



2020

FedEx ügyfélfelmérés eredménye 2020

OPTIMIZMUS ÉS JÓ LEHETŐSÉGEK
VANNAK KILÁTÁSBAN

A közelmúltban végzett kutatásunk azt mutatja, hogy az európai vállalkozások túlnyomórészt pozitívak az elkövetkezendő 12 hónap tekintetében, és sokan közülük a fejlődés lehetőségét szem előtt tartva, nemzetközi piacban gondolkodva tekintenek előre a bizonytalan üzleti környezet ellenére.

Négy fő következtetés

84%

A KKV-k 84%-a optimista a vállalkozása jövőjével kapcsolatban

68%

A KKV-k 68%-a lát rá lehetőséget, hogy új vásárlókat szerezzen, akár meglévő, akár új piacokon



A gyorsan növekedő vállalkozások nagyobb eséllyel rendelkeznek e-kereskedelmi képességekkel vagy tervezik azok kialakítását

(66% az 52% ellenében a teljes mintából)

77%

Ügyfeleink 77%-a exportál saját hazáján kívül eső piacokra

A felmérésről

Összesen 2242 ügyfelünket kérdeztük meg 31 országban és területen 2020 augusztusában 7 iparágba csoportosítva, érdekeltségük a csomag- (43%) és teheráru-szállításban (57%) pedig szinte egyenlő arányban oszlott meg. Azok közül, akik megosztották velünk vállalkozásuk méretét, 92% rendelkezik kevesebb mint 250 alkalmazottal (70% pedig kevesebb mint 50 munkavállalót foglalkoztat).

Vezetői összefoglaló

Köszöntjük a 2020-as ügyfélfelmérés eredményét összefoglaló jelentés olvasóit!

Sokak számára nehéz, fennakadásokkal és bizonytalansággal teli év volt az idei. Az idei felmérésünkből mégis optimizmus sugárzik.

Ez bárki számára meglepő lehet. A közvélemény-kutatásokat ugyanis a COVID-19 járvány kellős közepén végeztük, miközben ráadásul az Egyesült Királyság és az EU Brexit utáni kereskedelmi kapcsolatában is még rengeteg a bizonytalanság.

Ennek ellenére a megkérdezettek több mint 80%-a optimista a vállalkozása jövőjével kapcsolatban. Több mint egyharmaduk pedig még arról is magabiztosan nyilatkozott, hogy a következő 12 hónapban vállalkozása növekedésére számít, és 10-ből 4 ügyfelünk üzleti stabilitásra számít.

Ez nagyrészt talán a sokak által megcélzott új lehetőségeknek tudható be, legyen az új ügyfelek szerzése, új piacok meghódítása vagy új termékek bemutatása. Az is egyértelmű, hogy az e-kereskedelem sokak számára előmozdítja a növekedést. Ez a csatorna már eleve gyorsan terjedt a kis- és középvállalkozások (KKV-k) körében, de a COVID-19 még jobban felgyorsította a fejlődését.

Az is nagyon lelkesítő, hogy a 2020-as év hozta kihívások ellenére ügyfeleink közül sokan megőrizték globális gondolkodásmódjukat. A válaszadók háromnegyede exportőr, és sokan közülük több régióba is szállítanak.

Ebből a jelentésből megtudhatja, hogyan érznek a szélesebb értelemben vett KKV szektor más vállalatai és megismerheti, hogy ők milyen jövőbeli lehetőségeket látnak maguk előtt. Számunkra pedig hasznos betekintést nyújt abba, hogy miként tudjuk a jövőben még hatékonyabban támogatni ügyfeleinket.

Ezúton szeretnénk még egyszer megköszönni mindenkinek, aki részt vett a felmérésben, hogy válaszaival segített képet alkotni arról, hogy milyen kilátásai vannak ügyfeleinknek a 2021-es évre és azon túl.

Hogyan alkalmazkodtak a vállalkozások a járványhelyzethez?

