

**2020**

Zákaznický průzkum FedEx

OPTIMISMUS A PŘÍLEŽITOSTI DO BUDOUCNA

Náš nedávný výzkum ukazuje, že drtivá většina evropských firem vidí následujících 12 měsíců pozitivně. Mnoho z nich i přes nejisté obchodní prostředí ukázalo zájem o růst svého podnikání a mezinárodní přesah.

Naše čtyři klíčové poznatky

84 %

malých a středních podniků vnímá budoucnost svého podnikání optimisticky.

68 %

malých a středních podniků vidí příležitost prodeje novým zákazníkům na existujících trzích nebo na novém trhu.



Rychle rostoucí podniky jsou více zastoupeny mezi těmi, které mají nebo plánují e-commerce

(66 % vs. 52 % z celého vzorku).

77 %

zákazníků exportuje na trhy mimo svou domovskou zemi.

O průzkumu

V srpnu 2020 jsme vyzpovídali 2 242 zákazníků z 31 zemí a oblastí. Zapojily se firmy ze 7 různých odvětví s téměř rovným podílem přepravců balíků (43 %) a těžkých zásilek (57 %). Z těch, kteří odpověděli na otázku o velikosti jejich firmy, mělo 92 % méně než 250 zaměstnanců (70 % mělo méně než 50 zaměstnanců).

Celkové shrnutí

Zpráva o zákaznickém průzkumu v roce 2020.

Byl to pro mnohé z nás těžký rok. Narušení a nejistota byly dominantními prvky ve všech ohledech. A přesto, pokud bychom měli zdůraznit jednu věc, která vyplývá z letošního průzkumu, bude to optimismus.

Překvapilo vás to? Koneckonců, průzkum byl prováděn uprostřed pandemie COVID-19 a během nerozhodných vyjednávání o pobrexiovém obchodním vztahu mezi Velkou Británií a EU.

Více než 80 % našich zákazníků však tvrdí, že budoucnost svého podnikání vnímají optimisticky. A co víc, více než třetina z vás s jistotou očekává během příštích 12 měsíců růst. Čtyři respondenti z deseti pak očekávají obchodní stabilitu.

Tento optimismus lze možná z velké části vysvětlit novými příležitostmi, na které mnozí z vás cílí – ať už jde o získávání nových zákazníků, expanzi na nové trhy nebo uvádění nových produktů na trh. Je také zřejmé, že pro mnohé je motorem růstu e-commerce. Tento kanál již dříve zaznamenával masivní expanzi v celém sektoru malých a středních podniků, pandemie COVID-19 však tento vývoj ještě značně urychlila.

A je povzbudivé vidět, že mnozí z vás nadále smýšlí globálně i přes veškeré výzvy, které rok 2020 přinesl. Tři čtvrtiny z vás jsou exportéry a mnozí zasílají do více než jednoho regionu.

Tento průzkum vám nabízí příležitost zjistit, jak se cítí vaši kolegové v sektoru malých a středních podniků, a možnost podívat se na potenciální budoucí příležitosti jejich očima. Také nám dává lepší informace o tom, jak vám můžeme v budoucnosti ještě lépe pomáhat.

Rádi bychom poděkovali všem zákazníkům, kteří se průzkumu zúčastnili a ukázali nám, jak si představujete rok 2021 a i vzdálenější budoucnost.

Jak se podniky přizpůsobily pandemii

Valná většina našich zákazníků podnikla nezbytné kroky k zabezpečení svého podnikání během pandemie COVID-19. 89 % z nich uvedlo, že zajišťují bezpečnost svých zaměstnanců a zákazníků.

Podniky se však přizpůsobují i v dalších ohledech. Téměř třetina (31 %) malých a středních podniků zvýšila digitalizaci svých interních procesů. Významná menšina hledá způsoby, jak diverzifikovat svá rizika. 17 % malých a středních podniků hledá nové dodavatele. 12 % nyní zajišťuje dodávky zboží z nových trhů.

A 15 % malých a středních podniků tvrdí, že změnilo směr svého podnikání. To ukazuje, jak tyto podniky dokázaly rychle reagovat na měnící se okolnosti.

