

**2020**

FedEx klientu apmierinātības aptauja

OPTIMISMS UN IESPĒJAS NĀKOTNĒ

Nesen veiktajā aptaujā secinājām, ka uzņēmumi Eiropā ir pozitīvi noskaņoti, uzsākot nākamo 12 mēnešu darbu. Par spīti biznesa vidē valdošajai neskaidrībai daudzi no uzņēmumiem domā par izaugsmi un uz starptautisku darbību vērstu perspektīvu.

Mūsu četri galvenie secinājumi

84%

mazo un vidēji lielo uzņēmumu optimistiski uztver turpmāko attīstību.

68%

mazo un vidējo uzņēmumu redz iespēju piesaistīt jaunus klientus (esošajā un/vai jaunā tirgū).



Uzņēmumiem ar ātru izaugsmi jau ir ieviesta e-komercija vai tiek plānota tās ieviešana

(66% salīdzinājumā ar 52% no visa datu parauga).

77%

klientu eksportē preces uz tirgu ārpus savas valsts.

Par aptauju

2020. gada augustā aptaujājām 2242 klientu 31 valstī un teritorijā 7 nozaru sektoros. 43% respondentu bija paku nosūtītāji, bet 57% — kravu sūtītāji. No respondentiem, kuri sniedza atbildi par par uzņēmuma izmēru, 95% uzņēmumu ir mazāk nekā 250 darbinieku (70% uzņēmumu ir mazāk nekā 50 darbinieku).

Kopsavilkums

Laipni lūdzam FedEx 2020. gada klientu apmierinātības aptaujā.

Šis gads daudziem ir bijis grūts, jo tika traucēta darbība un valdīja neskaidrības. Tomēr mūsu šī gada aptaujas rezultāti liecina, ka pārsvarā noskaņojums ir optimistisks.

Mūs neizbrīna, ja šāds atklājums jūs pārsteidz. Mūsu aptaujas tika veiktas laikā, kad plosījās Covid-19 pandēmija un joprojām nebija skaidrības par tirdzniecības attiecībām starp ES un Apvienoto Karalisti pēc Brexit.

Tomēr 80% klientu norādīja, ka optimistiski raugās uz sava uzņēmuma turpmāko darbību. Turklāt vairāk nekā trešdaļa ir pārliecināti par izaugsmi nākamo 12 mēnešu laikā, bet gandrīz katrs 4. no 10 respondentiem prognozē uzņēmējdarbības stabilitāti.

Iespējams, šo nostāju var attiecināt uz jūsu nospraustajiem mērķiem — jaunu klientu piesaistīšanu, darbības izvēršanu jaunā tirgū vai jaunu produktu izlaišanu. Tāpat ir skaidrs, ka daudzu uzņēmumu izaugsmes virzītājspēks ir e-komercija. Šajā kanālā jau bija novērojama strauja paplašināšanās mazo un vidēja lieluma uzņēmumu vidū, bet Covid-19 šo attīstību paātrināja vēl vairāk.

Lai gan 2020. gads ir izaicinājumu pilns, ir iepriecinoši redzēt, ka daudzi no jums joprojām domā globāli. Trīs ceturtdaļas no jums nodarbojas ar eksportu, turklāt daudzi veic sūtījumus uz vairākiem reģioniem.

Šajā pārskatā varēsiet uzzināt, kā klājas līdzīgiem uzņēmumiem jūsu sektorā, un tas palīdzēs saprast potenciālās nākotnes iespējas. Ar šī pārskata palīdzību arī mēs varēsim labāk izprast, kā varam jums palīdzēt turpmāk.

Vēlamies pateikties visiem, kas piedalījās un palīdzēja mums uzzināt un atspoguļot citiem, kādas ir prognozes 2021. gadam un tālākai nākotnei.

Kā uzņēmumi ir pielāgojušies pandēmijai

Lielākā daļa klientu ir veikuši darbības, lai aizsargātu uzņēmumu, uzsākoties Covid-19 pandēmijai, un 89% klientu apgalvo, ka rūpējas par savu darbinieku un klientu drošību.

Tomēr uzņēmumi pielāgojās arī citos veidos. Gandrīz trešdaļa mazo un vidējo uzņēmumu (31%) ir palielinājuši iekšējo procesu digitalizāciju, bet ievērojama daļa skatās, kā pārdalīt riskus. 17% mazo un vidējo uzņēmumu meklē jaunus piegādātājus, bet 12% tagad iepērk preces citos tirgos.

15% mazo un vidējo uzņēmumu apgalvo, ka ir uzlabojuši biznesu, kas liecina par ātru reaģēšanu uz mainīgiem apstākļiem.

