



2020

Отчет об исследовании настроений клиентов FedEx

ОПТИМИЗМ И БУДУЩИЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Наше недавнее исследование показывает, что европейские предприятия в подавляющем большинстве демонстрируют позитивный настрой на ближайшие 12 месяцев, при этом многие из них настроены на рост и видят перспективы за рубежом, несмотря на неопределенность бизнес-среды.

Наши четыре основных вывода

84%

МСП оптимистично смотрят в будущее своего бизнеса;

68%

МСП видят возможность продавать продукцию новым клиентам на существующих и/или на новых рынках;



быстрорастущие компании с большей вероятностью будут или планируют иметь возможность электронной коммерции

(66% против 52% во всей выборке);

77%

клиентов экспортируют на рынки за пределами своей страны

Об этом исследовании

В августе 2020 года мы опросили в общей сложности 2242 клиента из 31 страны и территории, разбитых по 7 отраслям промышленности, с почти равномерным соотношением отправителей посылок (43%) и грузов (57%). Из тех, кто ответил на вопрос о размере своего бизнеса, 92% имеют менее 250 сотрудников (70% имеют менее 50 сотрудников).

Краткое резюме

Приглашаем ознакомиться с отчетом об исследовании настроений клиентов за 2020 год.

Для многих этот год был непростым, обстановка была нестабильной и неопределенной. Тем не менее, среди положительных моментов, которые удалось обнаружить в ходе нашего исследования в этом году, оказался оптимизм.

Удивлены? Вас можно понять. В конце концов, наши опросы проводились в разгар пандемии COVID-19, да и торговые отношения между Великобританией и ЕС после Brexit все еще недостаточно определены.

Однако более 80% из вас заявили, что с оптимизмом смотрят в будущее своего бизнеса. Более того, более трети из вас уверены в росте в последующие 12 месяцев, а примерно 4 из 10 ожидают стабилизации бизнеса.

Вероятно, во многом это можно объяснить возможностями, которые видят многие из вас, будь то привлечение новых клиентов, выход на новые рынки или запуск новых продуктов. Также очевидно, что электронная коммерция для многих является драйвером роста. Этот канал уже демонстрировал быстрое развитие малых и средних предприятий (МСП), но COVID-19 еще больше ускорил его развитие.

И приятно видеть, что многие из вас по-прежнему мыслят глобально, несмотря на проблемы, которые принес нам 2020 год. Три четверти из вас — экспортеры, многие из которых поставляют продукцию в два и более региона.

Этот отчет даст вам шанс понять, что ощущают ваши коллеги в более широком секторе МСП, и увидеть потенциальные будущие возможности их глазами. Он также даст нам лучшее представление о том, как мы можем предоставить вам дополнительную поддержку в будущем.

Мы хотели бы поблагодарить всех, кто принял участие, за то, что помогли нам увидеть (и продемонстрировать), какими вы видите перспективы в 2021 году и в последующие годы.

Как предприятия адаптировались в условиях пандемии

Подавляющее большинство клиентов предприняли шаги для защиты своего бизнеса от COVID-19, причем 89% заявили, что обеспечивают безопасность персонала и клиентов.

Но бизнес приспосабливается и в другом направлении. Чуть менее трети МСП (31%) повысили уровень оцифровки своих внутренних процессов, в то время как значительное меньшинство изучает способы распределения своих рисков. Новых поставщиков ищут 17% МСП, а 12% сейчас закупают товары на новых рынках.

А в 15% малых и средних предприятий говорят, что они изменили свой бизнес, и это показывает, как быстро они смогли отреагировать на меняющиеся обстоятельства.

МСП оптимистично смотрят в будущее своего бизнеса

Компании процветают благодаря уверенности, и приятно осознавать, что среди наших клиентов ее много. А если рассматривать это в контексте нынешней неопределенности, то становится понятно, почему малые и средние предприятия не утратили силу духа.

Наше исследование показало, что 84% наших клиентов из числа МСП с оптимизмом смотрят в будущее своего бизнеса.

Если копнуть глубже, то 35% наших клиентов ожидают роста в ближайшие 12 месяцев. Но не менее приятно и то, что 38% клиентов предполагают, что их бизнес останется стабильным в течение того же периода. В сегодняшних условиях это непросто.

