



2020

FedEx klantenrapport

OPTIMISME EN KANSEN

Uit ons recente onderzoek blijkt dat Europese bedrijven overwegend positief zijn over de komende twaalf maanden. Ondanks het onzekere ondernemingsklimaat, hebben velen de ambitie om te groeien en internationaal verder te kijken.

Onze vier belangrijkste bevindingen

84%

van de kleine en middelgrote bedrijven is optimistisch over de toekomst van hun bedrijf

68%

van de kleine en middelgrote bedrijven ziet een kans om op bestaande en/of nieuwe markten aan nieuwe klanten te verkopen



Snelgroeïende bedrijven hebben vaker e-commerceoplossingen, of zijn van plan hiermee te beginnen

(66% tegenover 52% voor de hele steekproef)

77%

van de klanten exporteert naar internationale markten

Over de enquête

We hebben in augustus 2020 in totaal 2.242 klanten in 31 landen en gebieden ondervraagd, verdeeld over zeven sectoren, met een bijna gelijke mix van pakketvervoerders (43%) en vrachtvervoerders (57%). Van de personen die de vraag over de omvang van hun bedrijf hebben beantwoord, heeft 92% minder dan 250 werknemers (70% heeft minder dan 50 werknemers).

Samenvatting

Welkom bij ons klantenrapport voor 2020.

Voor velen is het een lastig jaar geweest, waarin verontrusting en onzekerheid over de gehele linie een grote rol speelden. Maar als er één ding is dat dit jaar naar voren komt uit ons onderzoek, dan is het wel het optimisme.

Het is u vergeven als u dat verrassend vindt. Vooral omdat onze peilingen werden uitgevoerd tijdens de COVID-19-pandemie en op een moment dat er nog steeds geen overeenstemming was bereikt over de handelsrelatie tussen het Verenigd Koninkrijk en de EU na de Brexit.

Maar meer dan 80% van u zei dat u optimistisch bent over de toekomst van uw bedrijf. Bovendien vertrouwt meer dan een derde van u op een groei in de komende twaalf maanden, terwijl bijna 4 op de 10 een stabiele bedrijfsvoering verwacht.

Misschien is veel van dit alles te wijten aan de kansen die velen van u zien, of het nu gaat om het werven van nieuwe klanten, het betreden van nieuwe markten of het lanceren van nieuwe producten. Het is ook duidelijk dat e-commerce voor velen een positieve invloed op hun groei heeft. E-commerce breidde zich al snel uit onder kleine en middelgrote bedrijven, maar COVID-19 heeft de ontwikkeling nog verder versneld.

En het is bemoedigend om te zien dat velen van u nog steeds wereldwijd georiënteerd zijn, ondanks de uitdagingen die 2020 met zich heeft meegebracht. Driekwart van u is exporteur en velen van u verzenden naar meerdere regio's.

Dit rapport geeft u de kans om te zien hoe uw collega's in andere sectoren zich voelen en om te begrijpen hoe zij naar potentiële toekomstige kansen kijken. Het geeft ons ook een beter inzicht in hoe we u in de toekomst beter kunnen ondersteunen.

We willen iedereen bedanken die heeft deelgenomen, en om ons te helpen zien - en te laten zien - wat de verwachting is voor 2021 en de jaren daarna.

Hoe bedrijven zich hebben aangepast aan de pandemie

De meerderheid van de klanten heeft in de nasleep van COVID-19 actie ondernomen om hun bedrijf te beschermen. 89% zegt de veiligheid van personeel en klanten te waarborgen.

Maar bedrijven hebben zich ook op andere manieren aangepast. Iets minder dan een derde (31%) heeft hun interne processen verder gedigitaliseerd, terwijl een aanzienlijke minderheid naar manieren zoekt om hun risico's te spreiden. 17% van de kleine en middelgrote bedrijven is op zoek naar nieuwe leveranciers, terwijl 12% op dit moment goederen uit nieuwe markten inkoopt.

En 15% van de midden- en kleinbedrijven geeft aan dat ze hun bedrijfsvoering hebben aangepast, wat aantoonde dat ze snel hebben kunnen reageren op veranderende omstandigheden.

Kleine en middelgrote bedrijven zijn optimistisch over de toekomst

Bedrijven gedijen op vertrouwen, en het geeft een goed gevoel om te weten dat onze klanten daar genoeg van hebben. En wanneer het in de context van de huidige onzekerheden wordt geplaatst, getuigt het van een opmerkelijke kracht onder het bedrijfsleven.

Uit ons onderzoek bleek dat 84% van onze klanten uit kleine en middelgrote bedrijven optimistisch is over de toekomst van hun bedrijf.