Mazie un vidējie uzņēmumi nākotnē raugās ar optimismu

Pārliecinātība pozitīvi ietekmē uzņēmējdarbības attīstību, un ir patīkami apzināties, ka mūsu klientu vidū tās netrūkst. Šāda attieksme pašreizējā, nenoteiktajā situācijā parāda mazo un vidējo uzņēmumu neizsīkstošo apņēmību.

Mūsu aptaujā noskaidrojās, ka 84% klientu optimistiski uztver savu uzņēmumu turpmāko darbību.

35% klientu nākamo 12 mēnešu laikā prognozē sava uzņēmuma izaugsmi. Tomēr patīkami apzināties, ka 38% klientu paredz, ka uzņēmums turpinās stabili darboties. Ņemot vērā pašreizējo globālo situāciju, tas ir lieliski.

FedEx Express viceprezidente un komunikācijas, zīmola vadības un mārketinga nodaļas vadītāja Brenda Makviljamsa (Brenda McWilliams) saka: “Mūsu klientu apmierinātības aptaujā atklājas izturība, ko mazie un vidējie uzņēmumi parāda, saskaroties ar grūtībām.” “Ļoti pozitīvi, ka tik daudz mūsu klientu 2021. gadu gaida ar optimismu, un šī pārliecinātība viņiem noderēs nākamo 12 mēnešu laikā, mēģinot izmantot jaunas iespējas, kas parādās tirgū.”



84%

mazo un vidējo
uzņēmumu nākotnē raugās
ar optimismu.





58%

klientu redz
iespēju izvērst darbību
esošos tirgos,
piesaistot jaunus
klientus.

“

Mazie un vidējie uzņēmumi redz izaugsmes iespējas

Daudz mūsu klientu savu optimismu pierāda ar konkrētu iespēju identificēšanu savam uzņēmumam.

Vairāk nekā divas trešdaļas uzņēmumu (68%) redz iespēju piesaistīt jaunus klientus. Apskatot rezultātus detalizētāk, atklājām, ka 58% klientu redz iespēju izvērst darbību esošos tirgos un gandrīz trešdaļa (30%) klientu norādīja darbības izvēršanas iespējas jaunos tirgos.

Mazie un vidējie uzņēmumi koncentrējas ne tikai uz jaunu klientu piesaistīšanu. Gandrīz divas trešdaļas (61%) uzņēmumu redz iespēju pārdot vairāk produktu esošajiem klientiem.

Tikmēr daļa mazo un vidējo uzņēmumu meklē jaunievedumus un nākamo 12 mēnešu laikā vēlas attīstīt savu piedāvājumu. Divdesmit septiņi procenti klientu vēlas izlaist vai pārdot jaunu produktu, bet 23% klientu plāno palielināt pārdošanas apjomu tiešsaistē.

“Ambicioziem uzņēmumiem ir jābūt atvērtiem dažādām iespējām, piemēram, tādām, kas saistītas ar produktiem, tirdzniecības kanāliem, vai starptautiskajām iespējām, lai īstajā brīdī varētu ātri rīkoties,” sacīja Brenda Makviljamsa.

“Ātrāka piegāde, labākas ekonomiskās iespējas, vienkāršāka sūtījumu atgriešana un piegāde noteiktā laikā var palīdzēt jums izcelties konkurentu vidū.”



Gandrīz 1 no 10 aptaujātajiem klientiem nākamajos 12 mēnešos prognozē izaugsmi vismaz par 20%. Ir vairākas raksturīgas pazīmes, ar kurām šādi uzņēmumi izceļas citu vidū.

Ātri augoši uzņēmumi:

- pastāv lielāka iespējāmība, ka tiem ir ieviesta e-komercija vai tiek plānota tās ieviešana (66% salīdzinājumā ar 52% no visa datu parauga);
- biežāk ir eksportētāji (82% salīdzinājumā ar 77%);
- biežāk ir noteikuši iespējas darbības izvēšanai esošos tirgos un jaunu klientu piesaistīšanai tajos (66% salīdzinājumā ar 58%);
- biežāk saskatīti iespējas piesaistīt jaunus klientus jaunos tirgos (50% salīdzinājumā ar 30%).

Mazie un vidēji lielie uzņēmumi e-komerciju redz kā izaugsmes virzītājspēku

Covid-19 pandēmija ievērojami veicināja e-komercijas attīstību. Pusei aptaujāto uzņēmumu e-komercija ir palielinājusi pārdošanas apjomu šajā kanālā pēdējo sešu mēnešu laikā.

