



2020 г.

Доклад за нагласите сред клиентите на FedEx за

ОПТИМИЗЪМ И ПРЕДСТОЯЩИ ВЪЗМОЖНОСТИ

Скорошните ни проучвания показват, че европейските фирми са с предимно положителна нагласа за следващите 12 месеца, като много от тях правят планове за растеж и международни перспективи въпреки несигурната бизнес среда.

Нашите 4 ключови извода

84%

от малките и средни фирми са оптимистично настроени за бъдещето на своя бизнес

68%

от малките и средни фирми виждат възможност да продават на нови клиенти в рамките на съществуващите пазари и/или на нов пазар



Бързо развиващите се фирми са по-склонни да имат или планират да имат възможности за електронна търговия
(66% спрямо 52% за цялата извадка)

77%

от клиентите изнасят на пазари извън родната си страна

За анкетата

През август 2020 г. анкетирахме общо 2242 клиенти в 31 държави и територии, разпределени в 7 индустриални сектора, с почти еднакъв дял изпращачи на колет (43%) и на товари (57%). От тези, които отговориха на въпроса за размера на тяхната фирма, 92% имат по-малко от 250 служители (70% имат по-малко от 50 служители).

Резюме

Добре дошли в нашия доклад за нагласите сред клиентите ни за 2020 г.

Годината беше трудна за мнозина, тъй като прекъсванията и несигурността бяха доминиращи в глобален мащаб. Въпреки това, в тазгодишната ни анкета проличава оптимизъм.

Разбираемо е, ако това Ви изненадва. Все пак проучванията ни бяха проведени в разгара на пандемията от COVID-19 и при много голяма несигурност в търговските отношения между Обединеното кралство и ЕС след Брекзит.

Над 80% от Вас обаче казаха, че са оптимистично настроени за бъдещето на своя бизнес. Нещо повече, над една трета от Вас са уверени в растежа си през следващите 12 месеца, а почти четирима от 10 очакват стабилност на бизнеса.

Това може би се дължи до голяма степен на възможностите, които са си набелязали много от Вас, независимо дали за привличане на нови клиенти, за разширяване в нови пазари или за пускане на нови продукти. Също така е ясно, че за мнозина електронната търговия е двигател на растежа. Каналът вече показваше бърза експанзия в сектора на малките и средните фирми, но COVID-19 ускори още повече развитието.

Окуражаващо е да видим, че мнозина от Вас все още мислят глобално въпреки предизвикателствата, които донесе 2020 г. Три четвърти от Вас са износители, а мнозина изпращат до няколко региона.

Този отчет Ви дава възможност да видите как се чувстват Вашите колеги в по-широкия сектор на малките и средни фирми и да видите потенциалните бъдещи възможности през техните очи. А на нас дава по-полезни идеи как да Ви предоставим повече съдействие в бъдеще.

Благодарим на всички, които взеха участие и ни помогнаха да видим – и да покажем – как виждате перспективите за 2021 г. и след това.

Как компаниите се адаптираха към пандемията

По-голямата част от клиентите са взели мерки за защита на бизнеса си в началото на COVID-19, като 89% казват, че са гарантирали безопасността на персонала и клиентите си.

Фирмите обаче се адаптират и по други начини. Под една трета от малките и средни фирми (31%) са повишили дигитализацията на вътрешните си процеси, докато значително малцинство търсят начини за разпределяне на риска. 17% от малките и средни фирми търсят нови доставчици, а 12% вече доставят стоки от нови пазари.

И 15% от малките и средни фирми казват, че са преориентирали бизнеса си, което показва как са успели да реагират бързо на променящите се обстоятелства.

Малките и средни фирми са оптимистично настроени за бъдещето

Компаниите процъфтяват благодарение на увереността си и е удовлетворяващо да знаем, че я има в голяма степен сред нашите клиенти. А в контекста на настоящата несигурност, това е знак за забележителната сила на духа сред малкия и среден бизнес.

Тази анкета показва, че 84% от нашите малки и средни бизнес клиенти са оптимистично настроени за бъдещето на своя бизнес.

Ако се задълбочим малко повече, 35% от клиентите ни очакват растеж през следващите 12 месеца. Но също толкова удовлетворение ни носят онези 38% от клиентите, които очакват бизнесът им да остане стабилен през този период. В днешния климат това е голямо постижение.

„Докладът за нагласите сред нашите клиенти показва устойчивостта, която малкия и среден бизнес проявява пред трудностите“ – казва Бренда Макуилиамс, Вицепрезидент по комуникациите, марката и маркетинговите операции на FedEx Express. „Фактът, че толкова много хора гледат към 2021 г. с оптимизъм, е изключително положителен знак, и тази увереност вероятно ще им послужи добре през следващите 12 месеца, през които те планират да се възползват от всички нови възможности, които се появяват на пазара.“



84%

от нашите малки и средни бизнес клиенти са оптимистично настроени за бъдещето на своя бизнес.





58%

от клиентите виждат
възможност за
разширяване
на съществуващите
пазари,
продавайки
на нови клиенти.