Als we iets nauwkeuriger naar de cijfers kijken, verwacht 35% van onze klanten de komende twaalf maanden te groeien. Wat net zo'n goed gevoel geeft, is de 38% van de klanten die verwachten dat hun bedrijf stabiel blijft in hetzelfde tijdsbestek. In de huidige omstandigheden, is dat een rustgevend gegeven.

“Ons klantenrapport benadrukt de veerkracht die de kleine en middelgrote bedrijven aan de dag leggen bij tegenspoed”, zegt Brenda McWilliams, Vice-President, Communication, Brand and Marketing Operations, FedEx Express. “Het feit dat zovelen optimistisch zijn over 2021 is een uiterst positief teken. Dat vertrouwen zal hen de komende twaalf maanden waarschijnlijk goed van pas zal komen bij het benutten van eventuele nieuwe kansen die zich op de markt voordoen.



84%

van onze klanten van kleine en middelgrote bedrijven zijn optimistisch over de toekomst van het bedrijf.





58%

58% van de klanten ziet mogelijkheden om uit te breiden in bestaande markten door aan nieuwe klanten te verkopen.

“

Kleine en middelgrote bedrijven zien ruimte om te groeien

Er heerst over het algemeen een gevoel van optimisme, iets wat veel van onze klanten onderschrijven door specifieke kansen voor hun bedrijf te identificeren.

Meer dan twee derde (68%) ziet een kans om aan nieuwe klanten te verkopen. Als we dieper op de cijfers ingaan, zien we dat 58% van de klanten mogelijkheden ziet om uit te breiden in bestaande markten en bijna een derde (30%) ziet kansen om uit te breiden naar nieuwe markten.

En het zijn niet alleen de nieuwe klanten waar midden- en kleinbedrijven zich op richten. Bijna twee derde (61%) ziet mogelijkheden om meer van hun producten aan bestaande klanten te verkopen.

Sommige kleine en middelgrote bedrijven zijn van plan om te innoveren en willen hun aanbod ontwikkelen om in de komende twaalf maanden uit te breiden. Zevenentwintig procent van de klanten wil een nieuw product lanceren of verkopen, terwijl 23 procent meer wil verkopen via online kanalen.

“Ambitieuze bedrijven moeten blijven openstaan voor toekomstige kansen en zich, via hun producten, hun verkoopkanalen of hun internationale mogelijkheden, positioneren om snel te handelen wanneer het moment daar is”, zegt Brenda McWilliams.

“Snellere leveringen, meer besparingsmogelijkheden, eenvoudigere retourzendingen en leveringen met gegarandeerde levertijden zijn allemaal geweldige manieren om u te helpen zich te onderscheiden van uw concurrenten”.



Iets minder dan 1 op de 10 ondervraagde klanten verwacht de komende twaalf maanden een groei van meer dan 20%. En er zijn enkele gemeenschappelijke kenmerken die hen onderscheiden van de rest:

Snelgroeiende bedrijven:

- hebben vaker e-commerceoplossingen, of zijn van plan hiermee te beginnen (66% tegenover 52% voor de hele steekproef)
- zijn vooral exporteurs (82% tegenover 77%)
- hebben vaker mogelijkheden verkend om uit te breiden in bestaande markten en te verkopen aan nieuwe klanten in die markten (66% tegenover 58%)
- hebben vaker mogelijkheden gezien om te verkopen aan nieuwe klanten in nieuwe markten (50% tegenover 30%)

Kleine en middelgrote bedrijven zien e-commerce als een mogelijkheid om hun groei te stimuleren

De COVID-19-pandemie heeft e-commerce een enorme duw in de rug gegeven. De helft van de ondervraagde bedrijven met een mogelijkheid tot e-commerce heeft de afgelopen zes maanden de verkoop via dit kanaal zien stijgen.

Onze enquête toont ook aan dat de bedrijven met e-commerce optimistischer zijn over de toekomstige groei en 43% daarvan verwacht zelfs dat ze in de komende twaalf maanden meer zaken zullen doen. Dit in vergelijking met slechts 31% van de bedrijven die geen gebruik (kunnen) maken van e-commerce.

Deze cijfers helpen om te laten zien waarom e-commerce een doorslaggevend kanaal is voor veel bedrijven, en geven aan waarom meer dan 1 op de 10 van de kleine en middelgrote bedrijven (12%) hebben gezegd dat ze van plan zijn om binnen de komende zes maanden hun eerste stappen op e-commercegebied te zetten.

“COVID-19 heeft het landschap veranderd”, zegt Chris Hodge, E-commerce Marketing Manager, FedEx Express. “Het heeft de ontwikkeling van e-commerce bij kleine en middelgrote bedrijven snel doen toenemen, en niet alleen vanwege veranderingen in het consumentengedrag. Het is ook vanwege een toenemende mate van begrip van hoe weinig stabiel bestaande systemen kunnen zijn in het geval van een crisis. Mensen begrijpen het belang om de banden tussen bedrijven en klanten te versterken en te intensiveren.