«В нашем отчете о настроениях клиентов подчеркивается стойкость, которую МСП демонстрируют перед лицом невзгод», — говорит Бренда Мак-Вильямс, вице-президент по коммуникациям, бренду и маркетинговым операциям FedEx Express. «Тот факт, что многие с оптимизмом смотрят в 2021 год, является чрезвычайно позитивным знаком, и эта уверенность, вероятно, сослужит им хорошую службу в течение следующих 12 месяцев, поскольку они стремятся воспользоваться любыми новыми возможностями, которые появляются на рынке».

“

84%

наших клиентов из МСП оптимистично смотрят в будущее своего бизнеса.





58%

клиентов видят
возможность
расширения
на имеющихся рынках
за счет продаж новым
клиентам.

“

МСП видят возможности для роста

Наряду с общим чувством оптимизма, многие из наших клиентов из малого и среднего бизнеса усиливают его, выявляя конкретные возможности для своего бизнеса.

Более двух третей (68%) видят возможность продавать продукцию новым клиентам. При более внимательном взгляде на цифры можно заметить, что 58% клиентов видят возможность расширения на существующих рынках и почти треть (30%) нашли возможности выхода на новые рынки.

И МСП нацелены не только на новых клиентов. Почти две трети (61%) видят возможность продавать больше своей продукции существующим клиентам.

Между тем некоторые МСП стремятся к инновациям и ускорению развития своего предложения рынку в течение следующих 12 месяцев. Двадцать семь процентов клиентов хотят запустить или продавать новый продукт, а 23% стремятся продавать больше через онлайн-каналы.

«Амбициозные компании должны непредвзято относиться к тому, где открываются возможности, и позиционировать себя (будь то через свои продукты, каналы продаж или свои международные возможности), чтобы действовать быстро, как только наступит подходящий момент», — сказала Бренда Мак-Вильямс.

«Более быстрая доставка, расширенные возможности экономии, более простой возврат и доставка в заданные сроки — все это отличные способы помочь вам выделиться среди конкурентов».



Характеристики быстрорастущего бизнеса

Чуть менее 1 из 10 опрошенных нами клиентов ожидают роста на 20% и выше в течение следующих 12 месяцев. И среди них есть некоторые общие характеристики, которые выделяют их из остальных:

Быстрорастущие предприятия — это:

- компании, которые с большей вероятностью будут или планируют иметь возможность электронной коммерции (66% против 52% во всей выборке);
- с большей вероятностью будут экспортерами (82% против 77%);
- с большей вероятностью видят возможности для расширения на существующих рынках и для продаж новым клиентам (66% против 58%);
- с большей вероятностью видят возможности для продаж новым клиентам на новых рынках (50% против 30%)

МСП рассматривают электронную коммерцию как драйвер роста

Пандемия COVID-19 дала большой толчок электронной коммерции. Половина опрошенных нами предприятий, имеющих возможности электронной коммерции, за последние шесть месяцев продемонстрировали рост продаж через этот канал.

Наше исследование также показывает, что компании с возможностями электронной коммерции более оптимистичны в отношении будущего роста, при этом 43% ожидают, что их бизнес вырастет в течение следующих 12 месяцев. Для сравнения, 31% предприятий не имеют возможности электронной коммерции.

Эти цифры помогают продемонстрировать, почему электронная коммерция является важным каналом для многих предприятий, и являются показателем того, почему более 1 из 10 МСП (12%) заявили, что планируют запустить свое первое предложение электронной коммерции в течение следующих шести месяцев.

«COVID-19 изменил ситуацию, — говорит Крис Ходж, менеджер по маркетингу в электронной коммерции FedEx Express. — Он быстро ускорил развитие электронной коммерции в секторе МСП, и не только из-за изменений в поведении потребителей. Причиной является также растущее понимание того, насколько хрупкими могут быть существующие системы в условиях кризиса, и насколько важно укреплять и расширять связи между предприятиями и клиентами.

«Мы на собственном опыте увидели рост электронной коммерции, а также адаптировали и добавили свои инструменты и услуги, чтобы помочь компаниям в полной мере использовать их преимущества. Для нас важны два наиболее значимых аспекта — простота и гибкость — и нам действительно интересно увидеть, как может вырасти бизнес наших клиентов».



МСП думают глобально

Наше исследование показывает, что большинство клиентов имеют международные связи. Взгляните на эту инфографику, и вы поймете, насколько важна трансграничная торговля для успеха сегодняшних МСП и как диверсификация рынка может стать неотъемлемой частью получения доходов, управления рисками и устойчивости бизнеса.



