



2020

דו"ח הלך-רוח של FedEx

אופטימיות והזדמנויות לפנינו

מחקרינו האחרונים מצביעים על כך שבתי עסק באירופה מפגינים באופן מרשים גישה חיובית לקראת 12 החודשים הבאים ורבים מהם מציגים צמיחה וראייה בינלאומית למרות הסביבה העסקית הלא ודאית.

תקציר למנהלים

ברוכים הבאים לדו"ח הלך-הרוח שלנו לשנת 2020.

זו הייתה שנה קשה עבור רבים, ושיבושים וחוסר וודאות היו המאפיינים הדומיננטיים בכל מקום. יחד עם זאת, אם יש משהו שעולה מהסקר שלנו השנה, הרי זו האופטימיות.

אפשר להבין את תמצאו שהנתון הזה מפתיע. אחרי הכול, הסקרים שלנו נערכו בעיצומה של מגפת ה-COVID-19, ובזמן שיחסי המסחר שלאחר הברקזיט בין בריטניה לאיחוד האירופי טרם נקבעו סופית.

אך למעלה מ-80% מכם העידו כי הם אופטימיים לגבי עתיד העסק שלהם. יתרה מכך, למעלה משליש מכם בטוחים בצמיחה במהלך 12 החודשים הקרובים, ואילו כארבעה מתוך עשרה צופים יציבות עסקית.

ייתכן שאפשר לזקוף את רוב הנתונים הללו לזכות ההזדמנויות שרבים מכם מכוונים אליהן, בין אם במשיכת לקוחות חדשים, התרחבות לשווקים חדשים או השקת מוצרים חדשים. ניכר גם כי מסחר אלקטרוני הוא מנוע צמיחה עבור רבים. ערוץ מכירות זה כבר הציג התרחבות מהירה בכל תחומי העסקים הקטנים והבינוניים (SME), אך מגפת ה-COVID-19 האיצה את קצב התפתחותו עוד יותר.

מרתק לראות כיצד רבים מכם שומרים עדיין על חשיבה גלובלית, למרות האתגרים שהביאה איתה שנת 2020. 75% מכם יצואנים השולחים משלוחים רבים ליותר מאזור אחד.

דו"ח זה יספק לכם הזדמנות להבין כיצד מרגישים עמיתים בעלי העסקים הקטנים והבינוניים (SME) מסקטור רחב יותר וללמוד לזהות הזדמנויות עתידיות פוטנציאליות דרך נקודת מבטם. הדו"ח גם מספק לנו תובנות טובות יותר כיצד לספק לכם תמיכה רבה יותר בעתיד.

ברצוננו להודות לכל מי שהשתתף, ועזר לנו לראות ולהציג את התחזית לשנת 2021 ואילך מנקודת מבטכם.

ארבעת הממצאים העיקריים שלנו

84%

מבעלי העסקים הקטנים והבינוניים
אופטימיים לגבי עתיד העסק שלהם

68%

מבעלי העסקים הקטנים
והבינוניים רואים הזדמנות למכור
לקוחות חדשים, בשווקים קיימים
ו/או בשוק חדש



סבירות גבוהה יותר שעסקים
בצמיחה מהירה מסוגלים לסחור
אלקטרונית
(66% לעומת 52% לכל המדגם)

77%

מהלקוחות מייצאים לשווקים
חוץ למדינתם

אודות הסקר

סקרנו בסך הכול 2,242 לקוחות מ-31 מדינות וטריטוריות באוגוסט 2020, הפועלים בשבעה סקטורים תעשייתיים ובעלי תמהיל כמעט זהה של משלוחי חבילות (43%) ומטען (57%). מבין אלה שהגיבו לשאלה על גודל העסק שלהם, 92% מעסיקים פחות מ-250 עובדים (70% מעסיקים פחות מ-50 עובדים).

