



2020

Sondaj FedEx privind opiniile clienților

OPTIMISM ȘI OPORTUNITĂȚI VIITOARE

Studiul nostru recent arată că oamenii de afaceri din Europa sunt extrem de optimiști în ceea ce privește următoarele 12 luni, mulți dintre aceștia având o abordare și o perspectivă internațională asupra dezvoltării, în ciuda unui mediu de afaceri incert.

Patru rezultate esențiale

84%

dintre reprezentanții IMM-urilor
sunt optimiști în ceea ce privește
viitorul afacerilor acestora;

68%

dintre reprezentanții IMM-urilor
întrevăd oportunități de vânzare
către clienți noi de pe piețele
existente și/sau de pe piețe noi;



**Este mai probabil ca afacerile
care se dezvoltă rapid să dețină
sau să planifice implementarea
unor funcționalități de comerț
electronic**

(66% față de 52%, raportat la
întregul eșantion);

77%

dintre clienți exportă către piețe
din afara țării lor.

Despre sondaj

În august 2020, au participat la
sondaj 2.242 de clienți din 31
de țări și teritorii, din 7 domenii
de activitate, cu o proporție
aproximativ egală de expeditori
de documente, colete (43%) și
paleți (57%). Dintre cei care au
răspuns la întrebarea referitoare
la dimensiunea afacerii lor, 92% au
mai puțin de 250 de angajați (70%
au mai puțin de 50 de angajați).

Rezumat

Bine ați venit la sondajul FedEx, privind opiniile clienților
pentru anul 2020.

A fost un an dificil pentru toți, perturbările și nesiguranța fiind
factorii dominanți la nivel global. Totuși, dacă există un aspect
care s-a evidențiat în cadrul sondajului nostru din 2020, acesta
este optimismul.

Este normal să vi se pară surprinzător acest rezultat. La urma
urmei, sondajul nostru s-a desfășurat în timpul pandemiei de
COVID-19 și în perioada în care negocierile post-Brexit dintre
Marea Britanie și UE au încă multe necunoscute.

Cu toate acestea, 80% dintre dumneavoastră au afirmat că
sunt optimiști în ceea ce privește viitorul propriei afaceri. Mai
mult de atât, peste o treime sunt încrezători că se vor dezvolta
în următoarele 12 luni și aproape 4 din 10 se așteaptă la o
stabilitate a afacerii.

Probabil acest lucru se datorează oportunităților pe care mulți
dintre dumneavoastră le au în vedere, indiferent dacă este
vorba de atragerea de noi clienți, extinderea pe alte piețe sau
lansarea unor produse noi. De asemenea, este clar că pentru
mulți dintre dumneavoastră, comerțul electronic reprezintă
factorul care determină dezvoltarea afacerii. Vânzările online
aveau deja o creștere fulminantă în rândul companiilor mici și
mijlocii (IMM), dar pandemia de COVID-19 a accelerat și mai
mult dezvoltarea acestui tip de comerț.

Este încurajator să observăm că mulți dintre dumneavoastră
au în continuare o viziune globală, în ciuda provocărilor pe care
le-a adus anul 2020. Trei sferturi dintre dumneavoastră sunt
reprezentanți ai unor companii exportatoare, cu numeroase
expedieri către una sau mai multe regiuni.

Acest raport vă oferă posibilitatea de a afla opiniile IMM-urilor
și de a înțelege perspectiva acestora asupra oportunităților
viitoare. De asemenea, ne oferă informații mai precise privind
modul în care vă vom putea ajuta în continuare.

Dorim să le mulțumim tuturor celor care au participat la
sondaj, pentru că ne-au ajutat să înțelegem modul în care
privesc anul 2021 și perioada ulterioară acestuia.

Modul în care afacerile s-au adaptat în contextul pandemiei

Cea mai mare parte a clienților a luat măsuri pentru a-și proteja afacerea, chiar de la debutul pandemiei de COVID-19, când 89% dintre ei au afirmat că urmăresc să protejeze siguranța personalului și a clienților.

Dar companiile au găsit și alte modalități de a se adapta. Doar în cazul a mai puțin de o treime dintre IMM-uri (31%) a avut loc o creștere a nivelului de digitalizare a proceselor interne, în timp ce un procent mai mic a căutat modalități de minimizare a riscurilor. 17% dintre IMM-uri caută furnizori noi, în timp ce 12% achiziționează acum bunuri de pe noi piețe.

Iar 15% dintre reprezentanții IMM-urilor afirmă că și-au reorientat afacerea, fapt care demonstrează capacitatea acestora de a reacționa rapid la schimbări.

