



2020 m.

„FedEx“ klientų nuomonės apžvalga

OPTIMIZMAS IR GALIMYBĖS PRIEŠAKYJE

Mūsų pastarasis tyrimas rodo, kad Europos įmonės labai optimistiškai žvelgia į ateinančius 12 mėnesių – daugelis pasaulyje tikisi augimo nepaisant neužtikrintos verslo aplinkos.

Keturių mūsų pagrindinės išvados

84 %

MVJ optimistiškai žvelgia į savo ateitį

68 %

MVJ mato galimybių, kaip parduoti naujiems klientams esamose ir / arba naujose rinkose



Sparčiai augančios įmonės linkusios arba planuoja plėtoti el. prekybos potencialą

(66 % ir 52 % iš visų apklaustųjų)

77 %

klientų eksportuoja į užsienio rinkas

Apžvalgos santrauka

Sveiki, čia 2020 m. mūsų klientų nuomonės apžvalga.

Daugeliui šie metai buvo sudėtingi, paženklinę sutrikimų ir situacijos neapibrėžtumą. Tačiau mūsų apklausos rezultatai išryškino vieną pozityvų dalyką – optimizmą.

Atleistina, jei dėl to esate nustebę. Juk mūsų apklausa buvo atlikta COVID-19 pandemijos įkarštyje, o taip pat daug netikrumo kelia JK ir ES santykiai po „Brexit“.

Visgi daugiau kaip 80 % jūsų išreiškė optimizmą savo verslo atžvilgiu. Be to, daugiau kaip trečdalis per ateinančius 12 mėnesių tikisi augimo, o beveik 4 iš 10 tikisi verslo stabilumo.

Galbūt tai iš dalies galima paaiškinti galimybėmis, kuriomis daugelis iš jūsų tikisi pasinaudoti: pritraukti naujų klientų, plėstis naujose rinkose arba pristatyti naujus gaminius. Taip pat akivaizdu, kad daugeliui augimo pagrindas yra el. prekyba. Šioje srityje jau matomas spartus mažų ir vidutinių įmonių (MVĮ) sektoriaus augimas, nors COVID-19 plinta ir toliau.

Vilčių teikia tai, kad dauguma mąsto globaliai, nepaisydami sunkumų, kuriuos atnešė 2020 m. Trys ketvirtadaliai iš jūsų yra eksportuotojai, daugelis siunčia į daugiau nei vieną regioną.

Ši apžvalga leidžia suprasti, kaip jaučiasi jūsų bendraminčiai MVĮ sektoriuje ir pamatyti ateities galimybes žiūrint jų akimis. Be to, suteikia mums geresnių įžvalgų apie tai, kaip galime padėti jums ateityje.

Norime padėkoti visiems dalyvavusiems ir padėjusiems pamatyti (bei parodyti), ko tikėtis iš 2021 ir vėlesnių metų.

Apie apklausą

2020 m. rugpjūčio mėn. iš viso apklausėme 2242 klientus iš 31 šalies ir teritorijos 7 pramonės sektoriuose, pasiskirsčiusius į beveik lygias siuntų (43 %) ir krovinių (57 %) siuntėjų grupes. Iš atsakiusių į klausimą apie savo verslo dydį 92 % turi mažiau nei 250 darbuotojų (70 % turi mažiau nei 50 darbuotojų).

Kaip įmonės prisitaikė prie pandemijos

Didžioji klientų dalis COVID-19 metu ėmėsi veiksmų savo verslui apsaugoti – 89 % teigia užtikrinę darbuotojų ir klientų saugumą.

Tačiau įmonės prisitaiko ir kitais būdais. Maždaug trečdalis MVĮ (31 %) padidino savo vidaus procesų skaitmenizaciją, reikšminga mažuma ieško būdų, kaip išskaidyti riziką. Naujų tiekėjų ieško 17 % MVĮ, o 12 % ieško prekių šaltinių naujose rinkose.

15 % MVĮ nurodė, kad perorientavo savo verslą; tai rodo gebėjimus sparčiai reaguoti į besikeičiančias aplinkybes.

MVĮ į ateitį žiūri optimistiškai

Įmonės klesti esant pasitikėjimui, todėl puiku žinoti, kad mūsų klientams jo pakanka. Atsižvelgiant į esamą neužtikrintumą, tai rodo nepaprastą MVĮ dvasios stiprybę.

Tyrimas parodė, kad 84 % mūsų MVĮ klientų optimistiškai žiūri į savo verslo ateitį.

Analizuojant giliau galima pasakyti, kad 35 % mūsų klientų per 12 ateinančių mėnesių tikisi augimo. Taip pat malonu žinoti, kad 38 % klientų tuo pačiu laikotarpiu tikisi verslo stabilumo. Šiandienos aplinkoje tai jau nemažas laimėjimas.