Ügyfeleink túlnyomó többsége tett lépéseket vállalkozásuk bebiztosítása érdekében a COVID-19 válság elején, és 89%-uk válaszolta, hogy gondoskodik dolgozói és vásárlói biztonságáról.

De a vállalkozások egyéb módokon is alkalmazkodtak a helyzethez. A KKV-k majdnem egyharmada (31%) növelte belső folyamatai digitalizációját, míg egy jelentős kisebbségük keres megoldásokat a kockázatok elosztatására. A KKV-k 17%-a keres új beszállítókat, 12%-uk pedig mostanra már új piacokról szerez be árucikkeket.

A KKV-k 15%-a váltott stratégiát, ami jól mutatja, hogy milyen rugalmasan tudtak reagálni a változó körülményekre.

A KKV-k optimistán tekintenek a jövőbe

Az üzleti sikerek táptalaja a magabiztosság, és elégedettséggel konstatáltuk, hogy ügyfeleinknek rengeteg van belőle. A jelenleg uralkodó, bizonytalan körülmények között pedig ez figyelemre méltó lélekjelenlétről tesz tanúbizonyságot a KKV-k körében.

A felmérésünk azt mutatja, hogy KKV ügyfeleink 84%-a optimista a vállalkozása jövőjével kapcsolatban.

Még mélyebbre tekintve pedig azt láthatjuk, hogy ügyfeleink 35%-a arra számít, hogy vállalkozása növekedni fog ez elkövetkezendő 12 hónap során. Persze épp olyan megnyugtató azt látni, hogy ügyfeleink 38%-a üzleti stabilitásra számít ugyanezen időszak alatt. A mostani környezetben bizony ez nem semmi!

„Az ügyfélfelmérésünk eredményeit összefoglaló jelentés jól mutatja a KKV-k eltökélt ellenálló képességét az élet kihívásaival szemben” – jegyezte meg Brenda McWilliams, a FedEx Express kommunikációs, márka és marketing alelnöke. „Az, hogy ennyien várják 2021-et optimizmussal telve, hihetetlenül jó jel, és ez a magabiztosság valószínűleg ténylegesen is a hasznára válik ezeknek a vállalkozásoknak a következő 12 hónap folyamán, miközben igyekeznek kihasználni a piacon felbukkanó új lehetőségeket.”



84%

KKV ügyfeleink 84%-a optimista a vállalkozása jövőjével kapcsolatban.





58%

Ügyfeleink 58%-a lát lehetőséget a már létező piacain való terjeszkedésre új vásárlók szerzése által.

“

A KKV-k fejlődési lehetőségeket látnak

Az optimizmus általános érzése mellett számos KKV ügyfelünk konkrét üzleti lehetőségeket is be tudott azonosítani vállalkozása számára.

Több mint kétharmaduk (68%) lát lehetőséget új vásárlók szerzésére. Közelebbről szemlélve az adatokat pedig elmondhatjuk, hogy ügyfeleink 58%-a lát lehetőséget a már létező piacain való terjeszkedésre, és majdnem egyharmaduk (30%) azonosított be olyan lehetőségeket, amelyekkel új piacokra is terjeszkedhetnek.

Ráadásul a KKV-k nemcsak új vásárlókat céloznak. Közel kétharmaduk (61%) lát lehetőséget arra, hogy több terméket tudjanak értékesíteni már meglévő vásárlóik felé.

Mindeközben vannak KKV-k, amelyek az innovációban látnak lehetőséget, és a következő 12 hónap alatt kínálatuk fejlesztésével kívánnak terjeszkedni. Ügyfeleink 27%-a szándékozik új terméket bemutatni vagy értékesíteni, 23%-uk pedig növelni szeretné az online csatornákon történő értékesítéseket.

„Az ambiciózus vállalkozásoknak nyitott gondolkodásúnak kell lenniük, hogy észrevegyék az új lehetőségeket, és úgy kell pozicionálniuk magukat – akár termékeik, akár értékesítési csatornáik vagy nemzetközi képességeik által –, hogy a megfelelő pillanatban azonnal reagálni tudjanak” – magyarázta Brenda McWilliams.

