



2020

FedEx kundeundersøgelse

OPTIMISME OG FREMTIDIGE MULIGHEDER

Vores seneste undersøgelse viser, at europæiske virksomheder i overvældende grad har positive forventninger til de næste 12 måneder. Mange er indstillet på vækst og har internationale planer på trods af et usikkert forretningsklima.

Vores fire vigtigste konklusioner

84 %

af små og mellemstore virksomheder ser optimistisk på deres virksomheds fremtid

68 %

af små og mellemstore virksomheder ser en mulighed for at udvide med salg til nye kunder på eksisterende markeder og/eller et nyt marked



Det er mere sandsynligt, at virksomheder med hastig vækst tilbyder eller planlægger at tilbyde e-handel

(66 % kontra 52 % af alle adspurgte)

77 %

af kunderne eksporterer til markeder uden for deres hjemland

Om undersøgelsen

Vi har samlet spurgte 2.242 kunder i 31 lande og områder i august 2020. De adspurgte er fordelt på 7 industrisektorer med en næsten ligelig fordeling blandt afsendere af pakker (43 %) og fragt (57 %). Blandt dem, der besvarede spørgsmålet om størrelsen på deres virksomhed, har 92 % færre end 250 ansatte (70 % har færre end 50 ansatte).

Overordnet konklusion

Velkommen til vores kundeundersøgelse for 2020.

Det har været et hårdt år for mange, hvor svingende omsætning sammen med usikkerhed har præget markedet. Alligevel er der én ting, der skinner igennem i vores undersøgelse i år, og det er optimisme.

Det er forståeligt, hvis det kommer som en overraskelse for jer. Når alt kommer til alt, blev vores undersøgelser foretaget midt under COVID-19-pandemien og med et handelsforhold mellem Storbritannien og EU efter brexit, der stadig er meget usikkert.

Men over 80 % svarede, at de er optimistiske omkring fremtiden for deres virksomhed. Derudover har en tredjedel tillid til, at der vil komme vækst inden for de næste 12 måneder, og næsten 4 ud af 10 forventer, at deres forretning holder sig på et stabilt niveau.

Måske kan meget af dette tilskrives de muligheder, som mange af jer går efter – uanset om det er at tiltrække nye kunder, udvide til nye markeder eller lancere nye produkter. Det er også tydeligt, at e-handel skaber vækst for mange. Denne salgskanal medførte i forvejen hurtig vækst for små og mellemstore virksomheder, men COVID-19 har sat ekstra fart på denne udvikling.

Og det er glædeligt at se, at mange stadig tænker globalt på trods af de udfordringer, som 2020 har budt på. Tre fjerdedele eksporterer, og mange eksporterer til mere end én region.

Denne rapport giver dig en chance for at se, hvordan dine kolleger i andre små og mellemstore virksomheder ser på mulighederne, og forstå de potentielle kommende muligheder set med deres øjne. Det giver os også bedre indblik i, hvordan vi bedre kan supportere jeres forretning fremover.

Vi vil gerne takke alle, der deltog, og som hjalp os med en mening om – mulighederne – og fremtidsudsigterne for 2021 og længere frem.

Sådan har virksomheder tilpasset sig i forhold til pandemien

Størstedelen af vores kunder har taget forholdsregler for at sikre deres forretning i lyset af COVID-19. 89 % svarer, at de sørger for deres ansattes og deres kunders sikkerhed.

Men virksomhederne har også tilpasset sig på andre måder. Lige under en tredjedel af små og mellemstore virksomheder (31 %) har øget digitaliseringen af deres interne processer, mens et betydeligt mindretal søger efter måder at sprede deres risiko på. 17 % af små og mellemstore virksomheder kigger efter nye leverandører, mens 12 % indkøber varer fra nye markeder.

Og 15 % af små og mellemstore virksomheder svarer, at de har tilpasset deres forretning, hvilket viser, hvordan de har været i stand til at reagere hurtigt på skiftende betingelser.

Små og mellemstore virksomheder ser optimistisk på fremtiden

Tiltro får virksomheder til at trives, og det er tilfredsstillende at vide, at tiltroen er stor blandt vores kunder. Og når det sættes ind i den nuværende usikre kontekst, viser det en betydelig gejst blandt små og mellemstore virksomheder.

Vores undersøgelse viste, at 84 % af vores små og mellemstore virksomheder ser optimistisk på deres virksomheds fremtid.

