



**MANAGE  
MENT  
CONS  
ULTING**

KONSULENTGUIDEN

2020

# INNHOOLD

I	SAMMENDRAG	04
II	OM RAPPORTEN	05
<b>1. COVID-19</b>		
1.1	HVILKEN BETYDNING FÅR COVID-19 FOR KONSULENTBRANSJEN?	06
<b>2. DIGITALT PERSPEKTIV</b>		
2.1	HVILKET DIGITALT PERSPEKTIV HAR KUNDEN?	07
<b>3. INFORMASJON</b>		
3.1	HVORDAN SKAFFES INFORMASJON OM KONSULENTSELSKAP?	08
<b>4. KJØP AV KONSULENTTJENESTER</b>		
4.1	KJØP AV KONSULENTTJENESTER	09
4.2	ÅRSÅK TIL KJØP AV KONSULENTTJENESTER	09
4.3	FAKTORER VED KJØP AV KONSULENTTJENESTER	10
4.4	ÅRSÅKER TIL AT DET IKKE BLE FORETATT KJØP	10
<b>5. FORVENTNINGER</b>		
5.1	AKTUELLE TJENESTEOMRÅDER - TOPP 10	11
5.2	FORVENTET BRUK AV MIDLER PÅ KONSULENTKJØP	11
<b>6. KONSULENTSELSKAP</b>		
6.1	BRUK AV ULIKE KONSULENTSELSKAP - TOPP 10	12
6.2	INNTRYKK AV KONSULENTSELSKAPENE - TOPP 10	12
6.3	SANNSYNLIGHET FOR NYTT ENGASJEMENT - TOPP 10	13
6.4	VERDISKAPNING - TOPP 10	13
6.5	EVNE TIL Å DIGITALISERE - TOPP 10	14
6.6	OVERSIKT OVER KOMPETANSE HOS KONSULENTSELSKAPENE	15

**TILLEGG A - DEMOGRAFI**

A.1	SEKTOR	I
A.2	KATEGORI	I
A.3	STILLINGSBETEGNELSE	II
A.4	ANTALL ANSATTE	II
A.5	KJØNNSFORDELING	III

**TILLEGG B - SELSKAP**

B.1	SELSKAP	IV
-----	---------	----

# SAMMENDRAG

## COVID-19

Respondentene i undersøkelsen ble i årets undersøkelse spurt om holdninger til uttalelser om COVID-19. Dette er noen av funnen fra årets undersøkelse:

- 46.3 % er enig og 21.1 % er svært enig i at COVID-19 har ført til økt fokus på kostnadseffektivisering.
- 42.7 % er enig og 43.6 % er svært enig i at COVID-19 har ført til økt bruk av digitale markedsplattformer.
- 47.9 % er enig og 32.9 % er svært enig i at COVID-19 har ført til økt fokus på digital omstilling.
- 34.4 % er enig og 10.6 % er svært enig i at COVID-19 gjør mindre prosjekter med kortere planlegging og leveringstid mer aktuelt.
- 30.1 % er enig og 4.6 % er svært enig i at kompensasjonsordningen som følge av COVID-19 vil øke kjøp av konsulent tjenester
- 45.0 % er enig og 37.2 % er svært enig i at COVID-19 vil øke graden av digitale møteplasser i etterkant av pandemien.

## INFORMASJON

Blant metodene konsulentkjøpere benytter for å få informasjon om tjenesteleverandører er råd fra andre, og kontakt med kollegaer det som har blitt oppgitt flest ganger. Her har 70.6 % av alle respondentene har oppgitt at de benytter seg av råd fra andre i nettverket, mens 46.2 % har oppgitt at de har kontaktet kollegaer.

## TJENESTEOMRÅDER

Blant tjenesteområdene i den kommende perioden har 23.1 % av respondentene oppgitt informasjonsteknologi og systemer som det mest aktuelle tjenesteområdet. Dette etterfulgt av digitalisering av virksomheten / transformasjon, og prosjektledelse med hhv. 20.8 % og 17.6 %.

