



2020

FedEx' kundeundersøkelse

OPTIMISME OG MULIGHETER FORUT

Nylige undersøkelser viser at europeiske virksomheter er overveldende positive med tanke på de neste tolv månedene. Mange har fokusert på vekst og på å nå ut internasjonalt, på tross av stor usikkerhet for mange virksomheter.

Viktige punkter

84%

av SMB-er er optimistiske om bedriftens fremtid

68%

av SMB-er ser muligheter for å selge til nye kunder innen eksisterende markeder og/eller i et nytt marked



Virksomheter som opplever raskt vekst har større sannsynlighet for å ha mulighet for netthandel eller planer om det

(66 % mot 52 % av alle de spurte)

77%

av kunder eksporterer til markeder utenfor hjemlandet

Om undersøkelsen

Vi spurte i alt 2242 kunder i 31 land og områder i august 2020, delt inn i 7 bransjer, med en nesten lik blanding av de som sender mindre pakker (43 %) og fraktutskipere (57 %). 92 % av de som svarte på spørsmålet om størrelsen på bedriften hadde færre enn 250 ansatte (70 % hadde færre enn 50 ansatte).

Oppsummering av hovedpunkt

Velkommen til vår kundeundersøkelse 2020.

Det har vært et vanskelig år for mange, hvor svingende omsetning og usikkerhet har preget markedet. Men allikevel, hvis det er én ting som skinner gjennom fra undersøkelsen vår i år, så er det optimisme.

Om du finner dette overraskende, er ikke dét så rart. Undersøkelsen ble tross alt foretatt midt under covid-19-pandemien og med forhandlingene mellom EU og Storbritannia om forholdet etter brexit fremdeles langt fra konkludert.

Men over 80 % av dere sa at dere var optimistiske om fremtiden til virksomheten deres. Ikke nok med det, men over en tredjedel av dere er rimelig trygge på vekst over de neste 12 månedene, mens nesten fire av ti forventer stabile forretningsforhold.

Kanskje kan mye av dette skyldes mulighetene mange av dere har satt seg som bevisst målsetning å utnytte, enten å tiltrekke seg nye kunder, utvide til nye markeder eller å lansere nye produkter. Det er også klart at netthandel er en vekstdriver for mange. Denne kanalen var allerede i sterk vekst blandt små og mellomstore bedrifter (SMB). Men covid-19 har gitt denne utviklingen en kraftig dytt.

Og det er oppmuntrende å se at så mange av dere fremdeles har et globalt tankesett, på tross av de utfordringene 2020 har brakt oss. Tre fjerdedeler av dere er eksportører, og mange sender til mer enn én region.

Denne rapporten gir deg muligheten til å se hva andre SMB-er føler og tenker, og til å forstå potensielle fremtidige muligheter sett med deres øyne. Det gir oss dessuten større innsikt i hvordan vi kan gi dere bedre støtte i fremtiden.

Vi vil gjerne takke alle som tok del, for at dere hjelper oss å se – og vise frem – hvordan dere ser på 2021 og enda videre fremover.

Slik har bedrifter tilpasset seg pandemien

Det store flertallet av kunder har iverksatt tiltak for å trygge virksomheten sin i lys av covid-19. 89 % sa at de har iverksatt tryggingstiltak for de ansatte og for kunder.

Men virksomheter har tilpasset seg på andre måter også. Så vidt under en tredjedel av SMB-er (31 %) har økt digitaliseringen av interne prosesser, mens et stort mindretall ser på måter å spre risikoen. 17 % av SMB-er leter etter nye leverandører, mens 12 % skaffer seg varer fra nye markeder.

Og 15 % av SMB-er sa at de har snudd bedriften rundt, noe som viser at de har vært i stand til å reagere raskt på endrede omstendigheter.

SMB-er er optimistiske om fremtiden

Virksomheter trives best der det er tro på fremtiden, og det er godt å se at det finnes stor fremtidstro blant vår kunder. Og sett i lys av all usikkerheten vi har for øyeblikket, viser det en fremragende styrke i holdningene blant SMB-er.