77%

клиентов экспортируют на рынки за пределами своей страны

— Из них:

95%

отгружают товары на другие европейские рынки (ЕС и страны за пределами ЕС);

58%

отгружают товары на неевропейские рынки;



37%

отгружают товары в Северную Америку;



34%

отгружают товары в Азиатско-Тихоокеанский регион;



27%

отгружают товары на Ближний Восток;



24%

отгружают товары в Латинскую Америку и страны Карибского бассейна;



20%

отгружают товары в Африку

— А многие экспортируют в два и более региона

35%

отгружают товары и на европейские рынки, и на рынки США;

22%

отгружают товары на европейские рынки, рынки Азиатско-Тихоокеанского и Северо-Американского региона

Глобальные возможности

Глобальные возможности — Латинская Америка и страны Карибского бассейна



Хавьер Орчи, менеджер по маркетингу, FedEx Express

Латинская Америка и страны Карибского бассейна сильно пострадали от COVID-19, но многие рынки успешно восстанавливаются, а некоторые, например Бразилия, превзошли все ожидания.

Это хорошая новость для предприятий в регионе и для европейских МСП, желающих торговать с ними. В последнее время наблюдается наибольший рост в электронной коммерции и B2C, поэтому эти секторы имеют хороший потенциал для расширения европейских МСП.

Среди стран региона Мексика, в частности, может предложить множество возможностей европейским МСП. В стране уделяется большое внимание производству автозапчастей и авиакосмической отрасли, и, хотя в последнее время эти секторы пострадали, автомобильная промышленность, в частности, начинает восстанавливаться.

Глобальные возможности — Азиатско-Тихоокеанский регион

Масахиро Кийосава, управляющий директор по маркетингу, NPAC, FedEx Express

Азия может стать крупным рынком для европейских МСП, на котором можно сосредоточиться. В настоящее время открываются большие возможности для продаж в таких странах, как Китай, Япония, Гонконг и Южная Корея, а европейские товары остаются популярными в Азии.

Среди востребованных товаров — предметы роскоши, мебель, светильники, модная одежда, сумки и обувь. Но это касается не только крупных брендов (особенно в моде), покупатели также заинтересованы в более мелких производителях и дизайнерах.

Действительно интересно то, что многие страны региона растут как рынки импорта. Это открывает множество возможностей, но, конечно, экспорт по-прежнему является ключевым в регионе. Исходя из вышеизложенного, азиатские страны по-прежнему могут быть ключевыми партнерами по импорту для европейских МСП, будь то сырье или более дешевые промышленные товары для использования в качестве компонентов в их собственных продуктах.





Глобальные возможности — США

Амар Сакаан, директор по маркетингу, FedEx Express

Мы видим, что многие компании хотят отправлять товары напрямую покупателям, чтобы избежать затрат на посредничество, так что европейским МСП, которые еще не перешли на электронную коммерцию, следует подумать об этом.

В настоящий момент на авиационном рынке наблюдается рост объемов европейского экспорта сырья в США, а также таких

продуктов, как химикаты и другие товары, требующие особого обращения.

Уверенность и надежность являются ключевыми требованиями (помимо цены) при обслуживании клиентов на рынке, поэтому самые большие возможности для европейских МСП, вероятно, появятся у тех, кто сможет удовлетворить этим потребностям.

Как FedEx может помочь клиентам отправлять товары за пределы ЕС

Общие вызовы, с которыми сталкиваются МСП



Надежные сроки доставки



Таможенное оформление



Стоимость доставки



Неопределенность Brexit

Решения FedEx

Полный набор вариантов доставки с указанием времени и дня, включая доставку на следующий день.

Статус уполномоченного экономического оператора (AEO) для ускоренного прохождения поставок и команда из тысяч экспертов, которые помогают обеспечить соблюдение таможенных правил.

Экономичные варианты доставки для предложения наиболее выгодных решений.

Часто обновляемый центр знаний с руководствами, пояснениями и последней информацией об изменениях в процессах доставки.

Прогноз на 2021 год: подробные выводы

Здравоохранение — самый надежный сектор.

Хотя исследование этого года показывает, что в целом сектор, в котором работает бизнес, не имеет большого отношения к его уверенности в предстоящем году, здравоохранение действительно лидирует как сектор, в котором большинство МСП оптимистично настроены в отношении того, что их бизнес будет расти или оставаться стабильным. В противоположность ему наименьшую уверенность демонстрирует сектор моды/одежды.