Mūsu aptauja arī parāda, ka šie uzņēmumi, kuri izmanto e-komerciju, ar optimismu raugās uz turpmāku izaugsmi, un 43% klientu prognozē tirdzniecības apjoma palielināšanos nākamā 12 mēnešu laikā. Tas ir salīdzinājumā ar 31% uzņēmumu, kuriem nav e-komercijas iespēju.

Šie skaitļi palīdz parādīt, kāpēc e-komercija ir nozīmīgs kanāls lielam skaitam uzņēmumu, un izskaidro, kāpēc vairāk nekā 1 no 10 mazajiem vai vidēji lielajiem uzņēmumiem (12%) pieminēja, ka nākamā sešu mēnešu laikā plāno izlaist pirmo e-komercijas piedāvājumu.

“Covid-19 ir izmainījis situāciju,” saka FedEx Express e-komercijas mārketinga nodaļas vadītājs Kriss Hodžs (Chris Hodge). “Tādējādi ir ievērojami paātrinājusies e-komercijas attīstība mazo un vidējo uzņēmumu sektorā — ne tikai patērētāju uzvedības izmaiņu dēļ. Otrs iemesls ir arvien labāka izpratne par to, cik ievainojamas var būt esošās sistēmas, iestājoties krīzei, kā arī izpratne par uzņēmumu un klientu saiknes stiprināšanas un palielināšanas nozīmi.

“Mēs esam tieši pieredzējuši e-komercijas izaugsmi un esam pielāgojuši un papildinājuši mūsu rīkus un pakalpojumus, lai uzņēmumi to varētu pilnībā izmantot. Mūsuprāt, divas svarīgākās īpašības bija vienkāršība un pielāgošanās spēja, un mums ir interesanti redzēt, cik tālu var iet klienti.”



Mazie un vidējie uzņēmumi domā globāli

Mūsu aptauja rāda, ka lielākajai daļai klientu ir darījumu partneri citur pasaulē. Apskatiet šo infografiku, lai saprastu, cik svarīga ir pārrobežu tirdzniecība veiksmīgiem maziem un vidējiem uzņēmumiem un kā tirgus diversifikācija var būt neatņemama daļa no ieņēmumu radīšanas, riska vadības un uzņēmuma izturētspējas.



77%

klientu eksportē preces uz tirgu ārpus savas valsts.

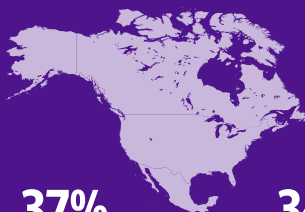
— No tiem:

95%

veic sūtījumus uz citiem Eiropas tirgiem (ES dalībvalstīm un valstīm, kas nav ES)

58%

veic sūtījumus uz tirgiem, kas neatrodas Eiropā



37%

veic sūtījumus uz Ziemeļameriku



34%

veic sūtījumus uz Āzijas un Klusā okeāna reģionu



27%

veic sūtījumus uz Tuvajiem austrumiem



24%

veic sūtījumus uz Latīņameriku un Karību jūras reģionu



20%

veic sūtījumus uz Āfriku

— Turklāt daudzi eksportē uz vairāk nekā vienu reģionu

35%

veic sūtījumus uz Eiropas un ASV tirgiem

22%

veic sūtījumus uz Eiropas tirgiem, Āzijas un Klusā okeāna reģiona tirgiem un Ziemeļamerikas tirgiem

Iespējas globālā mērogā

Iespējas globālā mērogā — Latīņamerika un Karību jūras reģions



Havjērs Orsi (Javier Orci), FedEx Express mārketinga nodaļas vadītājs

Latīņameriku un Karību jūras reģonu ir smagi skāris Covid-19, tomēr daudz tirgu veiksmīgi atgūstas un daži, piemēram, Brazīlija, ir pat pārsniegusi prognozēto.

Tās ir labas ziņas uzņēmumiem attiecīgajā reģionā, kā arī mazajiem un vidējiem uzņēmumiem Eiropā, kuri vēlas tirgoties ar šiem uzņēmumiem. E-komercija un B2C mārketinga ir piedzīvojuši lielāko izaugsmi pēdējā laikā, tāpēc šie sektori varētu būt labs potenciāls tiem mazajiem un vidējiem uzņēmumiem Eiropā, kas paplašina darbību.

No reģionā esošajām valstīm Eiropā esošie mazie un vidējie uzņēmumi daudz iespēju varētu rast Meksikā. Valsts ir īpaši specializējusies automašīnu rezerves daļu ražošanas un aviācijas un kosmosa nozarē, un, lai gan šie sektori pēdējā laikā ir cietuši, autorūpniecības nozare sāk atgūties.