Hvis man graver et spadestik dybere, forventer 35 % af vores kunder at vækste i løbet af de næste 12 måneder. Men lige så tilfredsstillende er det, at 38 % af kunderne forventer, at deres forretning forbliver stabilt i den samme periode. Under de nuværende betingelser, er det ganske godt.

“Vores kundeundersøgelse fremhæver den ukuelighed, som små og mellemstore virksomheder viser, når de møder modgang,” siger Brenda McWilliams, vicedirektør for kommunikation, brand og marketing hos FedEx Express. “Det er et ekstremt positivt tegn, at så mange ser på 2021 med optimisme, og den tro på markedet vil sandsynligvis tjene dem godt i løbet af de næste 12 måneder, når de forsøger at drage fordel af nye muligheder, der måtte byde sig.”



84 %

af vores kunder fra små og mellemstore virksomheder ser optimistisk på fremtiden for deres virksomhed.



**58 %**

af kunderne ser en mulighed for at udvide på eksisterende markeder ved at sælge til nye kunder.

“

Små og mellemstore virksomheder ser muligheder for vækst

Foruden en generel følelse af optimisme underbygger mange af vores kunder fra små og mellemstore virksomheder det med at identificere konkrete muligheder for deres forretning.

Over to tredjedele (68 %) ser en mulighed for at sælge til nye kunder. Hvis man kigger nærmere på tallene, ser 58 % af kunderne en mulighed for at udvide på eksisterende markeder, og næsten en tredjedel (30 %) har identificeret muligheder for at udvide til nye markeder.

Og små og mellemstore virksomheder går ikke kun efter nye kunder. Næsten to tredjedele (61 %) ser en mulighed for at sælge flere af deres produkter til eksisterende kunder.

Samtidig kigger nogle små og mellemstore virksomheder på innovation og udvikling af deres tilbud for at udvide i løbet af de næste 12 måneder. 27 % af kunderne regner med at lancere eller sælge et nyt produkt, mens 23 % sigter efter at sælge mere gennem deres onlinekanaler.

“Ambitiøse virksomheder bør have et åbent sind i forhold til, hvor der kan opstå nye muligheder, og placere sig i en position – uanset om det er gennem deres produkter, salgskanaler eller deres internationale kvalifikationer – hvor de kan handle hurtigt, når det rette øjeblik viser sig,” siger Brenda McWilliams.

“Hurtigere levering, flere Economy-muligheder, nemmere returnering og tidsbestemte leveringer er gode metoder til at hjælpe dig med at skille dig ud fra dine konkurrenter.”



Lige under 1 ud af 10 adspurgte kunder forventer en vækst på over 20 % i løbet af de næste 12 måneder. Og de er fælles om nogle særlige kendetegn, som adskiller dem fra resten:

Det er mere sandsynligt, at virksomheder i hastig vækst:

- tilbyder eller planlægger at tilbyde e-handel (66 % kontra 52 % af alle adspurgte)
- er eksportører (82 % kontra 77 %)
- har identificeret muligheder for at udvide på eksisterende markeder og sælge til nye kunder der (66 % kontra 58 %)
- ser muligheder for at sælge til nye kunder på nye markeder (50 % kontra 30 %)

Små og mellemstore virksomheder ser e-handel som en drivkraft til vækst

COVID-19-pandemien har givet e-handel et stort skub. Halvdelen af de adspurgte virksomheder som tilbyder e-handel har oplevet, at deres salg gennem denne kanal er øget i løbet af de seneste seks måneder.

Vores undersøgelse viser også, at virksomhederne der tilbyder e-handel, er mere optimistiske i forhold til fremtidig vækst, hvor 43 % forventer, at deres forretning vokser i løbet af de næste 12 måneder. Dette kan sammenlignes med kun 31 % af virksomhederne uden e-handel.

Disse tal hjælper med at illustrere, hvorfor e-handel er en afgørende kanal for mange virksomheder, og de er et fingerpeg om, hvorfor mere end 1 ud af 10 af de små og mellemstore virksomheder (12 %) siger, at de planlægger at lancere deres første tilbud om e-handel inden for de næste seks måneder.