Malé a střední podniky vnímají budoucnost optimisticky

Sebevědomí podnikům prospívá, a tak je skvělé vědět, že mezi našimi zákazníky výrazně převládá. A v kontextu aktuální nejistoty to ukazuje pozoruhodnou sílu ducha, která mezi malými a středními podniky panuje.

Náš průzkum ukázal, že 84 % našich zákazníků z řad malých a středních podniků vnímá budoucnost svého podnikání optimisticky.

Když se na to podíváme více do hloubky, 35 % našich zákazníků očekává během příštích 12 měsíců růst. Stejně tak nás těší informace, že 38 % zákazníků očekává, že jejich podnikání bude během tohoto období stabilní. V dnešní době to není nic samozřejmého!

„Náš zákaznický průzkum značně vypovídá o odolnosti, kterou malé a střední podniky ukazují tváří v tvář nesnázím,“ pochvaluje si Brenda McWilliamsová, která ve společnosti FedEx Express zastává pozici viceprezidentky pro komunikaci, značku a marketing. „Skutečnost, že tolik lidí vnímá rok 2021 optimisticky, je extrémně pozitivní znamení. Toto sebevědomí jim pravděpodobně během příštích 12 měsíců dobře poslouží, protože se nebudou bát využít nových příležitostí, které na trhu vzniknou.“

“ 84 %

našich zákazníků z řad malých a středních podniků vnímá optimisticky budoucnost svého podnikání.





58 %

zákazníků vidí
příležitost expandovat
na existujících trzích
pomocí prodeje
novým zákazníkům.

“

Malé a střední podniky vidí příležitosti k růstu

Není to jen obecný pocit optimismu, mnoho našich zákazníků z řad malých a středních podniků to dokládá konkrétními příležitostmi pro jejich podnikání.

Více než dvě třetiny (68 %) vidí příležitost prodeje novým zákazníkům. Když se na tato čísla podíváme blíže, 58 % zákazníků vidí příležitost expandovat na existujících trzích a téměř třetina (30 %) identifikovala příležitosti expanze na nové trhy.

Malé a střední podniky navíc necílí pouze na nové zákazníky. Téměř dvě třetiny (61 %) vidí příležitost prodat více svých produktů existujícím zákazníkům.

Některé malé a střední podniky se mezitím zajímají o inovaci a vývoj svých nabízených produktů, které chtějí během příštích 12 měsíců rozšířit. 27 % zákazníků se chystá uvést nebo začít prodávat nový produkt, 23 % má za cíl prodávat více přes online kanály.

„Ambiciózní firmy musí zůstat otevřené novým příležitostem a být flexibilní – ať už prostřednictvím svých produktů, prodejních kanálů nebo mezinárodních možností – aby mohly ve správnou chvíli rychle jednat,“ míní Brenda McWilliamsová.

„Mezi skvělé způsoby, jak předčit své rivaly, patří rychlejší doručování zboží, více možností ekonomické přepravy, snadnější vrácení a doručování k určenému datu a času.“



Pouze 1 z 10 dotazovaných zákazníků očekává během příštích 12 měsíců růst o více než 20 %. Toto je výběr společných charakteristik, které je odlišují od ostatních:

Rychle rostoucí podniky:

- jsou více zastoupeny mezi těmi, které mají nebo plánují e-commerce (66 % vs. 52 % z celého vzorku),
- jsou více zastoupeny mezi těmi, které exportují (82 % vs. 77 %),
- jsou více zastoupeny mezi těmi, které identifikovaly příležitosti expandovat v rámci existujících trhů a prodávat na nich novým zákazníkům (66 % vs. 58 %),
- jsou více zastoupeny mezi těmi, které vnímají příležitosti prodávat novým zákazníkům na nových trzích (50 % vs. 30 %).

Malé a střední podniky vnímají e-commerce jako motor růstu

Pandemie COVID-19 výrazně urychlila rozvoj e-commerce. Polovina z dotazovaných podniků poskytujících e-commerce zaznamenala během posledních šesti měsíců nárůst prodeje přes tento kanál.