Iespējas globālā mērogā — Āzijas un Klusā okeāna reģions

Masahiro Kijosava (Masahiro Kiyosawa), mārketinga nodaļas rīkotājdirektors, NPAC, FedEx Express

Āzija var būt liels tirgus, uz kuru koncentrēties Eiropā esošajiem mazajiem un vidējiem lielajiem uzņēmumiem. Pašlaik ir pieejamas lieliskas tirdzniecības iespējas, piemēram, Ķīnā, Japānā, Honkongā un Dienvidkorejā, turklāt Eiropas preču popularitāte ir saglabājusies visā Āzijā.

Pieprasītu produktu vidū ir luksusa preces, mēbeles, apgaismojums, modes preces, somas un apavi. Tomēr populāri ir ne tikai lielie zīmoli, īpaši modes preču jomā, pircējus interesē arī mazāki ražotāji un dizaineri.

Ļoti interesanti, ka vairākās valstīs šajā reģionā attīstās importa tirgus. Tas sniedz daudz iespēju, tomēr eksportēšana reģionā joprojām ir galvenā. Balstoties uz šo informāciju, Āzijas valstis joprojām var būt nozīmīgi importēšanas partneri maziem un vidējiem uzņēmumiem Eiropā, lai iegādātos izejmateriālus vai rūpniecības izstrādājumus par zemāku cenu, ko izmantot kā komponentus saviem produktiem.





Iespējas globālā mērogā — ASV

Amārs Sakāns (Amar Sakaan), FedEx Express mārketinga direktors

Mēs redzam daudz uzņēmumu, kuri vēlas nosūtīt preces tieši klientam, lai izvairītos no starpniekiem un papildu izmaksām, tāpēc šī varētu būt iespēja mazajiem un vidēji lielajiem uzņēmumiem Eiropā, kuri vēl nav pārgājuši uz e-koerciiju.

Šobrīd aviopārvadājumos ir novērojams lielāks izejmateriālu eksportēšanas apjoms no Eiropas

uz ASV, kā arī tādu produktu eksports, kuriem nepieciešama īpaša pieeja (piemēram, ķīmiskie izstrādājumi un citas preces).

Apkalpojot klientus tirgū, galvenās prasības ir cena, pārliecība un uzticība, tāpēc visvairāk iespēju droši vien būs tiem Eiropā esošajiem mazajiem un vidēji lielajiem uzņēmumiem, kas var izpildīt šīs prasības.

Kā FedEx var palīdzēt klientiem veikt sūtījumus ārpus ES

Mazo un vidējo Eiropas uzņēmumu nosauktās problēmas



**Uzticami
piegādes laiki**



Atmuitošana



**Nosūtīšanas
izmaksas**



**Neskaidrības
saistībā ar Brexit**

FedEx risinājumi

Pilns konkrēta laika un dienas sūtīšanas iespēju klāsts, tostarp piegāde nākamajā dienā.

Atzītā uzņēmēja statuss (Authorised Economic Operator — AEO), lai paātrinātu sūtījumu apstrādi un tūkstosiem speciālistu, kas nodrošina atbilstību muitas prasībām.

Ekonomiskās sūtīšanas iespējas, lai nodrošinātu visizdevīgākos risinājumus.

Regulāri atjaunināts zināšanu centrs ar pamācībām, paskaidrojumiem un jaunāko informāciju par nosūtīšanas procesu izmaiņām.

Prognozes 2021. gadam: detalizēti secinājumi

Visstabilākais sektors ir veselības aprūpe

Ia gan ŗī gada aptaujā redzams, ka sektoram, kurā darbojas uzņēmums, nav lielas saistības ar pārliecību par gaidāmo gadu, mazie un vidējie uzņēmumi Eiropā uzskata, ka uzņēmējdarbība attīstīsies vai saglabās stabilitāti. Turpretim modes/apģērbu sektora uzņēmumi ir vismazāk droši par nākotni.

