakkaasi arvostavat ja josta he ovat valmiita maksamaan.

Tämä opas on tarkoitettu kirjanpitäjille, jotka uskovat, että asiakkaat arvostavat yrityksesi tarjoamaa valmennusta ja ennakoitavissa olevia hintoja. Se on suunnattu kirjanpitäjille, jotka haluavat pitää osaamisensa ajan tasalla ja tarjota tietoa asiakkaalle ymmärrettävässä muodossa.

Useat toiminnot siirtyvät pilveen, ja tällä muutoksella on merkittävä vaikutus työn tekoon ja työntekijöihin. Muutos ei tapahdu kymmenen vuoden päästä, vaan se tapahtuu juuri nyt.

Kirjanpidon, talousraporttien ja veroilmoitusten kaltaiset palvelut on standardoitu ympäri maailmaa, ja niiden arvo on laskenut jyrkästi. Sama trendi on odotettavissa myös Suomessa. Kokemus on osoittanut, että toimintaansa uudistavien yritysten on valmistauduttava alussa muutaman vuoden kestävään heikompaan tuottavuuteen ohjelmistoinvestointien ja resurssimuutosten vuoksi.

Voit siirtää tilitoimistosi digitaaliaikaan vaiheittain tai tehdä kaikki muutokset yhdellä kertaa. Jos olet epävarma, aloita uusista asiakkaista ja laajenna konsepti muihin asiakkaisiin vähitellen.

Oppaaseen liittyy myös työkirja, jossa esitetyistä aiheista voitte keskustella työpaikallanne.

HEI!

Oletko kirjanpitäjä, joka harkitsee neuvontapalveluiden tarjoamista? Stressaako sinua ajatus siitä, että yritykset haluavat itselleen digitaalisen kirjanpitoyrityksen? Vai yritätkö välttää ajattelemasta koko asiaa? Olitpa missä vaiheessa tahansa tätä prosessia, pystyt hyödyntämään tämän oppaan yhdeksää kohtaa. Käytännön esimerkit antavat sinulle uusia ideoita ja inspiraatiota.

ASKEL 1:

Visio, tavoitteet ja suunnitelmat

Anna ajatustesi lentää.

Muista, että kyseessä on oma yrityksesi ja oma urasi, etkä ole juuttunut paikoillesi. Missä haluat olla ja missä haluat yrityksesi olevan viiden vuoden kuluttua? Kuinka kannattavaa haluat liiketoimintasi olevan? Miten saavutat tavoitteesi? Mitä vaiheita sinun on suoritettava ja millaisia resursseja tarvitset näiden vaiheiden suorittamiseen? Mitä taitoja sinulla on tällä hetkellä ja miksi myyt juuri niitä palveluita mitä myyt?

”Ihmiset eivät osta sitä mitä myyt, vaan sitä miksi myyt. Aloita miksi-kysymyksestä”, sanoi maailmanlaajuisestikin menestynyt kirjailija Simon Sinek.

Pidä huoli siitä, että visiosi ja tavoitteesi ovat inspiroivia ja rohkeita ja että niistä on helppo viestiä. Kirjoita tavoitteesi ja suunnitelmasi muistiin.

ASKEL 2:

Oikea johtajuus

Menestys edellyttää juuri oikeaa johtajaa. Löydätkö työyhteisöstäsi oikein henkilön, tai oletko itse se henkilö? Tai pyöritätkö yritystäsi yksin? Voitko löytää itsellesi mentorin toisesta yrityksestä?

Verkostoidu asiasta kiinnostuneiden kollegoiden kanssa ja kehitä uusia ideoita järjestämällä yhteisiä tapaamisia, lounaita, workshopeja ja brainstorming-tilaisuuksia.

Uusien taitojen hyödyntäminen voi tuoda yrityksellesi kaivattua energiaa ja luoda suunnan yritystoiminnan laajentamista varten. Organisaatiossa saatetaan tarvita myös uusia taitoja ja osaajia, kuten IT-ammattilaista, yritysneuvojaa tai markkinoinnin ja myynnin ammattilaisia.



