



2020

FedExovo poročilo o mnenju strank

OPTIMIZEM IN PRILOŽNOSTI PRED NAMI

Naša nedavna raziskava kaže, da evropska podjetja izjemno optimistično zrejo na naslednjih 12 mesecev, pri čemer številna kljub negotovemu poslovnemu okolju razmišljajo o razvoju in jim z mednarodnega vidika dobro kaže.

Naša štiri ključna odkritja

84%

malih in srednje velikih podjetij pozitivno razmišlja o prihodnosti svojega podjetja.

68%

malih in srednje velikih podjetij vidi priložnost za prodajanje izdelkov novim strankam znotraj obstoječih trgov in/ali na novem trgu.



Za hitro rastoča podjetja je bolj verjetno, da uporabljajo ali načrtujejo e-poslovanje

(66 % hitro rastočih v primerjavi z 52 % za celoten vzorec).

77%

strank izvažajo na trge zunaj domače države.

Več o anketi

Avgusta 2020 smo anketirali 2242 strank iz 31 držav in teritorijev, razdeljenih na 7 industrijskih sektorjev, pri čemer so bili odpremniki paketnih pošilk in tovornih pošilk skoraj enakomerno razdeljeni (43 % oziroma 57 %). Med tistimi, ki so odgovorili na vprašanje glede velikosti podjetja, jih ima 92 % manj kot 250 zaposlenih (70 % ima manj kot 50 zaposlenih).

Povzetek

Dobrodošli v FedExovem poročilu o mnenju strank za leto 2020.

Za mnoge je bilo letos težko leto, saj je bilo v splošnem polno motenj in negotovosti. Vendarle pa moramo izpostaviti, da iz letošnje raziskave veje optimizem.

Če se vam to zdi presenetljivo, vam ne gre zameriti. Navsezadnje so bile naše ankete izpeljane sredi pandemije COVID-19 ter precejšnih nedorečenosti glede trgovinskega odnosa med Združenim kraljestvom in EU po brexitu.

Vendar vas je več kot 80 % optimističnih glede prihodnosti svojega podjetja. Več kot tretjina vas je celo prepričana v rast podjetja v naslednjih 12 mesecih, medtem ko 4 od 10 pričakujete poslovno stabilnost.

Morda je veliko tega mogoče pripisati priložnostim, ki jih mnogi od vas prepoznavate kot vaš poslovni cilj – privabljanje novih strank, širitev na nove trge ali uvedba novih izdelkov na trg. Jasno je tudi, da pri mnogih rast žene e-poslovanje. Ta kanal je že pokazal hitro širitev v sektorju malih in srednje velikih podjetij, vendar je bolezen COVID-19 še dodatno pospešila razvoj.

Razveseljivo je videti, da kljub izzivom, ki jih je prineslo leto 2020, mnogi še vedno razmišljate globalno. Tri četrtine vas je izvoznikov, med katerimi mnogi pošiljke pošiljate v več kot eno regijo.

To poročilo vam nudi vpogled v počutje vam podobnih podjetij v širšem sektorju malih in srednje velikih podjetij ter priložnost za lažje razumevanje morebitnih prihodnjih priložnosti. Nam pa pomaga prepoznavati, kako vam lahko v prihodnje zagotovimo še več podpore.

Želimo se zahvaliti vsem sodelujočim, saj ste nam pomagali videti in prikazati, kako vidite napoved za leto 2021 in naprej.

Kako so se podjetja prilagodila pandemiji?

Velika večina strank je po pandemiji COVID-19 uvedla ukrepe za zaščito svojega poslovanja, 89 % pa jih pravi, da zagotavljajo varnost osebja in strank.

Podjetja so se prilagajala tudi na druge načine. Malo manj kot tretjina malih in srednje velikih podjetij (31 %) je povečala digitalizacijo internih procesov, kar nekaj jih tudi išče načine za razpršitev tveganja. 17 % malih in srednje velikih podjetij išče nove dobavitelje, 12 % pa jih dobavlja blago z novih trgov.

15 % malih in srednje velikih podjetij pravi, da so obrnila svoje poslovanje, kar kaže, kako so se lahko hitro odzvala na spreminjajoče se razmere.

Mala in srednje velika podjetja pozitivno razmišljajo o prihodnosti

Podjetja cvetijo zaradi trdne samozavesti in v veliko zadovoljstvo nam je, da je te med našimi strankami precej. Ko jo postavimo v kontekst trenutnih negotovih časov, kaže na prisotnost izjemne moči duha med malimi in srednje velikimi podjetji.