Undersøkelsen viste at 84 % av SMB-kundene våre er optimistiske om fremtiden til virksomheten de driver.

Og om vi graver litt dypere finner vi at 35 % av kundene forventer vekst i løpet av de neste 12 månedene. Men det er minst like hyggelig å se at 38 % av kundene forventer at virksomheten deres skal forbli stabil i samme periode. I dagens klima er det ikke rent lite, det heller.

“Vår kundeundersøkelse setter søkelyset på motstandskraften til SMB-er, til å overleve dagens vanskeligheter”, sa Brenda McWilliams, Vice-President, Communication, Brand and Marketing Operations, FedEx Express. “Det faktum at så mange ser frem til 2021 med optimisme, er et ekstremt positivt tegn. Den troen på fremtiden vil mest sannsynlig være en stor fordel for dem over de neste 12 månedene, mens de griper de nye mulighetene som markedet byr på.”

“

84%

84 % av våre SMB-kunder er optimistiske om fremtiden til sin virksomhet.





58%

av kundene ser
en mulighet til å utvide
eksisterende markeder
ved å selge til
nye kunder

“

SMB-er ser vekstmuligheter

I tillegg til en generell optimistisk stemning, kan mange av våre SMB-kunder underbygge dette ved å peke på spesifikke muligheter for sin bedrift.

Over to tredjedeler (68 %) øyner en mulighet til å selge til nye kunder. Ser man nærmere på disse tallene kan 58 % av kundene øyne muligheter for å utvide i de eksisterende markedene og nesten en tredjedel (30 %) har funnet muligheter til å utvide til nye markeder.

Og det er ikke bare nye kunder som er SMB-enes målgrupper. Nesten to tredjedeler (61 %) ser en mulighet til å selge mer av sine produkter til eksisterende kunder.

Samtidig er det noen SMB-er som er på jakt etter innovasjon og til å videreutvikle det de tilbyr over de neste 12 månedene. 27 % av kundene ønsker å lansere eller selge et nytt produkt, mens 23 % tar sikte på å selge mer gjennom kanaler på internett.

“Virksomheter som er ambisiøse bør ha et åpent sinn med hensyn til hvor mulighetene vil by seg, og posisjonere seg - enten gjennom produktene, salgskanalene eller evnen til å operere internasjonalt - og være klar til å handle raskt når muligheten er der”, sa Brenda McWilliams.

“Raskere leveranser, flere økonomiske muligheter, enklere retursendinger og tidsbestemte leveranser, er alle flotte måter for deg å skille deg ut fra rivalene på.”



Dette kjennetegner en virksomhet i rask vekst

Bare litt under én av ti kunder vi spurte forventet å vokse mer enn 20 % over de neste 12 månedene. Og det er noen felles kjennetegn blant dem som gjør at de skiller seg ut fra resten:

Virksomheter som vokser raskt, har:

- større sannsynlighet for å allerede ha eller å ha en plan for netthandelskapasitet (66 % mot 52 % for alle spurte)
- større sannsynlighet for å være eksportører (82 % mot 77 %)
- større sannsynlighet for å ha identifisert muligheter til å utvide i eksisterende markeder og selge til nye kunder der (66 % mot 58 %)
- større sannsynlighet for å se muligheter til å selge til nye kunder i nye markeder (50 % mot 30 %)

SMB-er ser netthandel som en vekstdriver

Covid-19-pandemien har gitt netthandelen en stort dytt. Halvparten av virksomhetene vi spurte som har netthandelsfunksjoner, så salgene øke gjennom denne kanalen over de siste seks månedene.

Undersøkelsen vår viser at de firmaene som har en netthandelsfunksjon, er mer optimistiske om fremtidig vekst. 43 % av dem forventer at virksomheten deres skal vokse over de neste 12 månedene. Bare 31 % av virksomheter uten netthandelsfunksjoner sa det samme.

Disse tallene bidrar til å vise hvorfor netthandel er en så viktig kanal for mange virksomheter, og er en indikator på hvorfor over én av ti SMB-er (12 %) har sagt at de planlegger å lansere deres egen netthandelsløsning i løpet av de neste seks månedene.