Reprezentanții IMM-urilor sunt optimiști în ceea ce privește viitorul

Companiile se dezvoltă bazându-se pe încredere și suntem bucuroși să aflăm că multe dintre acestea se numără printre clienții noștri. Iar când acest lucru se întâmplă în contextul incertitudinilor actuale, demonstrează forța remarcabilă, existentă în rândul IMM-urilor.

Sondajul nostru a arătat că 84% dintre clienții noștri (IMM-uri) sunt optimiști în ceea ce privește viitorul afacerii lor.

Mai exact, 35% dintre clienții noștri se așteaptă la o dezvoltare în următoarele 12 luni. Îmbucurător este, de asemenea, faptul că 38% dintre clienți se așteaptă ca afacerea lor să rămână stabilă în aceeași perioadă. În condițiile actuale, acest lucru este o mare realizare.

„Raportul nostru privind opiniile clienților evidențiază rezistența manifestată de IMM-uri în fața dificultăților”, afirmă Brenda McWilliams, Vice-President, Communication, Brand and Marketing Operations, FedEx Express. „Faptul că reprezentanții atât de multor companii privesc cu optimism către anul 2021 este un semnal pozitiv și această încredere le va aduce cel mai probabil beneficii în următoarele 12 luni, fiind receptivi la noile oportunități care vor apărea pe piață.”



84%

dintre clienții noștri (IMM-uri) sunt optimiști în ceea ce privește viitorul afacerii lor.





58%

dintre clienți întrevăd oportunități de extindere pe piețele existente, prin vânzarea către clienți noi.

“

Reprezentanții IMM-urilor întrevăd oportunități de dezvoltare

Pe lângă un sentiment general de optimism, mulți dintre clienții noștri (IMM-uri) își susțin afirmațiile identificând oportunități relevante pentru afacerea lor.

Peste două treimi (68%) întrevăd oportunități de vânzare către clienți noi. Studiind mai atent cifrele, observăm că 58% dintre clienți întrevăd oportunități de extindere pe piețele existente și aproximativ o treime dintre aceștia (30%) au identificat posibilități de extindere pe piețe noi.

În plus, reprezentanții IMM-urilor nu vizează doar clienții noi. Aproximativ două treimi (61%) întrevăd oportunități de vânzare a mai multor produse către clienții existenți.

În același timp, unii clienți încearcă să inoveze și să-și diversifice ofertele, pentru a se dezvolta în următoarele 12 luni. 27% dintre clienți încearcă să lanseze sau să vândă un produs nou, în timp ce 23% dintre aceștia își propun să vândă mai mult pe canalele online.

„Companiile ambițioase trebuie să fie receptive la oportunitățile care vor apărea și să se poziționeze corect – prin produsele, canalele de vânzări sau prin capacitățile lor internaționale – pentru a acționa rapid, când este momentul potrivit”, a afirmat Brenda McWilliams.

„Livrările rapide, creșterea ofertei privind opțiunile mai puțin costisitoare, simplificarea proceselor de returnare și livrările la ore prestabilite constituie modalități excelente de a vă departaja față de concurență.”



Mai puțin de 1 din 10 clienți chestionați se așteaptă să se dezvolte cu peste 20% în următoarele 12 luni. În plus, există anumite caracteristici comune care îi deosebesc de restul:

Clienții care au afaceri ce se dezvoltă rapid este mai probabil:

- să dețină sau să planifice crearea unor funcționalități de comerț electronic (66% față de 52%, raportat la întregul eșantion);
- să fie din companii exportatoare (82% față de 77%);
- să fi identificat oportunități de extindere pe piețele existente și de vânzare către clienții noi de pe acestea (66% față de 58%);
- să găsească posibilități de vânzare către clienții noi pe piețele noi (50% față de 30%).

Clienții (IMM-urile) consideră comerțul electronic ca fiind un factor ce determină dezvoltarea

Pandemia de COVID-19 a accelerat semnificativ dezvoltarea comerțului electronic. Jumătate dintre companiile incluse în sondaj și care dețineau funcționalități de comerț electronic au avut o creștere a vânzărilor online în ultimele șase luni.

Sondajul nostru arată, de asemenea, că reprezentanții companiilor care au funcționalități de comerț electronic sunt mai optimiști în ceea ce privește dezvoltarea viitoare, 43% dintre aceștia așteptându-se ca afacerea lor să crească în următoarele 12 luni. Comparativ cu doar 31% dintre reprezentanții companiilor care nu au capacități de comerț electronic.