Naša anketa je pokazala, da 84 % malih in srednje velikih podjetij, ki so naše stranke, pozitivno razmišlja o prihodnosti svojega podjetja.

Če pogledamo podrobneje, 35 % naših strank v naslednjih 12 mesecih pričakuje rast svojega podjetja. Enako zadovoljujoče je tudi dejstvo, da 38 % strank pričakuje, da bo v enakem obdobju njihovo poslovanje ostalo stabilno. V trenutnih razmerah to ni lahko.

Brenda McWilliams, podpredsednica oddelka za komunikacije, operativo na področju blagovne znamke in trženje pri FedEx Express, pravi: »Naše poročilo o mnenju strank izpostavlja odpornost malih in srednje velikih podjetij v teh težkih časih. Dejstvo, da v leto 2021 zrejo s takim optimizmom, je izredno pozitiven znak, ta samozavest pa jim bo v naslednjih 12 mesecih, ko nameravajo izkoristiti vse nove priložnosti na trgu, najverjetneje dobro služila.«

“

84%

malih in srednje velikih podjetij, ki so naše stranke, pozitivno razmišlja o prihodnosti svojega podjetja.





58%

strank vidi
priložnost za širitev
na obstoječih trgih
s prodajanjem izdelkov
novim strankam.

“

Mala in srednje velika podjetja vidijo priložnosti za rast

Številna mala in srednje velika podjetja, ki so naše stranke, poleg splošnega občutka optimizma to podpirajo tudi s prepoznavanjem posebnih priložnosti za svoje poslovanje.

Več kot dve tretjini (68 %) jih vidi priložnost za prodajo izdelkov novim strankam. Če pogledamo podrobneje, 58 % strank vidi priložnost za širitev na obstoječih trgih, skoraj tretjina (30 %) pa je prepoznala priložnosti za širitev na nove trge.

Mala in srednje velika podjetja ne ciljajo samo na nove stranke. Skoraj dve tretjini (61 %) jih vidi priložnost za prodajo izdelkov obstoječim strankam.

Nekatera mala in srednje velika podjetja pa so usmerjena na inovacije in razvoj ponudbe, ki jo želijo razširiti v naslednjih 12 mesecih. 27 % strank je osredotočenih na prodajo novih izdelkov ali njihovo uvedbo na trg, 23 % pa jih cilja na prodajanje več izdelkov prek spletnih kanalov.

Brenda McWilliams dodaja: »Ambiciozna podjetja morajo dovetno spremljati, kje se bodo odprle nove priložnosti in se bodisi prek svojih izdelkov, prodajnih kanalov ali mednarodnih zmožnosti pripraviti na hitro ukrepanje, ko bo napočil pravi trenutek.

Hitra dostava pošiljk, več možnosti za ugodnejše dostave, lažja vračila in fiksne ure dostave pošiljk – z vsemi temi odličnimi načini boste lažje odstopali od konkurence.«



Značilnosti hitro rastočega podjetja

Malo manj kot ena od desetih strank, ki so odgovarjale na našo anketo, v naslednjih 12 mesecih pričakuje 20-odstotno rast. Od preostalih jih ločijo nekatere skupne značilnosti:

Za hitro rastoča podjetja je bolj verjetno, da:

- imajo možnost e-poslovanja oziroma to načrtujejo (66 % v primerjavi z 52 % za celoten vzorec);
- so izvozniki (82 % proti 77 %);
- so prepoznala priložnosti za širitev na obstoječih trgih in prodajo izdelkov novim strankam na teh trgih (66 % proti 58 %);
- vidijo priložnosti za prodajo izdelkov novim strankam na novih trgih (50 % proti 30 %).

E-poslovanje je za mala in srednje velika podjetja tisto, kar žene rast

Pandemija COVID-19 je močno spodbudila e-poslovanje. V preteklih šestih mesecih se je prek tega kanala prodaja povečala pri polovici podjetij, ki so opravila našo anketo in imajo razvito možnost e-poslovanja.

Naša anketa prav tako kaže, da so podjetja z zmožnostjo e-poslovanja bolj optimistična glede prihodnje rasti, pri čemer jih 43 % pričakuje, da bo poslovanje v naslednjih 12 mesecih še zraslo. Nasprotno tako meni samo 31 % podjetij brez zmožnosti e-poslovanja.

Te številke pomagajo pokazati, zakaj je e-poslovanje ključni kanal za številna podjetja in so pokazatelj, zakaj več kot eno od desetih malih in srednje velikih podjetij (12 %) trdi, da namerava svojo prvo ponudbo prek e-poslovanja uvesti na trg v naslednjih šestih mesecih.