„A gyorsabb szállítás, a több gazdaságos opció, az egyszerűbb áruvisszaküldés és az időgarantált kézbesítés mind remek módja, hogy egy vállalkozás kitűnjön a versenytársai közül.”



Szinte minden tizedik megkérdezett ügyfelünk több mint 20%-os növekedésre számít a következő 12 hónap folyamán. Továbbá van néhány közös tulajdonságuk, ami megkülönbözteti őket a többi vállalkozástól.

A gyorsan növekedő vállalkozások:

- nagyobb eséllyel rendelkeznek e-kereskedelmi képességekkel vagy tervezik azok kialakítását (66% az 52% ellenében a teljes mintából)
- nagyobb eséllyel exportálnak (82% a 77% ellenében)
- nagyobb eséllyel azonosítottak olyan lehetőségeket, amelyekkel már létező piacokon is elérhetnek új vásárlókat (66% az 58% ellenében)
- nagyobb eséllyel látnak lehetőséget arra, hogy új piacokon szerezzenek maguknak új vásárlókat (50% a 30% ellenében)

A KKV-k a növekedés mozgatórugójaként tekintenek az e-kereskedelemre

A COVID-19 világjárvány nagy lökést adott az e-kereskedelemnek. Az általunk megkérdezett, e-kereskedelmi képességekkel rendelkező vállalkozások fele tapasztalt növekedést az ezen a csatornán történő értékesítésekben az elmúlt hat hónap folyamán.

A felmérésünkéből az is látszik, hogy az e-kereskedelmi képességekkel rendelkező vállalkozások optimistábbak a jövőbeli növekedésükkel kapcsolatban: 43%-uk számít forgalmuk növekedésére az elkövetkezendő 12 hónap folyamán. Az e-kereskedelmi képességekkel nem rendelkező vállalkozásoknak ez csak 31%-ára igaz.

Ezek az adatok jól szemléltetik, hogy miért kiemelkedően fontos csatorna az e-kereskedelem sok vállalkozás számára, és azt is jól mutatják, hogy miért mondta 10-ből 1 KKV (12%), hogy a következő hat hónap folyamán tervezi első e-kereskedelmi ajánlatuk elindítását.

„A COVID-19 megváltoztatta az üzleti környezetet” – magyarázza Chris Hodge, a FedEx Express e-kereskedelmi marketingigazgatója – „Jelentősen felgyorsította az e-kereskedelem fejlődését a KKV-szektorban, és nem csak a megváltozott fogyasztói szokások miatt. Annak felismerése is szerepet játszott ebben, hogy mennyire törekénynek bizonyulhat egy rendszer, amikor beüt a válság, és hogy mennyire fontos a vállalkozás és a vásárlók közti kapcsolat megerősítése és növelése.

„Mi az első sorból néztük végig az e-kereskedelem növekedését, és eszközeinket és szolgáltatásainkat ehhez igazítva és kibővíve segítjük a vállalkozásokat, hogy minél jobban kihasználhassák ezt. Számunkra ez arról szól, hogy a legfontosabb szempontokat – az egyszerűséget és rugalmasságot – jól teljesítsük, és kíváncsian várjuk, hogy milyen messzire viheti ez ügyfeleinket.”



A KKV-k globálisan gondolkodnak

Felmérésünk azt mutatja, hogy ügyfeleink többsége nemzetközi kapcsolatokkal rendelkező vállalkozást működtet. Ez az infografika azt ábrázolja, hogyan támogatja a határokon átvívelő kereskedelem a KKV-k sikerét, és hogy miként képezheti a diverzifikált piac a bevételtermelés, kockázatkezelés és üzleti ellenálló képesség integrált részét.