עסקים קטנים ובינוניים אופטימיים לגבי העתיד

עסקים משגשגים בזכות ביטחון, וטוב לדעת שרבים מלקוחותינו אכן חשים ביטחון. על רקע חוסר הוודאות הנוכחי, הדבר מוכיח שנחישות ועוצמה מרשימות קיימות בקרב חברות קטנות ובינוניות.

הסקר שלנו מצביע על כך ש-84% מלקוחותינו בעלי העסקים הקטנים והבינוניים אופטימיים לגבי עתיד העסק שלהם.

כשבוחנים קצת יותר לעומק, 35% מהלקוחות שלנו מצפים לגדול במהלך 12 החודשים הבאים. לא פחות משמח לדעת ש-38% מלקוחותינו מצפים שהעסק שלהם יישאר יציב באותה תקופה. באקלים של ימינו, זהו אינו עניין של מה בכך.

”דו”ח הלך הרוח של לקוחותינו מדגיש את החוסן שמפגינים עסקים קטנים ובינוניים במצב מצוקה”, אומרת Brenda McWilliams, סמנכ”לית תקשורת, מותג ושיווק ב-FedEx Express. “העובדה שרבים כל-כך מצפים באופטימיות לקראת שנת 2021 היא סימן חיובי ביותר, וסביר להניח שביטחונם ישרת אותם היטב במהלך 12 החודשים הקרובים בשאיפתם לנצל את כל ההזדמנויות החדשות שיצוצו בשוק.”

כיצד עסקים הסתגלו למגפה

רובם המכריע של הלקוחות נקטו צעדים כדי להגן על העסק שלהם בעקבות COVID-19. 89% מהם דיווחו כי הם דואגים להבטיח את בטיחותם של אנשי הצוות והלקוחות.

עם זאת, עסקים הסתגלו גם בדרכים אחרות. קצת פחות משליש מהחברות הקטנות והבינוניות (31%) הגדילו את הדיגיטציה של התהליכים הפנימיים שלהן ואילו מיעוט משמעותי בוחן דרכים לפזר סיונים. 17% מהחברות הקטנות והבינוניות מחפשות ספקים חדשים ואילו 12% מהן רוכשות כעת סחורות משוקים חדשים.

כמו כן, 15% מהחברות הקטנות והבינוניות מדווחות כי ביצעו שינויים בעסקיהן, צעד המצביע על כך שהצליחו להגיב במהירות לנסיבות המשתנות.

מלקוחותינו בעלי העסקים הקטנים והבינוניים אופטימיים לגבי עתיד העסק שלהם.

84%

“





עסקים קטנים ובינוניים מזהים הזדמנויות לצמיחה

במקביל לתחושה אופטימית כללית, רבים מלקוחותינו בעלי העסקים הקטנים והבינוניים מגבים תחושה זו בזיהוי הזדמנויות ספציפיות לעסק שלהם.

למעלה משני שלישים (68%) מזהים אפשרות למכור ללקוחות חדשים. כשבוחנים את הנתונים במבט מדוקדק יותר, 58% מהלקוחות מזהים הזדמנות להתרחב בשווקים הקיימים וכמעט שליש (30%) זיהו הזדמנויות להתרחב לשווקים חדשים.

חברות קטנות ובינוניות מכוונות לא רק ללקוחות חדשים. כמעט שני שלישים (61%) מזהות הזדמנות למכור יותר מוצרים ללקוחות קיימים.

חברות קטנות ובינוניות מסוימות, בינתיים, מבקשות חדשנות ולפתח את ההיצע שלהן כדי להתרחב במהלך 12 החודשים הקרובים. 27% מהלקוחות מעוניינים להשיק או למכור מוצר חדש, בעוד 23% שואפים למכור יותר באמצעות ערוצים מקוונים.