„Mūsų klientų nuomonės apžvalgoje pabrėžtinai MVĮ rodomas atsparumas esant nepalankiai padėčiai“, – teigia Brenda McWilliams, „FedEx Express“ viceprezidentė, komunikacijai, prekės ženklui ir rinkodaros operacijoms. „Tai, kad daugelis į 2021 m. žiūri optimistiškai, yra labai teigiamas ženklas; toks pasitikėjimas padės veikti ateinančius 12 mėnesių siekiant išnaudoti naujas rinkoje atsirandančias galimybes.“

“ **84 %** mūsų MVĮ klientų į savo verslo ateitį žiūri optimistiškai.





58 %

klientų mato
galimybę plėstis
esamose rinkose
parduodami
naujiems klientams.

“

MVĮ mato augimo galimybių

Prie bendro optimizmo, daugelis mūsų MVĮ klientų šį jausmą sustiprina atrasdami konkrečių savo verslo plėtros galimybių.

Daugiau kaip du trečdaliai (68 %) mato galimybę pritraukti naujų klientų. Atidžiau pažvelgus į skaičius, 58 % klientų mato galimybę plėstis esamose rinkose, o beveik trečdalis (30 %) aptiko galimybių plėstis naujose rinkose.

MVĮ orientuojasi ne tik į naujus klientus. Beveik du trečdaliai (61 %) mato galimybę parduoti daugiau savo gaminių esamiems klientams.

Kai kurios MVĮ siekia naujovių ir plėtros per ateinančius 12 mėnesių. 27 % klientų stengiasi sukurti arba parduoti naują gaminį, o 23 % siekia daugiau parduoti naudodamiesi interneto kanalais.

„Ambicingos įmonės turėtų būti atviros atsirandančioms galimybėms ir jomis pasinaudoti – pritaikydamos savo gaminius, pardavimo kanalus arba išnaudodamos tarptautines galimybes – kad greitai sureaguotų tinkamu metu“, – sako Brenda McWilliams.

„Greitesnis pristatymas, platesnė ekonomiškų pristatymo pasiūla, lengvesnis grąžinimas ir pristatymas nustatytu laiku – visa tai yra puikūs būdai išsiskirti iš savo konkurentų.“



Mažiau nei 1 iš 10 apklaustų klientų per ateinančius 12 mėnesių tikisi 20+% augimo. Jiems būdingos kelios bendros savybės, išskiriančios juos iš likusių.

Sparčiai augančios įmonės:

- linkusios arba planuoja plėtoti el. prekybos potencialą (66 % ir 52 % iš visų apklaustųjų)
- labiau tikėtina, kad yra eksportuotojos (82 % ir 77 %)
- labiau tikėtina, kad turi galimybių plėstis esamose rinkose ir parduoti naujiems klientams (66 % ir 58 %)
- labiau tikėtina, kad mato galimybių parduoti naujiems klientams naujose rinkose (50 % ir 30 %)

MVĮ el. prekybą laiko augimo varikliu

COVID-19 pandemija suteikė el. prekybai didelį postūmį. Pusė mūsų apklaustų įmonių, turinčių el. prekybos galimybių, per paskutiniuosius šešis mėnesius patyrė pardavimo šiuo kanalu augimą.

Mūsų tyrimas taip pat rodo, kad el. prekybos galimybių turinčios įmonės optimistiškai žvelgia į augimą ateityje – 43 % tikisi verslo augimo per 12 ateinančių mėnesių. Bet augimo tikisi tik 31 % įmonių, neturinčių el. prekybos galimybių.

Šie skaičiai atskleidžia, kodėl el. prekyba yra svarbus kanalas daugeliui įmonių ir kodėl daugiau nei 1 iš 10 MVĮ (12 %) nurodė, kad per ateinančius šešis mėnesius planuoja pateikti pirmąjį savo el. prekybos pasiūlymą.

„COVID-19 pakeitė aplinką“, – sako Chrisas Hodge, „FedEx Express“ el. prekybos rinkodaros vadovas. MVĮ sektoriuje paspartėjo el. prekybos plėtra, tačiau tai įvyko ne vien dėl klientų elgesio pokyčių. Kartu didėjo supratimas, kokios pažeidžiamos yra esamos sistemos krizės metu, kaip svarbu stiprinti ryšius tarp įmonių ir klientų.