Chris Hodge, vodja marketinga za e-poslovanje pri FedEx Express, pravi: »COVID-19 je spremenil gospodarski prostor. V sektorju malih in srednje velikih podjetij je hitro pospešil razvoj e-poslovanja, a ne zgolj zaradi sprememb v vedenju potrošnikov. Tako je tudi zaradi vse bolj prisotnega spoznavanja, kako krhki so lahko obstoječi sistemi, ko nastopi kriza in razumevanja pomembnosti okrepitev ter povečevanja povezav med podjetji in strankami.

Razvoj e-poslovanja smo videli iz prve roke. Temu primerno smo se prilagodili in izpopolnili orodja in storitve, da bi jih podjetja lahko v polnosti izkoristila. Naš cilj je, da osvojimo dva najpomembnejša vidika – preprostost in prilagodljivost. Zares smo navdušeni, ko vidimo, kako daleč lahko sežejo naše stranke.«



Mala in srednje velika podjetja razmišljajo globalno



Naša anketa kaže, da večina strank posluje z mednarodnimi povezavami. Poglejte to infografiko – pomagala vam bo razumeti, kako pomembno je čezmejno trgovanje za uspešnost današnjih malih in srednje velikih podjetij ter kako je tržna raznovrstnost lahko sestavni del ustvarjanja prihodka, obvladovanja tveganja in odpornosti poslovanja.

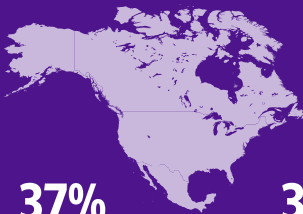
77%

strank izvaža na trge zunaj domače države.

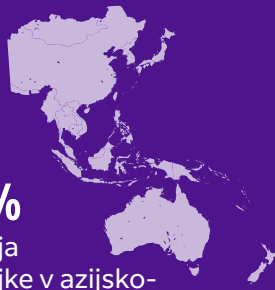
– od teh jih:

95% pošilja pošiljke na druge evropske trge (v EU in zunaj EU)

58% pošilja pošiljke na neevropske trge



37% pošilja pošiljke v Severno Ameriko



34% pošilja pošiljke v azijsko-pacifiško regijo



27% pošilja pošiljke na Bližnji vzhod



24% pošilja pošiljke v Latinsko Ameriko in na Karibe



20% pošilja pošiljke v Afriko

– veliko jih ne izvaža zgolj v eno regijo:

35% jih pošilja pošiljke na evropske trge in trge Združenih držav

22% jih pošilja pošiljke na evropske, azijsko-pacifiške in severnoameriške trge

Globalne priložnosti

Globalne priložnosti – Latinska Amerika in Karibi



Javier Orci, vodja marketinga pri FedEx Express

COVID-19 je latinskoameriško in karibsko regijo močno prizadel, vendar mnogi trgi dobro okrevajo, nekateri – denimo Brazilija – pa so presegli pričakovanja.

To je dobra novica za podjetja v tej regiji ter za evropska mala in srednje velika podjetja, ki se osredotočajo na trgovanje z njimi. V e-poslovanju in poslovanju med podjetji in končnimi potrošniki zadnje čase beležijo največjo rast, zato bi ti sektorji lahko predstavljali dober potencial za evropska mala in srednje velika podjetja in njihovo širitev.

Poleg držav v tej regiji bi evropskim malim in srednje velikim podjetjem veliko priložnosti lahko predstavljala Mehika, kjer so močno osredotočeni na avtomobilske dele in vesoljsko industrijo. Čeprav je pandemija ta sektorja močno prizadela, se zlasti avtomobilska industrija že postavlja na noge.

Globalne priložnosti – Azijsko-pacifiška regija

Masahiro Kiyosawa, generalni direktor marketinga za severnopacifiško regijo pri FedEx Express

Azija je lahko glavni trg, na katerega se lahko osredotočijo evropska mala in srednje velika podjetja. Odlične priložnosti za prodajanje izdelkov so trenutno v predelih, kot so Kitajska, Japonska, Hongkong SAR in Južna Koreja, evropsko blago pa je v Aziji še naprej zelo priljubljeno.

Povpraševanje je po izdelkih, kot so luksuzno in visokokakovostno blago, osvetljava, moda, torbice in čevlji. Zlasti pri modnih izdelkih pa se kupci zanimajo tudi za manj poznane proizvajalce in oblikovalce, ne le za prestižne znamke.