Клиенты в области грузовых перевозок ожидают роста электронной торговли.

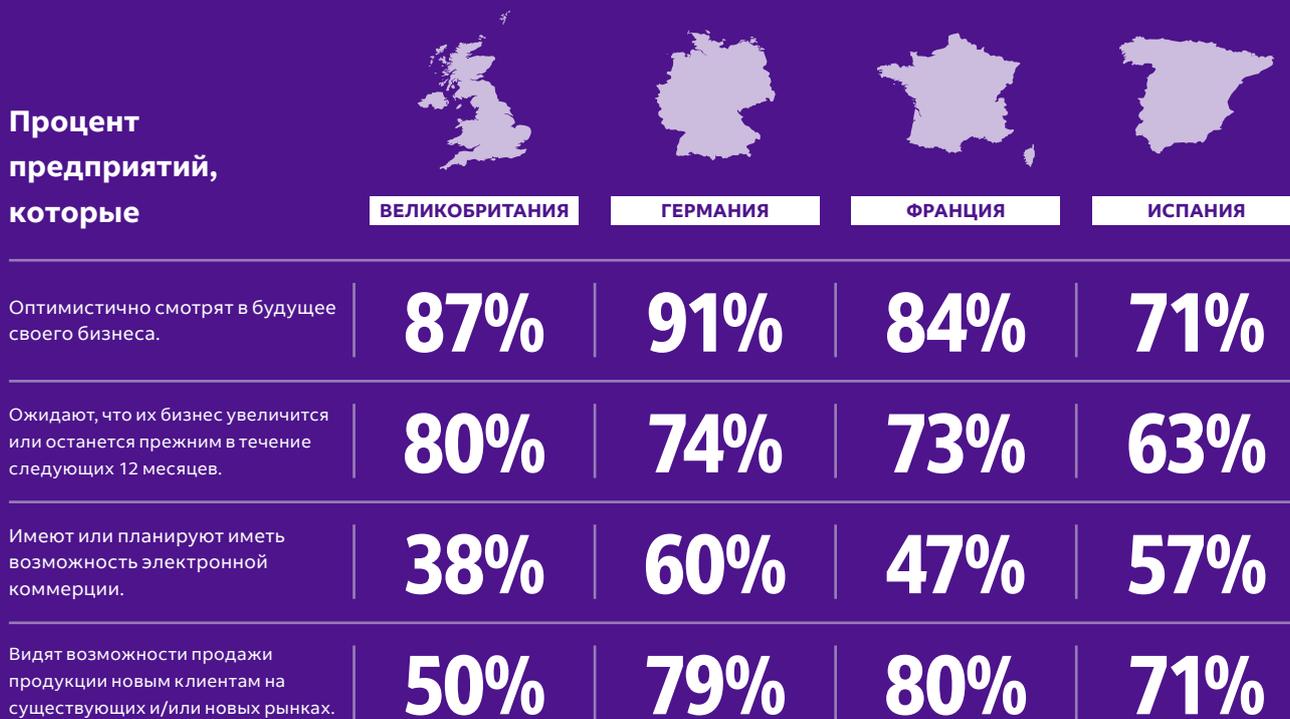
Чуть более половины клиентов из сегмента грузовых перевозок (51%) имеют или планируют иметь объект электронной торговли, а 61% из них ожидают, что их доход от электронной торговли вырастет в течение следующих 12 месяцев.

Оптимизм не зависит от размера.

Более крупные компании не более (и не менее) уверены в себе, чем более мелкие.



Что думают малые и средние предприятия на 4 основных рынках?



Следующие шаги для вашего бизнеса

Результаты нашего отчета показывают, что европейские компании демонстрируют впечатляющий уровень оптимизма и существенную устойчивость, несмотря на неопределенность торговой среды во всем мире.

Эта уверенность может привести к успеху, а тот факт, что многие компании видят возможности продавать товары новым клиентам и развивать свои операции электронной коммерции, является отражением потенциала, который остается как на внутреннем, так и на международном рынках.

В FedEx мы обладаем знаниями и опытом, которые помогут вам в достижении ваших целей и максимальном использовании всех предлагаемых нами возможностей доставки. Чтобы узнать подробнее, посетите сайт [fedex.com](https://www.fedex.com).