“Covid-19 har endret landskapet”, sa Chris Hodge, markedsførings sjef for netthandel hos FedEx Express. “Pandemien har gitt full gass i utviklingen av netthandel blant små og mellomstore bedrifter, og ikke bare på grunn av endringer i forbrukernes adferd.” “Det er også på grunn av en økende forståelse av hvor skjøre de eksisterende systemene kan være når en krise inntreffer, og av hvor viktig det er å styrke og øke båndet mellom virksomheter og kundene.”

“Vi har sett en vekst i netthandel på nært hold, og vi har tilpasset og lagt til flere verktøy og tjenester, slik at bedrifter kan få fullt utbytte. For oss handler det om å gjøre det som er rett med de to viktigste aspektene - enkelthet og fleksibilitet - og det er ordentlig spennende å se hvor langt kundene våre kan nå.”



SMB-er tenker globalt

Undersøkelsen vår viser at flertallet av kunder driver virksomheten med internasjonale forbindelser. Ta en titt på denne infografikken for å forstå hvor viktig handel over landegrensene er for at dagens SMB-er skal lykkes, og hvordan markedsmessig spredning kan være en uadskillelig del av inntektsgenereringen, risikostyring og virksomhetens robusthet.



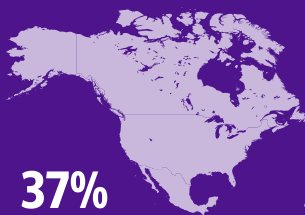
77%

av kunder eksporterer til markeder utenfor hjemlandet

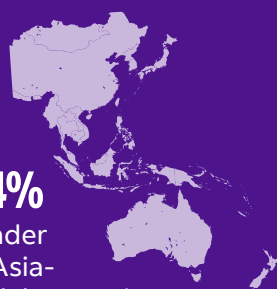
– Av disse:

95% sender til andre europeiske markeder (både innenfor og utenfor EU)

58% sender til ikke-europeiske markeder



37%
sender til Nord-Amerika



34%
sender til Asia-Stillehavsregionen



27%
sender til Midtøsten



24%
sender til Latin-Amerika og Vestindia



20%
sender til Afrika

– Og mange nøyer seg ikke med å sende til bare én region

35% sender både til europeiske markeder og amerikanske markeder

22% sender til markeder i Europa, Asia-Stillehavsregionen, og Nord-Amerika

Globale muligheter

Globale muligheter - Latin-Amerika og Vestindia



Javier Orci, Marketing Manager, FedEx Express

Den latin-amerikanske og vestindiske regionen er blitt hardt rammet av covid-19, men mange markeder er sterkt på bedringens vei, og noen - så som Brasil - har overgått forventningene.

Dette er gode nyheter for virksomheter i regionen og for europeiske små og mellomstore bedrifter som ønsker å handle med dem. Netthandel og salg til forbrukere har sett den største veksten i det siste, så de sektorene kan by på store potensialer for europeiske SMB-er til å utvide.

Og blant landene i regionen byr Mexico i særdeleshet på muligheter for europeiske SMB-er. Landet har et sterkt fokus på bildeler og luftfart. Og selv om disse har strevet i det siste, ser man spesielt at bilbransjen er i full fart på vei tilbake.

Globale muligheter - Asia-Stillehavet

Masahiro Kiyosawa, Managing Director Marketing, NPAC, FedEx Express

Asia kan bli et stort marked for europeiske SMB-er å fokusere på. Det er for øyeblikket store muligheter til å selge til slike plasser som Kina, Japan, Hongkong SAR, Kina, og Sør-Korea, og europeiske varer er fortsatt populære over hele Asia.

Produkter det er høy etterspørsel etter er luksusvarer, møbler, belysning, mote, vesker og sko. Og det er ikke bare de store merkene - spesielt med hensyn til mote er forbrukerne interessert i mindre produsenter og designere også.