“

Малките и средни фирми виждат възможности за растеж

Освен общата оптимистична нагласа, много от нашите малки и средни бизнес клиенти потвърждават това, като откриват конкретни възможности за своя бизнес.

Над две трети (68%) виждат възможност да продават на нови клиенти. Ако погледнем по-внимателно цифрите, 58% от клиентите виждат възможност за разширяване на съществуващите пазари, а почти една трета (30%) са намерили възможности за разширяване на нови пазари.

Малките и средни компании са насочени не само към нови клиенти. Почти две трети (61%) виждат възможност да продават повече от своите продукти на настоящите си клиенти.

Междувременно, някои малки и средни фирми се стремят към иновации и към развитие на своите планове за разширение през следващите 12 месеца. 27% от клиентите се стремят да пуснат или да продават нов продукт, а 23% – да продават повече чрез онлайн канали.

„Амбициозните фирми трябва да подхождат непредубедено към това къде може да им се представят възможности и да ги използват – независимо дали чрез техните продукти, техните канали за продажба или техните международни възможности, за да могат да реагират бързо в подходящия момент” – казва Бренда Макуилямс.

„По-бързите доставки, увеличените икономични възможности, по-лесното връщане и определените във времето доставки са чудесни начини да се откриете от конкурентите си.“



Малко под 1 от всеки 10 анкетирани клиенти очаква над 20% растеж през следващите 12 месеца. Те имат някои общи характеристики, които ги отличават от останалите:

Бързо развиващите се фирми е по-вероятно:

- да имат или да планират да имат възможност за електронна търговия (66% спрямо 52% за цялата извадка)
- да са износители (82% спрямо 77%)
- да виждат възможности да продават на нови клиенти на нови пазари (50% спрямо 30%)

Малките и средни фирми считат електронната търговия за двигател на растежа

Пандемията от COVID-19 даде силен тласък на електронната търговия. Половината от анкетираните фирми с възможност за електронна търговия са отчетели увеличение на продажбите чрез този канал през последните шест месеца.

Нашата анкета показва също, че компаниите с възможност за електронна търговия са оптимистично настроени за бъдещия си растеж, като 43% очакват бизнесът им да се увеличи през следващите 12 месеца. На същото мнение са едва 31% от фирмите без възможност за електронна търговия.

Тези цифри помагат да се види защо електронната търговия е изключително важен канал за много фирми и са показател защо повече от 1 от 10 малки и средни фирми (12%) казват, че планират да пуснат първата си оферта за електронна търговия в рамките на следващите шест месеца.

„COVID-19 промени пейзажа“ – казва Крис Ходж, маркетинг мениджър за електронна търговия във FedEx Express. – „Той бързо ускори развитието на електронната търговия в сектора на малкия и среден бизнес и то не само заради промените в поведението на потребителите. Това се дължи също и на растящото осъзнаване колко крехки могат да бъдат съществуващите системи, когато ги удари криза, и колко важно е укрепването и задълбочаването на връзките между фирмите и клиентите.“

„Видяхме от собствен опит растежа на електронната търговия, така че се адаптирахме и разширихме нашите инструменти и услуги, за да помогнем на фирмите да се възползват максимално. Целта ни е да подходим правилно към двата най-важни аспекта – простота и гъвкавост – и с истинско вълнение виждаме колко далеч могат да стигнат нашите клиенти.“



Малкият и среден бизнес мисли глобално



Нашата анкета показва, че повечето клиенти развиват бизнес с международни връзки. Разгледайте тази инфографика, за да разберете колко важна е транс-граничната търговия за успеха на съвременните малки и средни фирми и как диверсификацията на пазара може да бъде неразделна част от генерирането на приходи, управлението на риска и устойчивостта на бизнеса.

77%

от клиентите изнасят на пазари
извън родната си страна

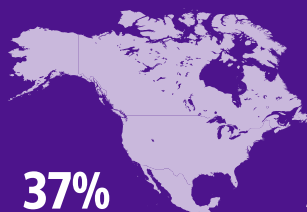
— От тях:

95%

изпращат до други
европейски пазари
(във и извън ЕС)

58%

изпращат до
пазари извън
Европа



37%

изпращат до
Северна Америка



34%

изпращат
до азиатско-
тихоокеанския
регион



27%

изпращат до
Близкия Изток



24%

изпращат до Латинска
Америка
и Карибите



20%

изпращат до
Африка

— А много изпращат до повече от един регион

35%

изпращат до пазари
както в Европа, така и
в САЩ

22%

изпращат до пазари в Европа,
в азиатско-тихоокеанския
регион и в Северна Америка

Глобални възможности

Глобални възможности – Латинска Америка и Кариби



Хавиер Орси, Маркетинг мениджър, FedEx Express

Регионът на Латинска Америка и Карибите беше ударен тежко от COVID-19, но много пазари се възстановяват добре, а някои, като Бразилия, надминаха очакванията.