“COVID-19 har ændret landskabet,” siger Chris Hodge, E-commerce Marketing Manager hos FedEx Express. “Det har hastigt accelereret udviklingen af e-handel blandt små og mellemstore virksomheder og ikke kun pga. ændringer i forbrugernes adfærd. Det skyldes også en voksende forståelse af, hvor skrøbelige eksisterende systemer kan være, når en krise rammer, og vigtigheden af at styrke og øge forbindelsen mellem virksomheder og kunder.”

“Vi er direkte påvirket af væksten i e-handel. Vi har tilpasset os gennem vores værktøjer og tjenester, så vi kan hjælpe virksomhederne med de mest optimale transportløsninger. For os handler det om, at have de to vigtigste ting på plads – brugervenlighed og fleksibilitet – og vi er virkelig glade for at følge vores kunders udvikling.”



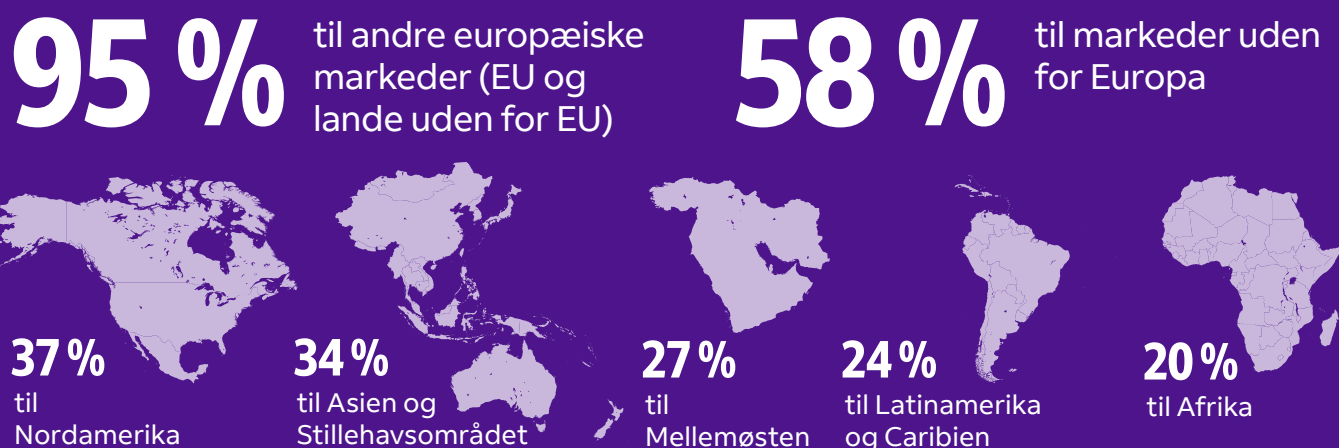
Små og mellemstore virksomheder tænker globalt



Vores undersøgelse viser, at størstedelen af kunderne driver virksomheder med internationale forbindelser. Tag et kig på denne grafik for at se, hvor vigtig handel over grænser er for succes for små og mellemstore virksomheder i dag, og hvordan markedsfølsom spredning kan være en integreret del af indtægtsskabelse, risikostyring og forretningsfølsom robusthed.

77 % af kunderne eksporterer til markeder uden for deres hjemland

— Af disse eksporterer:



— Og mange eksporterer ikke kun til én region



Globale muligheder

Globale muligheder – Latinamerika og Caribien



Javier Orci, Marketing Manager, FedEx Express

Latinamerika og Caribien er blevet hårdt ramt af COVID-19, men mange markeder er på vej tilbage og nogle – såsom Brasilien – har overgået forventningerne.

Det er godt nyt for virksomheder i regionen og for europæiske små og mellemstore virksomheder, der vil handle med dem. E-handel og salg til privatpersoner har haft den største vækst på det seneste, så disse sektorer kan byde på gode muligheder for europæiske små og mellemstore virksomheder, når de udvider.

Og blandt landene i regionen kan især Mexico byde på mange muligheder for europæiske små og mellemstore virksomheder. Landet har et stort fokus på bildele og luftfart, og selvom disse sektorer har haft det hårdt på det seneste, så er især bilindustrien ved at begynde at komme sig.

Globale muligheder – Asien og Stillehavsområdet

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

Asien kan blive et stort marked for små og mellemstore virksomheder i Europa. Der er i øjeblikket gode muligheder for at skabe omsætning på markeder som i Kina, Japan, Hongkong SAR og Sydkorea. Europæiske varer er stadig populære i Asien.