ASKEL 3:

Käytä ohjelmistoa, joka tukee uusia työskentelytapoja

Säästä aikaa ja tuo lisäarvoa asiakkaille uudella tavalla. Yrityksessäsi on oltava käytössä ohjelmisto, joka tukee uutta toimintatapaa ja luo edellytykset yrityksen menestymiselle.

Tilitoimistolle tämä tarkoittaa pilvipalveluna toimivaa kokonaisjärjestelmää, joka mahdollistaa yhteiskäytön asiakkaiden kanssa. Asiakas voi samalla järjestelmällä hoitaa vähintään perustoiminnot, kuten laskutuksen ja ostolaskujen hyväksynnän ja seurata yrityksensä taloudellista tilaa silloin kun haluaa. Tilitoimistolle jää asiantuntijatyöt, sekä numeroiden tulkinta ja konsultointi.

ASKEL 4:

Tee neuvonnasta koko toimiston yhteinen asia

Seuraavassa harjoituksessa ovat yleensä mukana kaikki työntekijät:

Varaa yhden tunnin workshop tiimisi kanssa. Valitse asiakaskannastasi 1–5 mahdollisimman erilaista yritystä. Jokaisessa workshopissa käydään läpi kunkin asiakasyrityksen talousraportteja ja tiliotteita. Tehtävänä on keksiä yhdessä brainstorming-menetelmällä keinoja auttaa tätä yritystä. Kirjoita tehdyt ehdotukset muistiin ja esitä seuraava kysymys: Mitä meidän on tiedettävä asiakkaasta, jotta pystymme auttamaan häntä eri tehtävissä?

Johtajana tarvitset luonnollisesti henkilöstöä menestyksen saavuttamiseen. Ihmiset reagoivat muutoksiin eri tavoin. Toiset ovat heti valmiita vastaanottamaan uusia ideoita, mutta toiset tekevät sen vaiheittain ja toiset haluavat vakuutteluja. Toisten on saatava nähdä lukuja uskoakseen asiaan, ja toiset toimivat vaistonvaraisesti. Viesti uusista tavoitteista ja suunnitelmista johdonmukaisesti ja pyri sitouttamaan jokainen henkilö erikseen.

Voit käyttää seuraavia argumentteja:

- Kehityksestä jälkeen jäänyt yritys voi menettää asiakkaitaan. Nyt ei ole aika odottaa ja katsoa, mitä kilpailija keksii.
- Työntekijät, jotka eivät pääse kehittymään, ovat vaarassa jäädä syrjään tulevaisuuden työmarkkinoilla.
- Työntekijöiden mahdollisuus kehittää erikoisosaamistaan on etuoikeus, eikä koskaan ole liian myöhäistä oppia uutta.
- Kirjanpitäjien uskallettava ryhtyä tiiviimpään yhteydenpitoon asiakkaidensa kanssa. Jopa 80 % ajasta tulee kulumaan tulevaisuutta koskevaan neuvontaan.

Keskustele seuraavista asioista:

- Miten voisitte luoda tuloja neuvonnan avulla?
- Miten pystytte tarjoamaan asiakkaille neuvontaa etukäteen?
- Miten seuraatte asiakkaan kanssa sovitun toimintalinjan kehittymistä?
- Miten pystytte osoittamaan uusimman teknologian kaikki edut?
- Miten voitte järjestää säännöllisiä asiakastapaamisia ja puhelinkeskusteluja?

Anna asiakkaille neuvoja

Neuvonta voi yksinkertaisimmillaan tarkoittaa sitä, että kerrot asiakkaalle mitä tiliä kirjanpidossa on käytettävä tai kysymällä ymmärtääkö hän lähettämiesi raporttien sisällön ja hyödyntääkö hän raportteja liiketoimintansa kehittämisessä. Jos asiakas ei ymmärrä kaikkea, voit tarjota hänelle lisäkoulutusta. Asiakkaittesi on tärkeää ymmärtää talouden keskeisimmät termit, jotta pystytte keskustelemaan asioista samaa terminologiaa ja kieltä käyttäen.