Aceste cifre arată motivele pentru care vânzările online sunt esențiale pentru numeroase companii și de ce mai mult de 1 din 10 reprezentanți ai IMM-urilor (12%) au afirmat că intenționează să-și lanseze primele oferte de comerț electronic în următoarele șase luni.

„COVID-19 a schimbat peisajul la nivel global”, afirmă Chris Hodge, E-commerce Marketing Manager, FedEx Express. „A accelerat foarte mult dezvoltarea comerțului electronic în rândul IMM-urilor și nu doar datorită schimbărilor apărute în comportamentul clienților. Acest lucru s-a întâmplat și datorită gradului din ce în ce mai mare de înțelegere a fragilității sistemelor existente în momentul apariției unei crize și a importanței consolidării și dezvoltării conexiunilor dintre companii și clienți.”

„Am asistat la expansiunea comerțului electronic și ne-am adaptat, adăugându-l la instrumentele și serviciile noastre, pentru a ajuta companiile să aibă cât mai multe avantaje. Pentru noi, este esențial să îmbinăm în mod corect cele mai importante două aspecte – simplitatea și flexibilitatea – și suntem foarte încântați să vedem cât de multe realizări pot avea clienții noștri.”



IMM-urile au o abordare la nivel global

Sondajul nostru arată că majoritatea clienților fac afaceri prin intermediul conexiunilor internaționale. Consultați acest grafic informativ pentru a înțelege cât de important este comerțul internațional pentru succesul actual al IMM-urilor și în ce mod poate diversificarea piețelor să constituie o parte integrantă a generării de venituri, gestionării riscurilor și rezistenței afacerilor.



77%

dintre clienți exportă către piețe din afara țării lor.

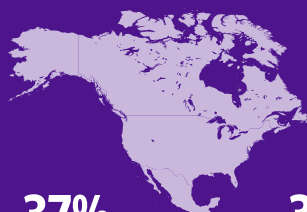
— Dintre aceștia:

95%

expediază către alte piețe din Europa (din UE și din afara UE);

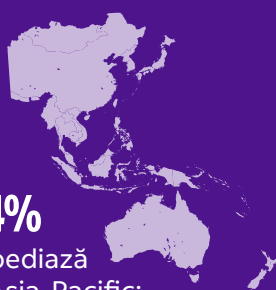
58%

expediază către piețe din afara Europei;



37%

expediază în America de Nord;



34%

expediază în Asia-Pacific;



27%

expediază în Orientul Mijlociu;



24%

expediază în America Latină și Caraibe;



20%

expediază în Africa.

— Și multe dintre acestea nu expediază doar într-o singură regiune

35%

dintre acestea exportă către piețele din Europa și din S.U.A.;

22%

expediază către piețele din Europa, Asia-Pacific și America de Nord.

Descoperiți noi oportunități

Oportunități la nivel global – America Latină și Caraibe



Javier Orci, Marketing Manager, FedEx Express

Regiunea America Latină și Caraibe a fost grav afectată de pandemia de COVID-19, dar multe piețe își revin și unele, precum Brazilia, chiar au depășit așteptările.

Așadar, sunt vești bune pentru companiile din regiune și pentru IMM-urile din Europa, care doresc să facă afaceri cu acestea. Comerțul electronic și vânzările B2C au înregistrat recent cea mai mare creștere, deci în procesul de extindere a IMM-urilor din Europa, aceste sectoare constituie o zonă cu potențial ridicat.

În plus, printre țările din regiune, Mexicul în special ar putea oferi IMM-urilor din Europa numeroase oportunități. Țara se axează pe producția de piese auto și pe industria aerospațială și, deși aceste domenii au fost afectate recent, industria auto mai ales începe să-și revină.

Oportunități la nivel global – Asia-Pacific

Masahiro Kiyosawa, Managing Director Marketing, NPAC, FedEx Express

Asia poate reprezenta o piață importantă pentru IMM-urile din Europa. În prezent, există oportunități excelente de vânzare pe piețe precum China, Japonia, RAS Hong Kong, China și Coreea de Sud, iar produsele din Europa sunt în continuare extrem de populare în Asia.

Produsele foarte căutate includ bunuri de lux, mobilier, iluminat, produse din domeniul modei, genți și încălțăminte. Dar nu este vorba numai despre mărci cunoscute – în special în domeniul modei, cumpărătorii sunt interesați, de asemenea, și de mici producători și designeri.