Náš průzkum také ilustruje, že jsou tyto společnosti s možností e-commerce optimističtější ohledně budoucího růstu. 43 % očekává během příštích 12 měsíců růst svého podnikání. U podniků bez možnosti e-commerce to bylo jen 31 %.

Tato čísla nám pomáhají ukázat, proč je e-commerce pro mnoho podniků klíčovým kanálem, a ilustrují plán 12 % malých/středních podniků spustit během příštích šesti měsíců svou první e-commerce nabídku.

„Pandemie COVID-19 změnila situaci na trhu,“ říká Chris Hodge, který ve společnosti FedEx Express pracuje na pozici E-commerce Marketing Manager. „Rapidně urychlila vývoj e-commerce v sektoru malých a středních podniků, a to nejen kvůli změnám v chování zákazníků. Je to také proto, že si lidé stále více uvědomují, jak křehké mohou stávající systémy být, když přijde krize. Začínají vnímat důležitost posílení a navýšení spoju mezi podniky a zákazníky.“

Růst e-commerce jsme zaznamenali z první ruky. Okamžitě jsme přizpůsobili naše nástroje a služby nebo přidali nové, aby podniky této situace mohly plně využít. Z našeho pohledu bylo nutné zajistit dva důležité aspekty – jednoduchost a flexibilitu – a jsme opravdu nadšení, když vidíme, jak daleko se naši zákazníci mohou dostat“.



Malé a střední podniky přemýšlí globálně

Náš průzkum ukázal, že většina zákazníků provozuje své podnikání s mezinárodním přesahem. Podívejte se na tuto infografiku, která vám pomůže pochopit, jak důležité je obchodování se zahraničím pro úspěch dnešních malých a středních podniků a jak může být diverzifikace trhů klíčovým faktorem pro generování zisku, řízení rizik a zachování odolnosti firmy.



77 %

zákazníků exportuje na trhy mimo svou domovskou zemi.

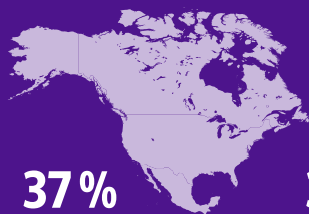
Z nich:

95 %

zasílá na jiné evropské trhy (v EU i mimo EU)

58 %

zasílá na neevropské trhy



37 %
zasílá do Severní Ameriky



34 %
zasílá do regionu APAC



27 %
zasílá na Střední východ



24 %
zasílá do oblasti Latinské Ameriky a Karibiku



20 %
zasílá do Afriky

A mnoho z nich neexportuje pouze do jedné oblasti:

35 %

zasílá na evropské trhy a do USA

22 %

zasílá na evropské trhy a trhy v regionu APAC a Severní Americe

Globální příležitosti

Globální příležitosti – Latinská Amerika a Karibik



Javier Orci, Marketing Manager, FedEx Express

Region Latinské Ameriky a Karibiku byl tvrdě zasažen pandemií COVID-19, mnohé trhy se však dobře zotavují a některé – například Brazílie – překračují očekávání.

Je to dobrá zpráva pro firmy v regionu a pro evropské podniky, které s nimi chtějí obchodovat. Největší růst v poslední době zaznamenaly sektory e-commerce a B2C. Proto v nich mohou evropské malé a střední podniky vidět velký potenciál.

Mezi zeměmi v regionu nabízí evropským podnikům mnoho příležitostí hlavně Mexiko. Tato země se silně zaměřuje na automobilové díly, letecký a kosmický průmysl a podobně. I když tyto sektory v nedávné době utrhly značné rány, hlavně automobilový průmysl se začíná zotavovat.

Global opportunities – Asia Pacific

Masahiro Kiyosawa, Managing Director, Marketing, NPAC, FedEx Express

Asie může být pro evropské malé a střední podniky významným cílem. V současnosti existuje mnoho skvělých příležitostí prodeje například v Číně, Japonsku, Hongkongu (Zvláštní administrativní oblasti v Číně) nebo Jižní Koreji. Evropské zboží je nadále po celé Asii velmi populární.

Mezi poptávané produkty patří luxusní zboží, nábytek, osvětlení, móda, tašky nebo boty. Netýká se to jen velkých značek, obzvláště v oblasti módy je zájem i o malé výrobce a návrháře.