Det som virkelig er interessant er at mange land i regionen vokser som et importmarked. Det gir en masse muligheter, men eksport er naturligvis fremdeles viktig for denne regionen. På det grunnlaget kan asiatiske land fremdeles være viktige importpartnere for europeiske SMB-er, enten det gjelder råmaterialer eller for billigere produserte deler som skal brukes i egne produkter.





Globale muligheter - USA

Amar Sakaan, Marketing Director, FedEx Express

Det vi ser er at mange virksomheter ønsker å sende direkte til kunden for å unngå kostnadene ved en mellommann. Dette kan være noe europeiske SMB-er som ikke har begynt med netthandel ikke ennå har tenkt på.

For øyeblikket ser vi større mengder eksport av råvarer via luft fra Europa til USA, samt slike

produkter som kjemikalier og andre varer som krever spesialbehandling.

Tiltro og pålitelighet er viktige behov, i tillegg til pris, når man betjener kunder i markedet, så den største muligheten for europeiske SMB-er vil uansett gå til de som oppfyller disse behovene.

Slik kan FedEx hjelpe kunder å sende utenfor EU

Vanlige utfordringer SMB-er tar opp



Pålitelige leveransetidspunkt



Tollklarering



Forsendelseskostnader



Usikkerhet rundt brexit

FedEx' løsninger

Et omfattende utvalg av dags- og tidspunktspesifikke alternativer for forsendelse, inkludert levering neste dag.

Status som autorisert økonomisk operatør (AEO – Authorised Economic Operator) for å hastebehandle forsendelser, og et team på flere tusen eksperter som bidrar til at lover og regler overholdes.

Alternativer for økonomiforsendelse, for å gi mest mulig effektive løsninger.

Et hyppig oppdatert kunnskapssenter med veiledning, forklaring og den mest oppdaterte informasjonen om endringer i forsendelsesprosesser.

Utsikten for 2021: Mer detaljer om svarene som blev gitt

Helsesektoren er den sektoren med størst tro på fremtiden

Selv om undersøkelsen viser at hvilken bransje en bedrifts tilhører har liten betydning for dens tro på fremtiden, leder helsesektoren som den hvor det største antallet SMB-er er optimistiske om at virksomheten vil vokse eller forbli stabil. På den andre enden av skalaen, viser mote-/klesbransjen den laveste graden av fremtidsoptimisme.

Frakkunder forventer vekst i netthandelen

Litt over halvparten av frakkunder (51 %) har eller planlegger å ha muligheten for netthandel, og 61 % av disse forventer at omsetningen fra netthandel vil vokse over de neste 12 månedene

Optimisme er ikke avhengig av størrelse

Større bedrifter har hverken mer eller mindre fremtidstro enn de mindre.



Hva mener SMB-er i de fire store markedene?

Prosentandelen av virksomheter som sier de:



STORBRIANNIA



TYSKLAND



FRANKRIKE



SPANIA

De er optimistiske om bedriftens fremtid.

87%

91%

84%

71%

De forventer at virksomheten skal vokse eller forbli som den er over de neste 12 månedene.

80%

74%

73%

63%

De har eller planlegger å ha mulighet for netthandel.

38%

60%

47%

57%

Ser muligheter i å selge produkter til nye kunder i eksisterende og/eller nye markeder.

50%

79%

80%

71%

De neste stegene for bedriften din

Det vi oppdaget i denne rapporten er at europeiske virksomheter viser en imponerende grad av optimisme og robusthet, på tross av mye usikkerhet for virksomheter over hele verden.

Denne fremtidstroen kan bringe suksess, og det faktum at mange virksomheter ser muligheter til å selge til nye kunder - og videreutvikle mulighetene for netthandel - viser at det finnes potensiale i markedet, både innenlands og internasjonalt.

Her hos FedEx har vi kunnskapen, erfaringen og ekspertisen til å hjelpe deg oppnå ambisjonene dine og få mest mulig ut av mulighetene som vår forsendelseskapasitet kan gi deg. For å finne ut mer, gå inn på [fedex.com](https://www.fedex.com).