Това е добра новина за фирмите в региона и за европейските малките и средни фирми, които искат да търгуват с тях. Напоследък електронната и B2C търговия отчетоха най-голям растеж, така че тези сектори могат да предложат добър потенциал за европейските малки и средни фирми при тяхното разрастване.

А сред страните в региона, конкретно Мексико може да предложи много възможности на европейските малки и средни фирми. Страната е силно фокусирана върху автомобилните части и космонавтиката и въпреки че тези сектори пострадаха напоследък, особено автомобилната индустрия започва да се възстановява.

Глобални възможности – азиатско-тихоокеански регион

Масахиро Кийосава, Управляващ директор Маркетинг, NPAC, FedEx Express

Азия може да се превърне във важен пазар, върху който да се фокусират европейските малки и средни фирми. В момента има чудесни възможности за продажби на места като Китай, Япония, Хонконг, САЩ на Китай и Южна Корея, а европейските стоки остават популярни в цяла Азия.

Сред продуктите, които се търсят, са луксозни стоки от висок клас, мебели, осветление, мода, чанти и обувки. Това обаче включва не само големите марки – особено при модата, купувачите се интересуват и от по-малките производители и дизайнери.

Наистина интересно е това, че много страни в региона се разрастват като пазари за внос. Това предоставя много възможности, но износът, разбира се, все още е ключов в региона. Поради това азиатските държави все още могат да бъдат ключови партньори вносители за европейските малки и средни фирми, както за суровини, така и за по-евтини производствени стоки, които да се използват като компоненти в техните собствени продукти.





Глобални възможности – САЩ

Амар Сакаан, Директор маркетинг, FedEx Express

Забелязахме, че много фирми искат да изпращат директно до клиента, за да избегнат разходите за посредници, и това може да е нещо, което би било добре да обмислят европейските малки и средни фирми, които все още не са преминали към електронна търговия.

В момента пазарът на въздушните превози отбелязва по-големи обеми на износ от Европа на суровини за САЩ, както и на

продукти, като химикали и други стоки, които изискват специална обработка.

При обслужването на клиенти на пазара освен цената, доверието и надеждността са ключови изисквания, така че най-големите възможности за европейските малки и средни фирми вероятно ще се паднат на тези, които могат да удовлетворят тези нужди.

Как FedEx може да помогне на клиентите да изпращат извън ЕС

Често срещани предизвикателства пред малкия и среден бизнес



Надеждни срокове за доставка



Митническо освобождаване



Разходи за транспорт



Несигурността след Брекзит

Решения от FedEx

Пълна гама от опции за изпращане в определен час и ден, включително доставка на следващия ден.

Статут на одобрен икономически оператор (ОИО) за бързо проследяване на пратките и екип от хиляди експерти, които помагат да се гарантира спазване на митническите изисквания.

Опции за икономично изпращане за предоставяне на най-рентабилните решения.

Често актуализиран център за знания с ръководства, разяснения и най-новата информация за промените в процедурите за изпращане.

Перспектива за 2021 г.: констатациите в детайли

Здравеопазването е най-увереният сектор

Докато тазгодишната анкета показва, че като цяло секторът, в който работи дадена фирма, има малко значение за нейната увереност за предстоящата година, здравеопазването води като сектор, в който повечето малки и средни фирми са оптимисти, че бизнесът им ще се разраства или ще остане стабилен. В другия край на скалата модата/облеклото показват най-малко увереност.

Клиентите на товарните превози очакват ръст в електронната търговия:

Малко над половината от клиентите на товарни превози (51%) имат или планират да имат възможности за електронна търговия, а 61% от тях очакват приходите от електронна търговия да нараснат през следващите 12 месеца.

Оптимизмът не зависи от размера:

По-големите фирми не са нито повече, нито по-малко уверени от по-малките.



Какво мислят малките и средни фирми на четирите основни пазара?

				
Процентът фирми, които:	ОБЕДИНЕНОТО КРАЛСТВО	ГЕРМАНИЯ	ФРАНЦИЯ	ИСПАНИЯ
Са оптимистично настроени за бъдещето на своя бизнес.	87%	91%	84%	71%
Очакват бизнесът им да се увеличи или да остане на същото ниво през следващите 12 месеца.	80%	74%	73%	63%
Имат или да планират да имат възможност за електронна търговия.	38%	60%	47%	57%
Виждат възможности да продават на нови клиенти на съществуващите и/или нови пазари.	50%	79%	80%	71%

Следващи стъпки за Вашия бизнес

Заклученията в нашия отчет сочат, че европейските фирми показват впечатляващ оптимизъм и значителна устойчивост въпреки несигурната търговска среда по целия свят.

Тази увереност може да доведе до успех, а фактът, че много фирми виждат възможности да продават на нови клиенти – и да развиват своите операции за електронна търговия – е силно отражение на потенциала, който остава както на вътрешния, така и на международния пазар.

Ние във FedEx имаме знанията, опита и експертните умения, за да Ви помогнем да осъществите амбициите си и да се възползвате максимално от възможностите, които Ви предлагат нашите опции за изпращане. За да научите повече, посетете [fedex.com](https://www.fedex.com).