Kravas pārvadājumu klienti prognozē e-komercijas attīstību

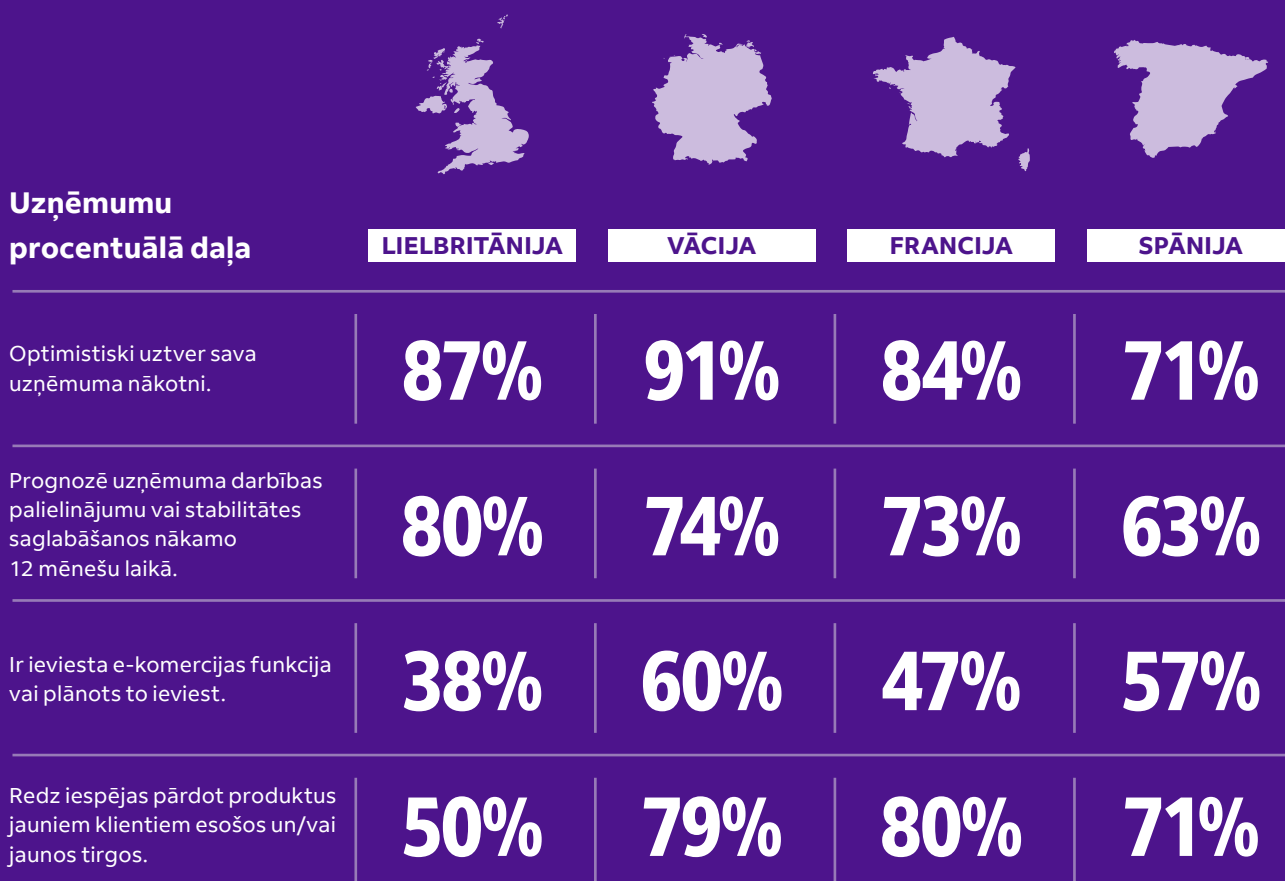
nedaudz vairāk kā puse kravas pārvadājumu klientu (51%) ir ieviesuši vai plāno ieviest e-komerciju, un 61% no ŗiem klientiem nākamajos 12 mēnešos prognozē no e-komercijas gūto ieņēmumu palielināšanos.

Optimisms nav atkarīgs no uzņēmuma lieluma

lielākos uzņēmumos nevalda lielāka pārliecība kā mazos uzņēmumos.



Ko domā mazie un vidējie uzņēmumi četros galvenajos tirgos?



Nākamās darbības jūsu uzņēmumam

Mūsu pārskatā ietvertie rezultāti parāda, ka par spīti neskaidrībām tirdzniecības vidē visā pasaulē Eiropas uzņēmumu optimisms ir iespaidīgs, un to izturība ir ievērojama.

Šāda pārliecība var veicināt sasniegumus, turklāt tas, ka daudz uzņēmumu saskata iespējas pārdot preces jauniem klientiem un attīstīt e-komercijas darbību, spēcīgi atspoguļo joprojām esošo potenciālu vietējā un starptautiskajā tirgū.

Uzņēmumam FedEx ir nepieciešamās zināšanas un pieredze, lai palīdzētu jums sasniegt izvirzītos mērķus un maksimāli izmantot iespējas, ko var sniegt mūsu nosūtīšanas pakalpojumi. Vairāk varat uzzināt vietnē [fedex.com](https://www.fedex.com).