Seuraava vaihe on istua alas asiakkaan kanssa ja tehdä SWOT-analyysi, joihin pohjia löydät esimerkiksi verkosta. SWOT-analyysi tarkoittaa keskustelua yrityksen sisäisistä vahvuuksista ja heikkouksista sekä ulkoisista mahdollisuuksista ja uhista. Mikä on asiakkaan tämänhetkinen tilanne ja miten yrityksellä sujuu? Miten kehitys on edennyt? Anna sen jälkeen asiakkaan asettaa itse tavoitteensa tekemäsi analyysin ja vision perusteella. Tavoitteena voi olla voiton kasvattaminen, velkojen maksu, toiminnan laajentaminen, eläkepäivien turvaaminen tai jokin muu.

Samalla voit esitellä asiakkaalle yhä erikoistuneempia tehtäviä toiminnan kehittämistä varten. Näin opit ymmärtämään asiakkaan liiketoimintaa ja tarpeita.

Oikean koulutuksen ja IT-tuen avulla pystyt toimittamaan taloustietoja reaaliaikaisesti ja tekemään yhä edistyskellisempiä ja syvällisempiä analyyssejä.

Oikeat keskustelutekniikat kysymyksiä esitettäessä:

Kuuntele ensin. Anna itsellesi aikaa ymmärtää asiakkaan tausta, tarpeet ja liiketoiminta.

Neuvontapalvelun tuoma myynnin kasvu

Mitä enemmän saat mahdollisuuksia toimia neuvonantajana, sitä helpompaa sinun on myydä samantyyppisiä palveluita. Lisämyynti on taloudellisesti kannattavin keino lisätä asiakastytyvyyttä. Myydessäsi palveluita, voit käyttää aiempia tapauksia esimerkkeinä siitä, miten autoit toista yritystä samantyyppisessä tilanteessa ja millaista hyötyä toinen yritys sai itselleen.

Tässä muutamia keinoja myyntitekniikoiden parantamiseen:

- Esitä avoimia kysymyksiä.
Älä kysy: Oletko miettinyt mitä teet jos yrityksesi ajautuu konkurssin partaalle?
Kysy: Oletko turvannut yrityksesi tulevaisuuden ja tiedätkö mitä teet, jos joudut taloudellisiin vaikeuksiin?
Jatka sitten tarkentavilla avoimilla kysymyksillä, joiden avulla pystytte käsittelemään asiaa syvällisesti.
- Selitä, miksi asiakas tarvitsee tuotteen tai palvelun, jota olet myymässä.
Esimerkki: Tarvitset budjetti- tai maksuvalmiusennusteita samoin kuin toinenkin asiakkaamme. Tämä asiakas on pystynyt parantamaan maksuvalmiuttaan ja kasvattamaan voittojaan yksityiskohtaisen ja oikea-aikaisen seurannan avulla.
- Esitä lopuksi kysymys, vertaa kahta alla esitettyä:

Vaihtoehto 1: Sinun on käytettävä verostrategiaamme, säästät sen avulla paljon rahaa.

Vaihtoehto 2: Olemme havainneet, että pystyisit säästämään X euroa seuraavan kymmenen vuoden kuluessa, jos sovellat verostrategiaamme. Haluaisin tietää, mitä tekisit tuolla ylimääräisellä rahalla? [1]

ASKEL 5:

Valitse asiakkaasi

Millainen on ihanneasiakkaasi? Esitä itsellesi alla mainitut neljä kysymystä. Tee vuosittain tutkimus, jossa selvität, millaisia asiakkaita et yrityksellesi halua. Yritä saada enemmän haluamasi kaltaisia asiakkaita. Tästä on hyötyä sekä sinulle että asiakkaillesi.

1. Mitkä asiakkaat lisäävät eniten omia taitojasi?
2. Mitkä asiakkaat hyötyvät eniten palveluistasi?
3. Mitkä asiakkaat tarjoavat sinulle uusien yritysten yhteystietoja?
4. Mitkä asiakkaat sopivat yrityksesi suunnitelmiin?