”עסקים בעלי שאיפות צריכים לשמור על ראש פתוח באשר למקום שבו עשויות לצוץ הזדמנויות ולמצב את עצמם – בין אם באמצעות מוצריהם, באמצעות אפיקי המכירה שלהם, או באמצעות יכולותיהם הבינלאומיות – כדי להגיב במהירות ברגע במתאים”, אומרת McWilliams.

”משלוחים מהירים יותר, אפשרויות חיסכון מוגדלות, החזרות פשוטות יותר ומסירות בזמן מוגדר – כולן דרכים מצוינות לעזור לכם להתבלט מול המתחרים שלכם.”

58%

מהלקוחות מזהים
הזדמנות להתרחב
בשווקים קיימים
באמצעות מכירה
ללקוחות חדשים.

“

עסקים קטנים ובינוניים רואים במסחר אלקטרוני מנוע צמיחה

מגפת ה-COVID-19 נתנה דחיפה גדולה למסחר האלקטרוני. מחצית מהעסקים שסקרנו, בעלי יכולת לסחור אלקטרונית, חוו עלייה במכירות באמצעות ערוץ זה בחצי השנה האחרונה.

הסקר שלנו ממחיש גם כי חברות שיש להן יכולת לסחור אלקטרונית הנין אופטימיות יותר לגבי צמיחה עתידית. 43% מהן צופות שעסקיהן יגדלו במהלך 12 החודשים הבאים. זאת בהשוואה ל-31% בלבד מהעסקים שאין להם יכולת לסחור אלקטרונית.

נתונים אלה עוזרים להראות מדוע מסחר אלקטרוני הוא ערוץ מכריע עבור עסקים רבים, ומהווים אינדיקציה מדוע למעלה מ-1 מתוך 10 חברות קטנות ובינוניות (12%) דיווחו כי הן מתכננות להשיק את ערוץ המסחר האלקטרוני הראשון שלהן בתוך ששת החודשים הבאים.

”מגפת COVID-19 שינתה את נוף המסחר“, אומר Chris Hodge, מנהל שיווק המסחר האלקטרוני ב-FedEx Express. ”המגפה האיצה במהירות את התפתחות המסחר האלקטרוני במגזר העסקים הקטנים והבינוניים, ולא רק בגלל שינויים בהתנהגות הצרכנים. הדבר נובע גם מההבנה ההולכת וגוברת עד כמה מערכות קיימות עלולות להיות שביריות בעת משבר, ועד כמה חשוב לחזק ולהגביר את הקשרים בין עסקים ללקוחות“.

”נוכחנו ממקור ראשון בצמיחת המסחר האלקטרוני, והתאמנו והוספנו כלים לשירותים שלנו כדי לעזור לעסקים לנצל את מלוא היתרונות שלו. מבחינתנו מדובר בהשגת שני ההיבטים החשובים ביותר – פשטות וגמישות – ואנחנו נרגשים מאוד לראות עד כמה רחוק הלקוחות שלנו מסוגלים להגיע“.



מאפייניו של עסק בצמיחה מהירה

קצת פחות מעשירית מהלקוחות שסקרנו מצפים לגדול בשיעור של 20% במהלך 12 החודשים הבאים. יש להם כמה מאפיינים מובהקים המבדילים אותם מהשאר:

עסקים בצמיחה מהירה הם:

- בעלי יכולת גבוהה יותר לסחור אלקטרונית (66% לעומת 52% לכל המדגם)
- בעלי סבירות גבוהה יותר לעסוק ביצוא (82% לעומת 77%)
- בעלי סבירות גבוהה יותר לזהות הזדמנויות להתרחבות בשווקים קיימים ולמכירה ללקוחות חדשים באותם שווקים (66% לעומת 58%)
- בעלי סבירות גבוהה יותר לזהות הזדמנויות למכור ללקוחות חדשים בשווקים חדשים (50% לעומת 30%)





עסקים קטנים ובינוניים חושבים גלובלית

הסקר שלנו מצביע על כך שרוב הלקוחות מפעילים עסקים בעלי קשרים בינלאומיים. הביטוי באינפוגרפיקה זו כדי להבין עד כמה חשוב מסחר חוצה גבולות להצלחתן של חברות קטנות ובינוניות בימינו, וכיצד הגיוון (diversification) בשווקים עשוי להיות חלק בלתי נפרד מייצור הכנסות, ניהול סיכונים וחוסן עסקי.