Efterspurgte produkter omfatter luksusvarer, møbler, belysning, mode, tasker og sko. Men det er ikke kun kendte brands – især inden for mode er køberne interesseret i mindre producenter og designere.

Det virkelig interessante er, at mange lande i regionen vokser som importmarkeder. Det giver gode muligheder, selvom eksport stadig er det centrale i regionen. På det grundlag kan asiatiske lande stadig være vigtige importpartnere for europæiske små og mellemstore virksomheder, uanset om det er råmaterialer eller billigere fabriksvarer til brug som komponenter i deres egne produkter.





Globale muligheder – USA

Amar Sakaan, Marketing Director, FedEx Express

Vi oplever mange virksomheder, der ønsker at sende direkte til kunden for at undgå at skulle betale for en mellemmand, så det kunne være noget, som europæiske små og mellemstore virksomheder, der endnu ikke har skiftet til e-handel, kunne overveje.

I øjeblikket oplever luftfragtmarkedet højere eksportvolumener af råmaterialer fra Europa til

USA samt produkter som kemikalier og andre varer, der kræver særlig håndtering.

Tillid og pålidelighed er, ud over prisen, vigtige krav, når man servicerer kunder på dette marked, så de største muligheder for europæiske små og mellemstore virksomheder vil sandsynligvis tilfalde dem, der kan imødekomme disse behov.

Sådan kan FedEx hjælpe kunder med forsendelser ud af EU

Almindelige udfordringer for små og mellemstore virksomheder



Pålidelig levering



Toldbehandling



Transportomkostninger



Usikkerhed i forbindelse med brexit

FedEx-løsninger

Et komplet udvalg af leveringsmuligheder med specifikke tidspunkter og datoer, herunder levering næste dag.

AEO-status (Authorised Economic Operator) til hurtig tracking af forsendelser og et team med tusindvis af eksperter, der hjælper med at sikre overholdelse af toldregler.

Økonomiske transportløsninger, der giver de mest omkostningseffektive løsninger.

En side, der ofte opdateres, med vejledninger, forklaringer og de seneste oplysninger om ændringer af processer for forsendelser.

Fremtidsudsigter for 2021: resultaterne i detaljer

Sundhedspleje er sektoren med størst tiltro:

Selvom dette års undersøgelse viser, at den sektor, som en virksomhed hører til, generelt ikke har betydning for virksomhedens tiltro til det kommende år, så er sundhedsplejesektoren den førende sektor, hvor flest små og mellemstore virksomheder tror på, at deres virksomhed enten vil vokse eller forblive stabil. I den anden ende af skalaen ligger mode/tøj med mindst tiltro.

Fragtkunder forventer vækst i e-handel:

Lige over halvdelen af fragtkunderne (51 %) har eller planlægger at tilbyde e-handel, og 61 % af disse forventer, at deres indtægt fra e-handel vil stige i løbet af de næste 12 måneder

Optimisme afhænger ikke af størrelsen:

Større virksomheder har ikke større (eller mindre) tiltro end mindre virksomheder.



Hvad forventer små og mellemstore virksomheder på de fire store markeder?



Procent af

virksomheder, der...

STORBRITANNIEN

TYSKLAND

FRANKRIG

SPANIEN

Ser optimistisk på deres virksomheds fremtid.

87 %

91 %

84 %

71 %

Forventer, at deres virksomhed vil få større eller samme omsætning i løbet af de næste 12 måneder.

80 %

74 %

73 %

63 %

Har eller planlægger at tilbyde e-handel.

38 %

60 %

47 %

57 %

Ser en mulighed for at sælge produkter til nye kunder på eksisterende og/eller nye markeder.

50 %

79 %

80 %

71 %

Næste skridt for din virksomhed

Resultaterne i vores rapport viser, at europæiske virksomheder har et imponerende niveau af optimisme og betragtelig ukuelighed på trods af et usikkert handelsklima i verden.

Den tiltro kan avle succes, og det faktum, at mange virksomheder ser muligheder for at sælge til nye kunder – og udvikle deres e-handel – viser tydeligt det potentiale, der er på både indenrigs og internationale markeder.

Hos FedEx har vi viden, erfaring og den ekspertise der skal til for at hjælpe dig med at indfri dine ambitioner og få mest muligt ud af de muligheder, som vores transportløsninger kan bidrage med. Læs mere på [fedex.com](https://www.fedex.com).