ASKEL 6:

Asiakkaan arvo, palvelut ja hinnoittelu

Mitä asiakkaasi haluavat? Arvauksesi ei osu aina oikeaan.

93 % haluaa kirjanpitäjän, jonka työskentely on reaaliaikaista

62 % haluaa suorempaa yhteydenpitoa kirjanpitäjänsä kanssa.

39 % haluaa kirjanpitäjältä enemmän ideoita liiketoimintansa parantamiseen.

22 % haluaa kirjanpitäjänsä keskittyvän enemmän tulevaisuuteen kuin menneisyyteen.

17 % haluaa kirjanpitäjänsä hinnoittelun olevan läpinäkyvämpää. [1]

Voit yhdistää vanhat ja uudet palvelut yhdeksi paketiksi. Mitä asiakkaasi tarvitsevat ja mitkä heidän tavoitteensa ovat? Tavoitteesi pitäisi olla seuraava: "Kaikki asiakkaat haluavat ostaa kaikkia tuotteitasi ja palveluitasi, jotka auttavat heitä saavuttamaan tavoitteensa." [1]

Seuraavassa on lueteltu 30 esimerkkiä palveluista, joista yrittäjät hyötyvät ja jotka voit muuttaa konkreettisiksi tarjouksiksi:

1. Parempi tuottavuus
2. Parempi kannattavuus
3. Kassavirta-analyysi, ennusteet ja seuranta
4. Avustaminen yhteydenotossa pankkeihin ja sijoittajiin
5. Kasvu
6. Rekrytointi
7. Palkanmaksu
8. Henkilöstöasiat
9. Talouskoulutus
10. Velkajärjestely
11. Liiketoiminnan kehitys

12. Saatavien perintä
13. Varojen suojaus
14. Verosuunnittelu
15. Eläkkeet
16. Kiinteistösuunnittelu
17. Yhteydet sosiaalivakuutukseen
18. Vakuutus sopimusten hallinta
19. Sopimusten hallinta
20. Yrityksen perustaminen
21. Yritysten osto ja myynti, sukupolvenvaihdokset
22. Yritysten purkaminen
23. Markkinointi ja myynti
24. Siirtyminen pilveen, toimintojen muuttaminen digitaalisiksi
25. Oman asiakasverkon tarjoaminen
26. Ryhmävalmennus
27. Webinaarit
28. Aamiaiskokoukset
29. Mukautetut raportit
30. Tilien ja tilisuhteiden analyysi

Avun tarjoaminen markkinointiin ja IT-tukeen saattaa kuulostaa hieman epärealistiselta, mutta muista, että voit verkostoitua ja tehdä yhteistyötä muiden yritysten, konsulttien ja freelancereiden kanssa ja tarjota siten myös näitä palveluita.

Millaisia palvelut ovat?

Asiakas maksaa havaitsemastaan hyödystä. Arvon lisääminen on sinun tehtäväsi, ja palvelun hinnoitteluun on olemassa vain yksi tapa. Markkinoille on mentävä selkeillä hinnoilla ja reaktioita on seurattava. Jos asiakas hyväksyy tarjouksen hetkeäkään epäröimättä, hinta on todennäköisesti liian alhainen.

On varsin yleistä, että yrittäjät laskuttavat asiakkaita asiakkaiden maksukyvyn mukaan. Voit auttaa pieniä yrityksiä tarjoamalla niille edullisempia hintoja ja nostaa hintaa yritysten kasvaessa.



ASKEL 7:

Siirtyminen tuntiveloituksesta kiinteään hinnoitteluun

Tarkista laskutustiedoista, kuinka paljon laskutit kutakin asiakasta edellisen kolmen vuoden aikana. Lisää mukaan niiden palveluiden hinnat, joita haluat tarjota.