77%

מהלקוחות מייצאים לשווקים מחוץ למדינתם

— מתוכם:

שולחים לשווקים מחוץ
לאירופה

58%

שולחים לשווקים אחרים
באירופה (השויכים לאיחוד
האירופי או לא)

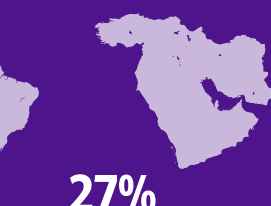
95%



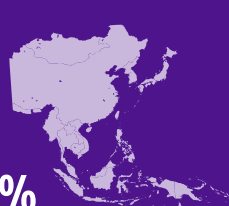
שולחים
לאפריקה



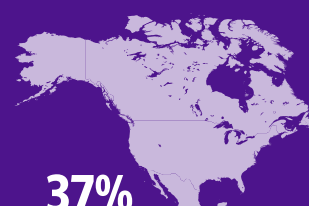
שולחים
לאמריקה הלטינית



שולחים למזרח
התיכון



שולחים למדינות
אסיה-פסיפיק



שולחים לצפון
אמריקה

— ורבים שולחים ליותר מאזור אחד

שולחים לשווקים באירופה, במדינות
אסיה-פסיפיק ובצפון אמריקה

22%

שולחים לשווקים באירופה
וגם לארה"ב

35%

הזדמנויות גלובליות

הזדמנויות גלובליות – אמריקה הלטינית והקריביים

Javier Orci, מנהל שיווק, FedEx Express

אזור אמריקה הלטינית נפגע קשות ממגפת COVID-19, אך שווקים רבים בו מתאוששים היטב וחלקם – כגון ברזיל – עלו על הציפיות.

אלה חדשות טובות לעסקים באזור ולחברות קטנות ובינוניות מאירופה המעוניינות לסחור איתם. המסחר האלקטרוני והמכירות בין בתי עסק ללקוחות (B2C) חוו את הצמיחה הגדולה ביותר לאחרונה, כך שערוצים אלה יכולים להציע פוטנציאל טוב עבור חברות קטנות ובינוניות מאירופה השואפות להתרחב.

בקרב מדינות האזור, מקסיקו בפרט יכולה להציע הזדמנויות רבות לחברות קטנות ובינוניות מאירופה. במדינה זו יש דגש חזק על חלקי רכב, חלל ותעופה. אמנם ענפים אלה סבלו לאחרונה, אך ענף הרכב במיוחד מתחיל להתאושש.



הזדמנויות גלובליות – מדינות אסיה-פסיפיק

Masahiro Kiyosawa, מנהל שיווק בכיר, FedEx, NPAC

אסיה יכולה להוות שוק מרכזי שכדאי להתמקד בו עבור חברות קטנות ובינוניות באירופה. יש כיום הזדמנויות נהדרות למכור במקומות כמו סין, יפן, הונג קונג האזור המנהלי המיוחד של הרפובליקה העממית של סין ודרום קוריאה, וסחורות אירופיות עדיין פופולריות ברחבי אסיה.

בין המוצרים המבוקשים נכללים מוצרי יוקרה, סחורות איכותיות, רהיטים, תאורה, אופנה, תיקים ונעליים, אך לא רק מותגים גדולים – במיוחד בתחום האופנה, הקונים מעוניינים גם ביצרנים ומעצבים קטנים יותר.