„Pastebėję el. prekybos augimą prie to prisitaikėme ir atitinkamai papildėme savo įrankius bei paslaugas, kad įmonės galėtų kuo geriau išnaudoti situaciją. Susitelkiame į du svarbiausius aspektus – paprastumą ir lankstumą – mums tikrai įdomu pamatyti, kiek mūsų klientai gali pasiekti.“

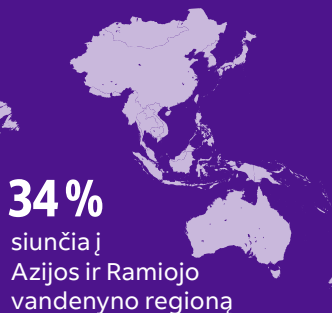
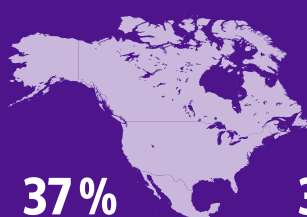


MVĮ mąsto globaliai

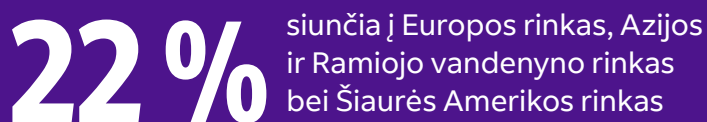
Mūsų apklausa rodo, kad daugelis klientų vykdo verslą turėdami tarptautinių ryšių. Pažvelkite į šį informacinį grafiką norėdami suprasti, kaip tarptautinė prekyba yra svarbi šiandienos MVĮ sėkmei ir kaip rinkos diversifikavimas gali būti neatskiriama pajamų gavimo, rizikos valdymo ir verslo atsparumo dalis.



— Iš jų:



— Daugelis siunčia į daugiau nei vieną regioną



Pasaulinės galimybės

Pasaulinės galimybės – Lotynų Amerika ir Karibų jūros regionas



Javier Orci, „FedEx Express“ rinkodaros vadovas

LAC regionas stipriai nukentėjo nuo COVID-19, bet daugelis rinkų atsigauna, o kai kurios, pvz., Brazilija, viršijo lūkesčius.

Tai geros naujienos regiono įmonėms ir Europos MVĮ, ketinančioms prekiauti su tuo regionu. El. prekyba ir B2C neseniai patyrė didžiausią augimą, todėl šie sektoriai gali pasiūlyti Europos MVĮ plėtros galimybių.

Iš kitų regiono šalių daug galimybių Europos MVĮ gali pasiūlyti Meksika. Šalis daug dėmesio skiria automobilių dalių ir aviacijos sektoriams; nors šie sektoriai neseniai nukentėjo, automobilių pramonė jau pradeda atsigauti.

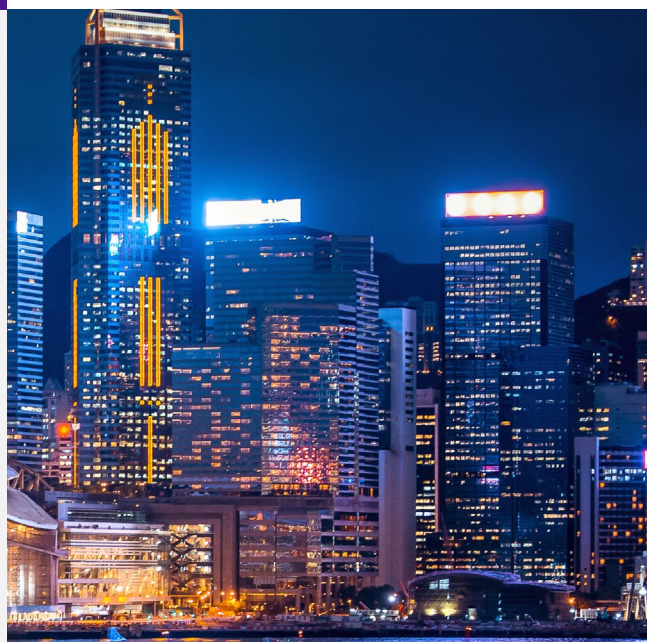
Pasaulinės galimybės – Azijos ir Ramiojo vandenyno regionas

Masahiro Kiyosawa, „FedEx Express“ NPAC regiono rinkodaros direktorius

Azija gali būti svarbi Europos MVĮ rinka, kuriai verta skirti dėmesio. Dabar puikios galimybės prekiauti Kinijoje, Japonijoje, Kinijos Honkongo SAR ir Pietų Korėjoje – Europos prekės išlieka populiarios visoje Azijoje.

Išaugusi prabangių išskirtinių prekių, baldų, apšvietimo, mados prekių, rankinių ir avalynės paklausa. Bet ne vien tik žymių prekių ženklų – ypač mados srityje pirkėjai domisi ir mažesnių gamintojų bei dizainerių produkcija.