Esimerkkejä palveluista:

- kaksi tilannekatsausta
- talous- ja kirjanpitokoulutus
- tukipaketti, joka sisältää ilmaiset puhelut
- neljännesvuosittaiset tapaamiset
- seminaarien ja aamiaisseminaarien järjestäminen; asiakkaasi voivat verkostoitua keskenään sinun kauttasi.

Luot kaikkien asiakastapaamisten avulla runsaasti näkyvyyttä yrityksille. Opit ymmärtämään asiakkaan liiketoimintaa ja tarpeita. Asiakkaat soittavat sinulle entistä useammin ja luottavat antamiisi neuvoihin.

Voit ryhmitellä palvelusi kolmeksi eri paketiksi: perus-, hopea- ja kultatason paketeiksi. Vaihtoehtoisesti voit tarjota peruspakettia, johon voi liittää lisäpalveluita.

Arvioi hinnoittelu säännöllisin väliajoin ja ota käyttöön kuuden kuukauden koeaika. Kun saat uuden asiakkaan, alussa voi olla vaikea arvioida, kuinka paljon asiakas tarvitsee yrityksesi palveluita ja minkä tyyppiset palvelut sopivat asiakkaalle.

Toinen vaihtoehto on asettaa minimi- ja maksimihinnat. Voit olla sopinut kiinteäksi vuosihinnaksi esimerkiksi 6 000 euroa ja maksimihinnaksi 7 000 euroa ja minimihinnaksi 5 000 euroa. Vaikka todellinen arvo olisi näitä rajoja korkeampi tai alhaisempi, asiakas maksaa aina enintään 7 000 euroa.

Voit myös jakaa hinnan vaihtelun: olet sopinut kiinteäksi hinnaksi esimerkiksi 2 500 euroa / 6 kuukautta. Täsmäytyksessä kuitenkin huomaat, että toimittamiesi palveluiden arvo on 3 000 euroa. Muista olla erittäin huolellinen määrittäessäsi kunkin palvelun sisältöä, kun myytte asiakkaille lisäpalveluita. Varmista, että kaikki muut kuin peruspalvelut laskutetaan erikseen. Minkä tahansa vaihtoehdon valitsetkin, ilmoita hinnat aina avoimesti ja läpinäkyvästi. Älä keskity tietyn tuntimäärän tekemiseen, vaan keskity arvon luomiseen.

ASKEL 8:

Myy muutos asiakkaille

Ennen kaikkea: Toimi selkeästi. Usko siihen, mitä teet. Se, että tekniikka hoitaa raskaan numeroiden käsittelytyön, on win-win-tilanne. Seuraavassa on esitetty muutamia syitä siihen, miksi asiakkaat rakastavat yritystäsi.

Asiakas saa rahalleen enemmän vastinetta. Sinä keskityt auttamaan asiakasta kehittämään yritystään ja saavuttamaan tavoitteensa. Asiakas saa oman nimetyn talousjohtajan, talouspäälikön, kouluttajan, palkanlaskijan tai yritysvalmentajan.

- Ilmaiset puhelut
- Kiinteä hinta
- Ajantasaiset, säännölliset ja ymmärrettävät taloustiedot, joihin asiakkaat pystyvät reagoimaan
- Ilmainen talouskoulutus ja avustaminen pilvisovelluksessa tapahtuvassa kirjanpidossa ja laskutuksessa
- Pieni riski siihen, että tiedot kirjattaisiin virheellisesti
- Pääsy yritysasiakkaidesi verkostoon

Prosessi saattaa olla esimerkiksi tällainen:

1. Ota henkilökohtaisesti yhteyttä mahdollisimman moneen asiakkaaseen. Sovi tapaamiset heidän kaikkien kanssa.
2. Valmistele ennen tapaamista viestisi ja kokoa yhteen yleisimpiä asiakkaiden esittämiä kysymyksiä ja selvitä niihin myös vastaukset.
3. Lähetä virallinen infokirje ja varmista, että se näyttää ammattimaiselta.
4. Järjestä aloitustapaaminen.
5. Vastaa koko prosessin ajan kysymyksiin avoimesti ja kuuntele tarkkaavaisesti.
6. Järjestä pilvipalveluiden käyttöä koskevia koulutuksia.
7. Kirjoita sopimuksia.