מה שמעניין באמת הוא שמדינות רבות באזור צומחות כשווקי יבוא. זה מספק שפע של הזדמנויות אבל, כמובן, היצוא עדיין גורם מפתח באזור. על בסיס זה, מדינות אסיה עדיין יכולות להיות שותפות מפתח ליבוא עבור חברות קטנות ובינוניות באירופה, בין אם ליבוא חומרי גלם ובין אם ליבוא סחורות בעלות ייצור נמוכה יותר לשימוש כרכיבים במוצריהן.





הזדמנויות גלובליות – ארה"ב

FedEx, Amar Sakaan, מנהל שיווק

ביטחון ואמינות הם דרישות עיקריות כשמשרתים לקוחות בשוק, בנוסף למחיר, כך שההזדמנויות הגדולות ביותר עבור חברות קטנות ובינוניות מאירופה ככל הנראה ייפלו לידי מי שיוכל לספק מענה לצרכים אלה.

אנו נתקלים בעסקים רבים שמעוניינים לשלוח ישירות ללקוח כדי להימנע מעלות התיווך. חברות קטנות ובינוניות באירופה, שטרם עברו למסחר אלקטרוני, יכולות לקחת זאת בחשבון.

ברגע זה, השוק האווירי חווה נפחי יצוא אירופיים גבוהים יותר של חומרי גלם לארה"ב, וכן מוצרים כמו כימיקלים וסחורות אחרות הזקוקים לטיפול מיוחד.

כיצד FedEx יכולה לעזור ללקוחות לשלוח אל מחוץ לאירופה



אי-הוודאות לגבי
הברקזיט



עלויות משלוח



עמילות מכס



זמני מסירה
אמינים

אתגרים נפוצים
שהעלו עסקים
קטנים ובינוניים

מרכז ידע המתעדכן לעתים קרובות הכולל הדרכות, הסברים ומידע עדכני על השינויים בתהליכי השילוח.

אפשרויות משלוח חסכוניות המספקות את הפתרונות הטובים ביותר מבחינת יחס עלות-תועלת.

סטטוס AEO (Authorized Economic Operator) למשלוחים מהירים וצוות של אלפי מומחים המסייעים להבטיח עמידה בדרישות המכס.

מגוון רחב של אפשרויות משלוח בשעות ובימים מוגדרים מראש, כולל מסירה ביום המחרת.

פתרונות FedEx

תחזית ל-2021: הממצאים המפורטים

ענף הבריאות הוא הענף המפגין הכי הרבה ביטחון:

בעוד שהסקר השנה מראה כי באופן כללי, למגזר בו עסק פועל אין רלוונטיות רבה למידת ביטחונו לקראת השנה הקרובה, שירותי הבריאות אכן מובילים כמגזר בו נמצא המספר הרב ביותר של חברות קטנות ובינוניות המגלות אופטימיות לגבי צמיחתו או יציבותו של העסק שלהן. בקצה השני של הסקלה נמצאים ענפי האופנה והביגוד המפגינים הכי פחות ביטחון.

לקוחות משלוחי מטען צופים צמיחה במסחר האלקטרוני:

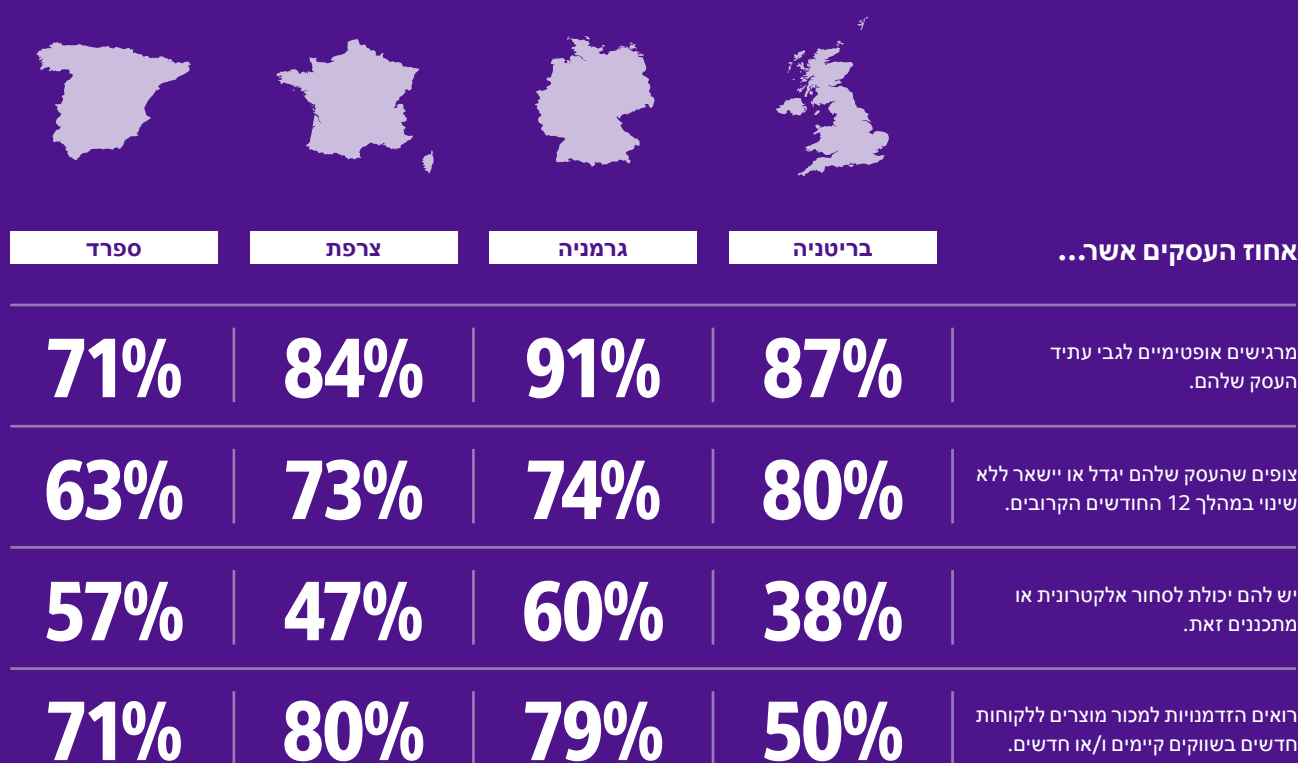
מעט יותר ממחצית מלקוחות המטען (51%) בעלי יכולת יכולת לסחור אלקטרונית או מתכננים זאת, ו-61% מהם צופים שהכנסותיהם ממסחר אלקטרוני יגדלו במהלך 12 החודשים הבאים.

אופטימיות אינה תלויה בגודל:

עסקים גדולים יותר אינם בטוחים יותר (או פחות) מעסקים קטנים יותר.



מה חושבים עסקים קטנים ובינוניים בארבעת השווקים העיקריים?



הצעדים הבאים עבור העסק שלכם

הממצאים לאורך הדו"ח שלנו מצביעים על כך שעסקים אירופיים מגלים אופטימיות רבה ומרשימה וחוסן ניכר, למרות סביבת מסחר לא ודאית ברחבי העולם.

ביטחון זה עשוי להוביל להצלחה, והעובדה שעסקים רבים רואים הזדמנויות למכור ללקוחות חדשים ולפתח את פעולות המסחר האלקטרוני שלהם – משקפת היטב את הפוטנציאל שעדיין קיים בשוק המקומי והבינלאומי כאחד.

לנו ב-FedEx יש ידע, ניסיון ומומחיות שיעזרו לכם להשיג את שאיפותיכם ולהפיק את המרב מההזדמנויות שמיומנויות המשלוח שלנו מסוגלות להביא בפניכם. מידע נוסף תמצאו בכתובת [fedex.com](https://www.fedex.com).