Cu adevărat interesant este că multe țări din regiune se dezvoltă ca piețe de import. Acest lucru oferă numeroase oportunități, dar, desigur, exporturile rămân pe primul loc în regiune. Conform acestui principiu, țările din Asia pot rămâne în continuare partenerii importanți ai IMM-urilor din Europa, în ceea ce privește importurile, fie pentru materii prime, fie pentru bunurile fabricate cu costuri mai mici, care vor fi utilizate drept componente în propriile produse.





Oportunități la nivel global – S.U.A.

Amar Sakaan, Marketing Director, FedEx Express

Vedem multe companii care doresc să le expedieze direct clienților, pentru a evita costurile pe care le implică un intermediar, deci acest lucru ar merita luat în considerare de IMM-urile din Europa, care încă nu au dezvoltat componenta de comerț electronic.

În acest moment, domeniul aeronautic înregistrează volume mai mari de exporturi de materii prime din Europa către S.U.A., precum

și de produse chimice și de alte bunuri care necesită o manipulare specială.

Oferirea de servicii clienților presupune ca cerințe esențiale, în afară de costuri, încrederea și siguranța, prin urmare cele mai mari oportunități pentru IMM-urile din Europa le vor reveni probabil aceluia care pot răspunde aceste cerințe.

Modul în care FedEx își poate ajuta clienții să expedieze în afara UE

Problemele obișnuite, cu care se confruntă IMM-urile



Timpi de livrare siguri



Efectuarea formalităților vamale



Costurile de expediere



Incertitudinea creată de Brexit

Soluțiile FedEx

O gamă completă de opțiuni de expediere, cu livrări la ore și în zile prestabilite, inclusiv livrare în ziua următoare

Statutul de Operator economic autorizat (AEO) pentru urmărirea rapidă a expedierilor și o echipă formată din mii de specialiști, pentru asigurarea conformității formalităților vamale

Opțiunile Economy vă oferă soluțiile cele mai eficiente din punctul de vedere al costurilor.

Un hub actualizat frecvent, cu ghiduri, explicații și cele mai recente informații privind schimbările din cadrul proceselor de expediere.

Prezentare generală 2021: rezultatele în detaliu

Clienții din domeniul sănătății sunt cei mai încrezători

În timp ce sondajul din acest an arată că, în linii mari, zona în care își desfășoară activitatea o companie are o relevanță redusă privind încrederea angajaților săi în anul următor, domeniul sănătății este în fruntea clasamentului, fiind sectorul în care cei mai mulți reprezentanți ai IMM-urilor sunt optimiști, crezând că afacerea lor va crește sau va rămâne stabilă. La polul opus, clienții din domeniul modei/ industriei textile manifestă cea mai mică încredere.

Clienții din domeniul transporturilor de mărfuri se așteaptă la dezvoltarea comerțului electronic

Puțin peste jumătate dintre clienții din domeniul transporturilor de mărfuri (51%) dețin sau intenționează să dezvolte funcționalități necesare comerțului electronic și 61% dintre aceștia se așteaptă ca veniturile lor din comerțul electronic să crească în următoarele 12 luni.

Optimismul nu depinde de dimensiunea companiei

În companiile mari nu se manifestă un grad mai mare (sau mai mic) de încredere decât în cele mici.



Care sunt opiniile clienților din IMM-urile de pe 4 piețe importante?



Procentul

clienților care...

MAREA BRITANIE

GERMANIA

FRANȚA

SPANIA

Sunt optimiști în ceea ce privește viitorul afacerilor acestora

87%

91%

84%

71%

Se așteaptă ca afacerile lor să se dezvolte sau să rămână la același nivel în următoarele 12 luni

80%

74%

73%

63%

Dețin sau planifică să-și dezvolte funcționalități necesare comerțului electronic

38%

60%

47%

57%

Întrevăd oportunități de vânzare a produselor către clienți noi, de pe piețele existente și/sau noi

50%

79%

80%

71%

Etapele următoare pentru afacerea dumneavoastră

Rezultatele raportului nostru arată că reprezentanții afacerilor din Europa manifestă niveluri impresionante de optimism și rezistență considerabilă, în ciuda mediului comercial nesigur, din lumea întreagă.

Această încredere poate asigura succesul, iar faptul că în multe companii se întrevăd oportunități de vânzare către clienți noi, precum și de dezvoltare a funcționalităților de comerț electronic, este o dovadă puternică a potențialului existent, atât pe piețele interne, cât și pe cele internaționale.

La FedEx, avem cunoștințele și experiența necesare pentru a vă ajuta să vă atingeți obiectivele și să beneficiați la maximum de oportunitățile pe care vi le pot oferi capacitățile noastre operaționale. Pentru informații suplimentare, accesați [fedex.com](https://www.fedex.com).