Įdomu tai, kad daugelis šio regiono šalių auga kaip importo rinkos. Tai suteikia daug galimybių, tačiau regionui vis tiek svarbiausia eksportas. Todėl Azijos šalys gali būti svarbios Europos MVĮ partnerės – jų tiekiamos žaliavos arba mažesnėmis sąnaudomis pagamintos prekės naudojamos kaip gaminių komponentai.





Pasaulinės galimybės – JAV

Amar Sakaan, „FedEx Express“ rinkodaros direktorius

Matome, kad daug įmonių nori siųsti tiesiai klientui ir sutaupyti išvengdamos tarpininkų. Europos MVĮ, kurios dar neperėjo prie el. prekybos, turi ką apsvarstyti.

Šiuo metu aviacijos rinkoje pastebimas didesnis Europos žaliavų, taip pat ir cheminių medžiagų bei kitokių prekių, kurioms būtinas specialus apdorojimas, eksportas į JAV.

Pasitikėjimas ir patikimumas yra pagrindiniai reikalavimai, neskaitant kainos, aptarnaujant rinkos klientus, todėl didžiausios Europos MVĮ galimybės lauks ten, kur bus patenkinti šie poreikiai.

Kaip „FedEx“ gali padėti klientams siųsti už ES ribų

Dažniausiai MVĮ patiriami iššūkiai



**Patikimas
pristatymo laikas**



**Muitinės
procedūros**



**Siuntimo
išlaidos**



**„Brexit“
neužtikrintumas**

„FedEx“ sprendimai

Didelis pristatymo nustatytu laiku ir nustatytą dieną paslaugų pasirinkimas, įskaitant pristatymą kitą dieną.

Įgaliotojo ekonominės veiklos vykdytojo (AEO) statusas siunčiant skubias siuntas ir tūkstantinė specialistų komanda, padedanti įvykdyti muitinės reikalavimus.

Ekonomiško siuntimo variantai siekiant kainos požiūriu efektyviausių sprendimų.

Dažnai atnaujinamos informacijos centras su vedliais, paaiškinimais ir naujausia informacija apie siuntimo procesų pokyčius.

2021 m. apžvalga: išsamios išvados

Sveikatos priežiūros sektorius yra labiausiai pasitikintis:

šių metų apklausa rodo, kad plačiąja prasme sektorius, kuriame veikia verslas, nelabai svarbus vertinant pasitikėjimą ateinančiais metais. Sveikatos priežiūra pirmauja kaip sektorius, kur daugelis MVĮ optimistiškai mano, kad jų verslas augs arba išliks stabilus. Kitoje spektro pusėje mados / drabužių sektorius rodo mažesnę pasitikėjimą.

Krovinius gabenantys klientai tikisi el. prekybos augimo:

daugiau nei pusė krovinių siuntėjų (51 %) turi arba planuoja plėtoti el. prekybos potencialą, o 61 % iš jų tikisi, kad per ateinančius 12 mėnesių el. prekybos pajamos augs

Optimizmas nepriklauso nuo dydžio:

didesnės įmonės pasitiki ne daugiau (arba ne mažiau) nei mažos įmonės.



Ką galvoja MVĮ 4-iose didžiausiose rinkose?



Įmonės, kurios...	JK	VOKIETIJA	PRANCŪZIJA	ISPANIJA
Optimistiškai žvelgia į savo verslo ateitį.	87 %	91 %	84 %	71 %
Tikisi, kad jų verslas augs arba išliks panašus per ateinančius 12 mėnesių.	80 %	74 %	73 %	63 %
Turi arba planuoja išnaudoti el. prekybos potencialą.	38 %	60 %	47 %	57 %
Mato galimybių parduoti gaminius naujiems klientams esamose ir / arba naujose rinkose.	50 %	79 %	80 %	71 %

Tolesni jūsų verslo veiksmai

Mūsų apžvalgos išvados rodo, kad Europos įmonės labai optimistiškai nusiteikusios ir gana atsparios, nepaisant neužtikrintos prekybos aplinkos pasaulyje.

Toks pasitikėjimas gali subrandinti sėkmę, o tai, kad daug įmonių mato galimybių pritraukti naujų klientų bei plėtoti savo el. prekybos potencialą, yra puikus neišsemty galimybių vidaus ir tarptautinėse rinkose požymis.

Įmonėje „FedEx“ turime žinių ir patirties, kaip padėti įgyvendinti jūsų užmojus ir išnaudoti galimybes, kurias gali atverti siuntimo pajėgumai. Norėdami sužinoti daugiau apsilankykite **fedex.com**.