We hebben de groei van e-commerce rechtstreeks kunnen zien en we hebben onze tools en diensten aangepast en uitgebreid om bedrijven te helpen daar optimaal van te profiteren. Voor ons gaat het om de twee belangrijkste aspecten, namelijk eenvoud en flexibiliteit. We zijn erg benieuwd om te zien waar het plafond ligt voor onze klanten.”



Kleine en middelgrote bedrijven denken internationaal

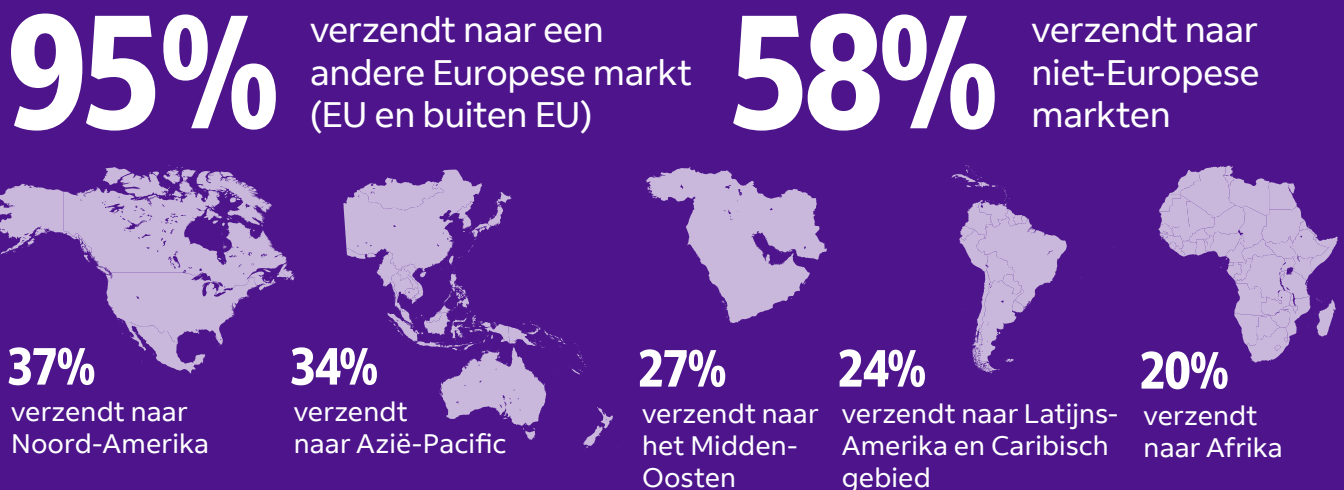


Uit ons onderzoek blijkt dat het merendeel van de klanten een bedrijf heeft met internationale connecties. Bekijk deze infographic om te begrijpen hoe belangrijk grensoverschrijdende handel is voor het succes van de huidige kleine en middelgrote bedrijven en hoe marktdiversificatie een integraal onderdeel kan zijn bij het genereren van inkomsten, het risicobeheer en de veerkracht van bedrijven.

77%

van de klanten exporteert naar internationale markten

— Van dit aantal:



— Veel verzenden naar verschillende regio's



Wereldwijde kansen

Wereldwijde kansen – Latijns-Amerika en Caribisch gebied



Javier Orci, Marketing Manager, FedEx Express

Latijns-Amerika en het Caribisch gebied zijn hard getroffen door COVID-19, maar veel markten herstellen zich goed en sommige, zoals Brazilië, doen het beter dan verwacht.

Dit is goed nieuws voor bedrijven in de regio, en voor midden- en kleinbedrijven in Europa die met hen handel willen drijven. Vooral e-commerce en B2C zijn de laatste tijd gegroeid, dus kleine en middelgrote bedrijven in Europa zouden daar goed gebruik van kunnen maken bij een mogelijke uitbreiding.

En als we kijken naar de landen in die regio, zou met name Mexico veel mogelijkheden kunnen bieden aan de Europese bedrijven. Het land is sterk gericht op auto-onderdelen en de lucht- en ruimtevaartindustrie en hoewel deze sectoren de laatste tijd hebben geleden, trekt met name de auto-industrie momenteel weer aan.

Internationale mogelijkheden – Azië-Pacific

Masahiro Kiyosawa, Managing Director Marketing, NPAC, FedEx Express

Voor kleine en middelgrote bedrijven in Europa is Azië een enorme markt om zich op te richten. Er liggen momenteel grote kansen om te verkopen in plaatsen als China, Japan, Hongkong SAR en Zuid-Korea. Bovendien blijven Europese goederen populair in heel Azië.