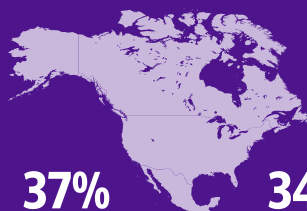
77%

Ügyfeleink 77%-a exportál saját hazáján kívül eső piacokra

— Közülük:

95% szállít más európai piacokra (EU-n belül vagy kívül)

58% szállít nem európai piacokra



37%
szállít Észak-Amerikába



34%
szállít az ázsiai és csendes-óceáni térségbe



27%
szállít a Közel-Keletre



24%
szállít Latin-Amerikába/Karib-térségbe



20%
szállít Afrikába

— És többen nem is csak egyetlen régióba szállítanak

35% szállít Európába és az Egyesült Államokba egyaránt

22% szállít európai, ázsiai és csendes-óceáni, valamint észak-amerikai piacokra

Globális lehetőségek

Globális lehetőségek – Latin-Amerika és a Karib-térség



Javier Orci, a FedEx Express marketingigazgatója

Latin-Amerikát és a Karib-térséget nagy mértékben sújtotta a COVID-19, de sok piac kezd mostanra helyreállni, néhány pedig – például Brazília – túl is szárnyalja a várakozásokat.

Ez jó hír a régió vállalkozásai és az olyan európai KKV-k számára egyaránt, akik ezeken a piacokon szeretnének kereskedni. A közelmúltban az e-kereskedelemben és a B2C-szektorban volt megfigyelhető a legnagyobb fejlődés, így az európai KKV-knek ezek a területek jelenthetik a legjobb lehetőséget a terjeszkedésre.

A régió országai között is Mexikó különösen sok lehetőséget kínál az európai KKV-k számára. Ez az ország erős hangsúlyt fektet a járműipari alkatrészgyártásra és a légi- és űriparra, és bár ezekben a szektorokban visszaesés volt tapasztalható az elmúlt időben, különösképp a járműipar kezd ismét feléledni.

Globális lehetőségek – ázsiai és csendes-óceáni térség

Masahiro Kiyosawa, a FedEx Express NPAC marketingért felelős ügyvezető igazgatója

Ázsia fontos piac lehet az európai KKV-k számára. Számos nagyszerű értékesítési lehetőség kínálkozik például Kínában, Japánban, Hong Kongban és Dél-Koreában, mivel az európai termékek továbbra is népszerűek Ázsia szerte.

Nagy a kereslet például luxuscikkekre, bútorokra, világítástechnikai termékekre és divatos ruhákra, táskákra és cipőkre. Nem csak a nagy márkákról van szó – főleg a divat terén a vásárlók a kisebb gyártók és tervezők termékei iránt is érdeklődést mutatnak.

Ami igazán érdekes, hogy a régió számos országa nő importpiacként. Ez rengeteg lehetőséget kínál, de persze a térségben még mindig az exporté a kulcsszerep. Ez alapján az ázsiai országok továbbra is fontos importpartnerei lehetnek az európai KKV-knek, legyen szó nyersanyagokról vagy olcsóbban legyártott árucikkekről, amiket aztán saját termékeik alkatrészeként hasznosítanak.





Globális lehetőségek – Egyesült Államok

Amar Sakaan, a FedEx Express marketingigazgatója

Mostanában sok vállalkozás szeretne közvetlenül szállítani a vásárlónak, hogy ezzel megtakaríthassa a közvetítői költségeket, így az olyan európai KKV-knek, akik még nem tértek át az e-kereskedelemre, érdemes ezt is megfontolni.

Pillanatnyilag a légi piac nagyobb mennyiségű, az Egyesült Államokba irányuló európai

nyersanyagexportot tapasztal, illetve vegyszerek, és más, különleges kezelést igénylő termékekre is ez igaz.

Az ár mellett a magabiztosság és megbízhatóság számít a legfontosabb piaci igénynek a vásárlók körében, így valószínűleg azok az európai KKV-k tudják majd megragadni a legjobb lehetőségeket, amelyek ki tudják ezt szolgálni.