## TJENESTELEVERANDØRENE

Blant selskapsspesifikke aspekter er konsulentens faglige kompetanse det respondentene er mest fornøyd med på tvers av tjenesteleverandører, med 77.9 indekspoeng. Dette er etterfulgt av forståelse for kundens utfordringer med 74.8 indekspoeng og tjenestenes bidrag til å løse selskaps utfordringer med 74.5 indekspoeng.

Av tjenesteleverandørene som har bidratt mest til verdiskapning er EY (Ernst & Young) rangert på topp med 72.5 indekspoeng.

Tjenesteleverandøren med høyest score hva gjelder sannsynlighet for nytt engasjement er Bekk, med 94.4 poeng på indeksen

Tjenesteleverandøren med best helhetsinntrykk er PWC med 79.0 indekspoeng.

Av faktorer som spiller inn ved valg av tjenesteleverandør, har 58.4 % oppgitt at faglig dyktighet er avgjørende. Videre har 52.9 % oppgitt at erfaring fra tidligere samarbeid er en viktig faktor.

## DIGITALT PERSPEKTIV

Blant respondentene i undersøkelsen, oppgir 40.4 % virksomheten at de har en virksomhetsidé med et helhetlig digitalt perspektiv. Videre oppgir 45.8 % at deres overordnede strategi inkluderer digital strategi, og 42.5 % at hele organisasjonen arbeider mot et felles mål med en plan, og det digitale er en naturlig del av operasjonen.

Kun 34.1 % oppgir at de har riktig tilgang til kompetanse for å lykkes i å tilpasse organisasjonen.

# OM RAPPORTEN

## FORMÅL

Konsulentguiden har siden 2010, undersøkt markedet for kjøp av konsulenttenester innenfor Management Consulting. Årets analyse tar for seg det norske markedet. Målet med undersøkelsen er å gi innkjøpere og leverandører et nøytralt innblikk på leverandører av tjenester innenfor forretningskritiske spørsmål. Årets undersøkelse er gjort i samarbeid med Virke, hovedorganisasjonen for handels- og tjenestenæringen.

## KONSULENTGUIDEN

Konsulentguiden har eksistert i mer enn 20 år og utarbeider analyser og statistikk over konsulentbransjen i Norge. Våre tall og analyser benyttes av presse og forskere, i tillegg til konsulentselskaper og konsulentkjøpere. Konsulentguiden er også arrangør av Konsulentprisen.

## METODE

Undersøkelsen er gjennomført kvantitativt blant konsulentkjøpere i offentlig og privat sektor, og baserer seg på data samlet inn i perioden mai og juni 2020. Respondentene er kontaktet via telefon og e-post, og innsamling av data er foretatt med internett som hjelpemiddel. Totalt antall respondenter for denne undersøkelsen er 841. Den gjennomsnittlige tiden brukt på hver enkelt besvarelse er 6 minutter og 53 sekunder.

Resultatene er gitt som tall eller indekser, og presentert i tabeller, figurer og andre statistiske fremstillinger. Der data, indekser eller skalaer er like, er konsulentselskapene rangert alfabetisk fra «a» til «å».

Deler av spørsmålene har basert seg på «ja»- eller «nei»-svar, mens andre spørsmål er basert på skalaer fra 1 til 6. Der spørsmål er besvart med et tall fra 1 til 6, der 1 var svært dårlig / lite relevant og 6 var svært bra / svært relevant, er det konvertert til en indeks (I) fra 0 til 100 der

1≈17;  
2≈33;  
3≈50;  
4≈67;  
5≈83;  
6≈100.

Denne indeksen kan vurderes på følgende måte der

I > 80	meget bra / relevant;
80 > I > 65	bra / relevant;
65 > I > 50	middels bra / middels relevant;
50 > I	dårlig eller lite relevant.

Der «n/a» er oppgitt i tabeller er usikkerheten større enn vi finner akseptabelt, og tall er dermed ikke tilgjengelig.

**prosjektleder** Lars Rommen

**analytiker** Nicolai Solheim

**design** Karoline Sandaa