Skutečně zajímavé je, že mnoho zemí v regionu roste jakožto importní trhy. To poskytuje řadu příležitostí, klíčovou položkou jsou zde však samozřejmě stále exporty. S ohledem na to mohou být asijské země stále klíčovými importními partnery evropských malých a středních podniků, ať už v oblasti importu surových materiálů, nebo nízkonákladového zboží vyrobeného k použití v podobě komponent ve vlastních produktech.





Globální příležitosti – USA

Amar Sakaan, Marketing Director, FedEx Express

Mnoho podniků chce zasílat přímo zákazníkům a vyhnout se nákladům pramenícím z využívání prostředníků. To může být faktorem ke zvážení pro evropské podniky, které se zatím nepřesunuly k e-commerce.

V této chvíli je v letecké přepravě vyšší objem exportu surových materiálů z Evropy do USA.

Totéž platí pro produkty vyžadující zvláštní zacházení, například chemikálie.

Klíčovými požadavky jsou kromě ceny hlavně jistota a spolehlivost. Největší příležitosti proto spadnou do rukou podnikům, které dokáží naplnit tyto potřeby.

Jak může FedEx zákazníkům pomoci s přepravou mimo EU

Běžné problémy malých a středních podniků



Spolehlivé časy doručení



Celní odbavení



Náklady na přepravu



Nejistota ohledně brexitu

Řešení FedExu

Kompletní nabídka možností s doručením k danému datu a času, včetně doručení následující den.

Status Authorised Economic Operator (AEO) umožňující rychlé odbavení zásilek a tým tisíců odborníků, kteří pomohou zajistit dodržení celních předpisů.

Ekonomické možnosti přepravy poskytující nákladově nejefektivnější řešení.

Pravidelně aktualizované informace na webových stránkách s průvodci, odpověďmi a nejnovějšími informacemi o změnách přepravních procesů.

Výhled do roku 2021

Největší jistotu vykazuje obor zdravotnictví:

Letošní průzkum ukázal, že co se týče optimismu do budoucího roku, má obor podnikání malou relevanci. To však neplatí pro zdravotnictví, v rámci kterého si jsou malé a střední podniky nejjistější ohledně růstu nebo stability svého podnikání. Na opačné straně žebříčku je obor módy.

Zákazníci přepravující těžké zásilky očekávají růst e-commerce:

Těsná většina (51 %) zákazníků přepravujících těžké zásilky má zařízení pro e-commerce nebo je plánuje. 61 % z nich očekává, že jejich obrát z e-commerce během příštích 12 měsíců poroste.

Optimismus není otázkou velikosti

Velké podniky nejsou více (ani méně) sebejisté než ty malé.



Co si myslí podniky na 4 hlavních trzích?

				
Procento podniků, které...	SPOJENÉ KRÁLOVSTVÍ	NĚMECKO	FRANCIE	ŠPANĚLSKO
Vnímají budoucnost svého podnikání optimisticky.	87 %	91 %	84 %	71 %
Očekávají, že během následujících 12 měsíců bude jejich podnikání růst nebo zůstane na stejné úrovni.	80 %	74 %	73 %	63 %
Mají nebo plánují možnosti e-commerce.	38 %	60 %	47 %	57 %
Vidí příležitosti prodávat produkty novým zákazníkům na existujících trzích.	50 %	79 %	80 %	71 %

Další kroky pro vaše podnikání

Závěry z našeho průzkumu ukazují, že evropské podniky vykazují úctyhodný optimismus a značné sebevědomí – i navzdory nejistotě v obchodním prostředí po celém světě.

Toto sebevědomí může být základem úspěchu. Skutečnost, že mnoho podniků vidí příležitosti prodávat novým zákazníkům a rozvíjet své možnosti e-commerce, je silným odrazem potenciálu, který leží na domácích i mezinárodních trzích.

Ve FedExu máme znalosti, zkušenosti a know-how, které vám pomohou naplnit ambice a naplno využít příležitostí, jež vám mohou přinést naše přepravní služby. Další informace najdete na stránkách [fedex.com](https://www.fedex.com).