Hogyan segíti ügyfeleit a FedEx az Európán kívülre történő szállításban?

A KKV-k által támasztott leggyakoribb kihívások



Megbízható kézbesítési idő



Vámkezelés



Szállítási költség



A Brexit okozta bizonytalanság

A FedEx megoldásai

Az időgarantált és adott napon történő szállítási lehetőségek egész skálája, köztük a következő munkanapon történő kézbesítési lehetőséggel.

Engedélyezett gazdálkodó (Authorised Economic Operator – AEO) státusz, amivel felgyorsíthatja a küldemények vámkezelését, és egy több ezer fős szakértői csapat, akik biztosítják a vámjogszabályoknak való megfelelést.

Gazdaságos, Economy szállítási opciók a lehető legköltséghatékonyabb megoldás érdekében.

Rendszeresen frissített tudástár útmutatókkal, magyarázatokkal és a szállítási folyamat változásaival kapcsolatos legfrissebb tájékoztatással.

Kilátások 2021-re: részletes következtetések

Az egészségügy a legmagabiztosabb szektor

Bár az idei felmérés eredménye arra utal, hogy általában nincs nagy hatással egy vállalkozás magabiztosságára az elkövetkezendő egy évet illetően az, hogy melyik szektorban tevékenykedik, az összes terület közül az egészségügyben van a legtöbb olyan KKV, amelyik optimista vállalkozása növekedésével vagy üzleti stabilitásával kapcsolatban. A skála másik végén pedig a divat- és ruhaipar tűnik a legkevésbé magabiztosnak.

Teheráru-szállításban érdekelt ügyfeleink az e-kereskedelem megerősödésére számítanak

Teheráru-szállításban érdekelt ügyfeleink kicsit több mint fele (51%) rendelkezik valamilyen e-kereskedelmi képességgel vagy tervezi annak kialakítását, közülük pedig 61% számít e-kereskedelemből származó bevételeinek növekedésére a következő 12 hónap során.

Az optimizmus nem a vállalkozás méretétől függ

A nagyobb cégek nem mutatnak se több, se kevesebb magabiztosságot, mint a kisebbek.



Mi jár a 4 fő piac KKV-i fejében?

**Az így gondolkodó
vállalkozások
százalékos eloszlása**



EGYESÜLT KIRÁLYSÁG

NÉMETORSZÁG

FRANCIAORSZÁG

SPANYOLORSZÁG

Optimisták a vállalkozásuk
jövőjével kapcsolatban.

87%**91%****84%****71%**

Üzleti növekedésre vagy
stabilitásra számítanak
a következő 12 hónap
folyamán.

80%**74%****73%****63%**

Rendelkeznek valamilyen
e-kereskedelmi képességgel,
vagy tervezik annak
kialakítását.

38%**60%****47%****57%**

Lehetőséget látnak rá, hogy
termékeiket új vásárlók
felé értékesítsék akár már
meglévő, akár új piacokon.

50%**79%****80%****71%**

A következő lépés vállalkozása számára

A jelentésben szereplő eredmények mind az európai vállalkozások látványos optimizmusáról és feltűnő ellenálló képességéről tanúskodnak a jelenleg világszerte bizonytalan kereskedelmi környezet ellenére.

Ez a magabiztosság igazán sikeressé teheti a vállalkozásokat, és az, hogy ennyien látnak lehetőséget új vásárlók szerzésére – és e-kereskedelmi működésük fejlesztésére –, jól tükrözi, hogy mennyi rejtett lehetőség van még mind a hazai, mind pedig a nemzetközi piacokban.

A FedEx rendelkezik a tudással, tapasztalattal és szakértelemmel, ami törekvései megvalósításához szükséges, és ahhoz, hogy a legtöbbet hozhassa ki a lehetőségekből, amikhez a szállítási képességeink hozzásegíthetnek. Bővebb tájékoztatásért látogassa meg a **fedex.com** oldalt!