Zanimivo je, da se mnogo držav v tej regiji razvija kot uvozni trgi. S tem je zagotovljenih veliko priložnosti, vendar so izvozni izdelki v tej regiji še vedno ključni. Na podlagi tega so lahko azijske države za evropska mala in srednje velika podjetja še vedno ključni uvozni partnerji, naj bo to za surovine ali pa za cenovno ugodnejše izdelke, ki jih lahko uporabijo kot sestavne dele v lastnih izdelkih.





Globalne priložnosti – Združene države

Amar Sakaan, direktor marketinga pri FedEx Express

Veliko podjetij, ki želijo pošiljke pošiljati neposredno stranki, se želi izogniti stroškom prehoda prek posrednika – to bi lahko morda upoštevala evropska mala in srednje velika podjetja, ki se še niso preusmerila na e-poslovanje.

Trenutno letalski trg beleži vse več evropskega izvoza surovin v Združene države, pa tudi

izdelkov, kot so kemikalije in drugo blago, ki potrebuje posebno obravnavo.

Zaupanje in zanesljivost sta poleg cen pri izvajanju storitev za stranke na trgu ključni zahtevi, zato bodo največje priložnosti za evropska mala in srednje velika podjetja verjetno tiste, ki bodo zadostile tem potrebam.

Kako lahko FedEx pomaga strankam pri pošiljanju zunaj EU?

Pogosti izzivi, s katerimi se spopadajo mala in srednje velika podjetja



Zanesljivi časi dostave



Carinjenje



Stroški pošiljanja



Negotovost zaradi brexita

FedExove rešitve

Celotna ponudba možnosti dostave pošiljk do določene ure ali na določen dan, vključno z dostavo naslednji dan.

Status pooblaščenega gospodarskega subjekta (AEO) za hitro sledenje pošiljk in skupina več tisoč strokovnjakov, ki pomagajo zagotoviti skladnost s carinskimi predpisi.

Ugodne možnosti pošiljanja za stroškovno najučinkovitejše rešitve.

Redno posodobljeno središče znanja z vodniki, pojasnjevalno vsebino in najnovejšimi informacijami o spremembah postopkov pošiljanja.

Napoved za leto 2021: podrobno razdelana spoznanja

Zdravstvo je najbolj samozavesten sektor

Letošnja raziskava sicer kaže, da ima sektor, v katerem podjetje posluje, v splošnem le malo pomena za zaupanje podjetja v prihodnje leto, vendar je v zdravstvu večina malih in srednje velikih podjetij optimistična, da se bo poslovanje povečalo ali ostalo stabilno. Na drugi strani lestvice pa sektor mode/oblačil kaže najnižjo samozavest.

Stranke, ki pošiljajo tovarne pošiljke, pričakujejo rast e-poslovanja

Nekaj več kot polovica strank, ki pošiljajo tovarne pošiljke (51 %), ima ali namerava imeti e-trgovino, 61 % teh pa pričakuje, da se bodo v naslednjih 12 mesecih povečali prihodki od e-poslovanja.

Optimizem ni pogojen z velikostjo:

Večja podjetja niso nič več (niti manj) samozavestna kot manjša.



Kaj menijo mala in srednje velika podjetja na 4 glavnih trgih?



Odstotek podjetij, ki ...

ZDRUŽENO
KRALJESTVO

NEMČIJA

FRANCIJA

ŠPANIJA

pozitivno razmišljajo o
prihodnosti svojega podjetja.

87%

91%

84%

71%

pričakujejo, da se bo v naslednjih
12 mesecih njihovo poslovanje
povečalo ali ostalo enako.

80%

74%

73%

63%

imajo oziroma načrtujejo
vzpostavitev možnosti
e-poslovanja.

38%

60%

47%

57%

vidijo priložnosti za prodajanje
izdelkov novim strankam na
obstojećih in/ali novih trgih.

50%

79%

80%

71%

Naslednji koraki za vaše podjetje

Ugotovitve celotnega poročila kažejo, da evropska podjetja kljub negotovemu trgovalnemu okolju po vsem svetu kažejo občudovanja vredno raven optimizma in precejšnjo odpornost.

Taka samozavest lahko prinese uspeh in dejstvo, da številna podjetja vidijo priložnosti za prodajo izdelkov novim strankam in za razvoj svoje operative za e-poslovanje, močno odraža potencial, ki ostaja tako na domačem kot mednarodnem trgu.

Pri FedExu imamo znanje, izkušnje in strokovnost, s katerimi vam lahko pomagamo doseči ambicije in kar najbolje izkoristiti priložnosti, ki jih lahko prinesejo naše zmožnosti za pošiljanje pošilk. Če vas zanima več, obiščite [fedex.com](https://www.fedex.com).