De producten waar vraag naar is, zijn onder andere luxegoederen van hoge kwaliteit, meubels, verlichting, mode, tassen en schoenen. Maar het zijn niet alleen grote merken, juist bij mode zijn de kopers ook geïnteresseerd in kleinere fabrikanten en ontwerpers.

Een zeer interessant gegeven is dat veel landen in de regio groeien als importmarkten. Dat biedt volop mogelijkheden, maar de export blijft uiteraard nog steeds van groot belang in de regio. Op basis daarvan kunnen Aziatische landen nog steeds belangrijke importpartners zijn voor de Europese bedrijven, of het nu gaat om grondstoffen of om goedkopere industrieproducten die als onderdeel van hun eigen producten worden gebruikt.





Wereldwijde kansen – Verenigde Staten

Amar Sakaan, Marketing Director, FedEx Express

We zien veel bedrijven die rechtstreeks naar de klant willen verzenden om zo de kosten van een tussenpersoon te vermijden. Dit zou dus iets kunnen zijn voor kleine en middelgrote bedrijven in Europa die nog niet zijn overgestapt op e-commerce.

Op de luchtvaartmarkt zien we op dit moment hogere Europese exportvolumes van grondstoffen naar de VS, maar ook van producten zoals chemicaliën en andere

goederen waar een speciale behandeling voor nodig is.

Niet alleen de prijs is van belang, ook vertrouwen en betrouwbaarheid zijn belangrijke eisen bij het bedienen van klanten op de markt, dus de grootste kansen voor Europese kleine en middelgrote bedrijven zullen waarschijnlijk liggen bij degenen die in deze behoeften kunnen voorzien.

Hoe FedEx klanten helpt om naar bestemmingen buiten de EU te verzenden

Algemene uitdagingen



Betrouwbare levertijden



In- en uitklaring



Verzendkosten



Onzekerheid over Brexit

FedEx-oplossingen

Een volledig aanbod van verzendopties om specifieke tijden en dagen te kiezen, inclusief aflevering op de volgende dag.

Een AEO-status (Authorised Economic Operator) voor snelle zendingen en een team van duizenden deskundigen die de naleving van de douanevereisten helpen garanderen.

Economy-verzendopties voor de meest voordelige oplossingen.

Een kennishub die regelmatig wordt bijgewerkt met handleidingen, uitleg en de meest actuele informatie over wijzigingen op het gebied van verzendprocessen.

Vooruitzicht 2021: een gedetailleerd overzicht

De gezondheidszorg is de meest zekere sector:

Hoewel uit het onderzoek van dit jaar blijkt dat de sector waarin een bedrijf actief is, over het algemeen weinig te doen heeft met het vertrouwen van het jaar daarna, is de gezondheidszorg wel degelijk de sector waarin de meeste kleine en middelgrote bedrijven optimistisch zijn over de groei of stabiliteit van hun bedrijf. De mode- en kledingsector toont daarentegen het minste vertrouwen.

Exporteurs verwachten een groei in e-commerce:

Iets meer dan de helft van de exporteurs (51%) wil gebruikmaken van e-commerce of doet dat al en 61% van hen verwacht dat hun omzet qua e-commerce in de komende twaalf maanden zal groeien.

Optimisme hangt niet van de bedrijfsomvang af:

Grotere bedrijven tonen niet meer of minder vertrouwen dan kleinere bedrijven.



Wat denken kleine en middelgrote bedrijven die actief zijn op de vier grootste markten?



Het percentage aan bedrijven dat...

VERENIGD
KONINKRIJK

DUITSLAND

FRANKRIJK

SPANJE

Zij zijn optimistisch over de toekomst van hun bedrijven.

87%

91%

84%

71%

Zij verwachten dat hun bedrijven groeien of stabiel blijven in de komende twaalf maanden.

80%

74%

73%

63%

Zij willen gebruikmaken van e-commerce of doen dat al.

38%

60%

47%

57%

Zij zien kansen om producten te verkopen aan nieuwe klanten in bestaande en/of nieuwe markten.

50%

79%

80%

71%

De volgende stappen voor uw bedrijf

Uit de bevindingen in ons hele rapport blijkt dat Europese bedrijven ondanks een onzeker handelsklimaat een indrukwekkend optimisme en een aanzienlijke veerkracht vertonen.

Dat vertrouwen kan leiden tot succes en het feit dat veel bedrijven kansen zien om nieuwe klanten te werven en hun e-commerce-activiteiten te ontwikkelen, laat duidelijk zien dat er nog steeds een enorm potentieel aanwezig is op zowel de binnenlandse als de buitenlandse markten.

Bij FedEx beschikken we over de kennis, ervaring en expertise om u te helpen uw ambities te verwezenlijken en om u optimaal gebruik te laten maken van de mogelijkheden die onze verzendcapaciteiten te bieden hebben. Kijk voor meer informatie op [fedex.com](https://www.fedex.com).