Järjestely: muutoksesta tiedottaminen

- Kerro taustatiedot: yritys siirtyy Internet-pohjaiseen kirjanpitoon ja laskutukseen, mikä luo yritykselle uusia mahdollisuuksia. Käy läpi kaikki asiakkaan saamat edut.
- Selvitä, mitä asiakas odottaa.
- Esitä tarjouksesi: mitä tapahtuu asiakkaille, jotka haluat pysyä muutoksessa mukana.
- Selvitä, mitä tapahtuu asiakkaille, jotka eivät halua siirtyä pilveen, vaan haluavat jatkaa asiakassuhdetta entiseen tapaan.

ASKEL 9:

Jalkauta suunnitelmasi

Kun olet muodostanut tarjouksesi ja tiedät mitkä asiakkaat haluat, on aika pohtia, mistä löydät lisää samantyyppisiä asiakkaita. Tässä vaiheessa on aika luoda pitkän aikavälin markkinointisuunnitelma – myyntitavoitteiden tukemiseksi. Anna ihanneasiakkaille lupaus, kerro mitä voit tehdä heidän hyväkseen. Miksi heidän pitäisi lukea tarjouksesi ja tarttua siihen? Haluat, että potentiaaliset asiakkaat tietävät tämän. Julkaise yrityksesi verkkosivuilla runsaasti asiakkaiden kertomuksia.

Asiakkaan suositukset ovat yrityksesi tehokkaita mainoksia, ja ne ovatkin usein vakuuttavin markkinoinnin muoto. Jotta yrityksesi erottuisi kilpailijoista, sinun on luotava mahdollisuus asiakassuhteiden muodostamiseen Internetissä.

Nykyisin useimmat ihmiset etsivät tuotteita ja palveluita Googlella ennen ostopäätöksen tekemistä. Varmista, että mahdolliset asiakkaasi saavat yrityksestäsi juuri oikeita tietoja. Muista liittää sosiaalisen median sivustosi verkkosivuihisi. Tee töitä pitkällä aikavälillä ja uskalla tehdä investointeja uusille alueille, äläkä epäröi pyytää apua viestinnän ammattilaisilta.

Lataa työkirja ja ryhdy töihin!



Pysy ajan tasalla – Tilaa uutiskirjeemme!

Tilaamalla uutiskirjeemme, saat sähköpostiisi tietoa kiinnostavista artikkeleista, blogikirjoituksista ja oppaista.

Tilaa uutiskirje

Ratkaisumme tilitoimistoille - Visma Fivaldi

Visma Fivaldi on sähköinen taloushallinto-ohjelma, joka tekee sinun työstäsi sujuvampaa. Se automatisoi tilitoimiston rutiinit ja vapauttaa aikaa tärkeimpään – asiakastyöhön.

Lue lisää

Kiinnostuitko?

Vastaamme mielellämme yrityksesi ohjelmistotarpeisiin liittyviin kysymyksiin.

Ota yhteyttä

Visma Software Oy

Olemme osa Pohjoismaiden johtavaa yritysohjelmistojen ja -palveluiden tarjoajaa. Tarjoamme toiminnanohjauksen (ERP) ja taloushallinnon ohjelmistoratkaisuja tilitoimistoille ja pk-yrityksille. Palvelemme suomalaisia yrityksiä kansainvälisellä ammattitaidolla huomioiden kuitenkin aina suomalaisten yritysten ja toimialojen erityispiirteet.

Meidän tehtävämme on varmistaa asiakasyritystemme menestys. Teemme sen toteuttamalla ohjelmistopalveluita, jotka mahdollistavat yrityksen eri toimintojen automatisoinnin ja integroinnin. Tiedämme, että hyvä suunnitelma ja projektiin sitoutuminen ovat avainasioita onnistuneessa ohjelmistoprojektissa.