



2020

FedEx undersökning om kundernas uppfattning

OPTIMISM OCH KOMMANDE MÖJLIGHETER

Vår senaste undersökning visar att europeiska företag är övervägande positiva inför de kommande 12 månaderna. Många uppvisar en tillväxtmentalitet och ett internationellt tänkande, trots den osäkra företagsmiljön.

De fyra viktigaste fynden

84 %

av små och medelstora företag ser optimistiskt på framtiden för sina företag

68 %

av små och medelstora företag ser en möjlighet att sälja till nya kunder på befintliga marknader och/eller på en ny marknad



Företag med snabb tillväxt är mer sannolika att ha eller planera en e-handelslösning

(66 % vs. 52 % för hela urvalet)

77 %

av kunderna exporterar till marknader utanför landet

Om undersökningen

Vi frågade totalt 2 242 kunder i 31 länder i augusti 2020 som var uppdelade i 7 branscher och hade en nästintill jämn fördelning av paketavsändare (43 %) och fraktgodssavsändare (57 %). Av de som svarade på frågan om storleken på deras företag hade 97 % färre än 250 anställda (70 % hade färre än 50 anställda).

Sammanfattning

Välkommen till vår undersökning om kundernas uppfattning om 2020.

Det har varit ett tufft år för många, där avbrott och osäkerhet har dominerat över hela världen. Men om det är en sak som fortfarande går att se så är det optimism.

Det är helt okej att bli förvånad. Vår undersökning genomfördes trots allt mitt i rådande covid-19-pandemi och handelsrelationen mellan Storbritannien och EU efter Brexit var fortfarande mycket osäker.

Trots detta svarade mer än 80 % av kunderna att de ser optimistiskt på framtiden för sina företag. Dessutom är mer än en tredjedel positiva att de kommer att se tillväxt under de kommande 12 månaderna och nästan 4 av 10 förväntar sig verksamhetsstabilitet.

Mycket av detta beror på de möjligheter många av er riktar in er på, oavsett om det är att attrahera nya kunder, expandera till nya marknader eller lansera nya produkter. Det framgår också tydligt att e-handel för många är en drivkraft för tillväxt. Kanalen uppvisade redan snabb expansion för sektorn med små och medelstora företag, men covid-19 har drivit på den här utvecklingen ytterligare.

Det är uppmuntrande att se att så många av er har ett globalt tankesätt trots utmaningarna som 2020 har fört med sig. Tre fjärdedelar av er är exportörer och många levererar till mer än en region.

Den här rapporten ger en möjlighet att se hur andra i den bredare sektorn för små och medelstora företag har det, samt en förståelse för potentiella framtida möjligheter genom deras ögon. Den ger även en bättre insikt i hur vi kan ge dig ytterligare stöd i framtiden.

Vi vill tacka alla som deltog och hjälpte oss att se – och visa – ert fokus för 2021 och vidare.

Så här har företag anpassat sig till pandemin

Den stora majoriteten av kunderna har infört åtgärder för att säkra sina verksamheter i kölvattnet av covid-19 och 89 % säger att de garanterar säkerheten för personal och kunder.

Men företag har även anpassat sig på andra sätt. Lite mindre än en tredjedel av små och medelstora företag (31 %) har ökat digitaliseringen av sina interna processer och en signifikant majoritet letar efter sätt att sprida riskerna. 17 % av små och medelstora företag efterfrågar nya leverantörer medan 12 % nu anskaffar varor från nya marknader.

Och 15 % av små och medelstora företag säger att de har skiftat sin verksamhet, vilket visar att de har kunnat reagera snabbt på föränderliga omständigheter.

Små och medelstora företag ser ljus på framtiden

Företag drivs av tillförsikt och det är tillfredsställande att veta att våra kunder har det i mängder. När man sätter det i sammanhanget för de aktuella osäkerheterna visar det en anmärkningsvärd styrka hos små och medelstora företag.

Vår undersökning visade att 84 % av våra kunder från små och medelstora företag ser ljus på framtiden för sina företag.

Gräver vi djupare ser vi att 35 % av kunderna har en förväntad tillväxt de kommande 12 månaderna. Precis lika glädjande är det att se de 38 % av kunder som förväntar sig att deras företag kommer att förbli detsamma under samma period. I dagens klimat är det ingen dålig prestation.

”Vår undersökning om kundernas uppfattning lyfter fram återhämtningsförmågan som små och medelstora företag uppvisar när de står inför motgångar,” säger Brenda McWilliams, Vice-President, Communication, Brand and Marketing Operations, FedEx Express. ”Faktumet att så många blickar framåt mot 2021 med optimism är ett mycket positivt tecken och att tillförsikten kommer att vara deras följeslagare de kommande 12 månaderna när de tar sig an nya möjligheter som uppstår på marknaden”.

“ **84 %** av kunderna från små och medelstora företag är optimistiska om framtiden för deras företag.





58 %

av kunderna ser en
möjlighet att expandera
på befintliga marknader
genom att sälja till
nya kunder.

“

Små och medelstora företag ser tillväxtmöjligheter

Utöver en generell känsla av optimism styrker många av våra kunder från små och medelstora företag detta genom att identifiera specifika möjligheter för sina företag.

Mer än två tredjedelar (68 %) ser en möjlighet att sälja till nya kunder. Tittar vi närmare på siffrorna ser 58 % av kunderna en möjlighet att expandera på befintliga marknader och nästan en tredjedel (30 %) har identifierat möjligheter att expandera till nya marknader.

Och det är inte bara nya kunder som små och medelstora företag riktar in sig på. Nästan två tredjedelar (61 %) ser en möjlighet att sälja fler produkter till befintliga kunder.

Samtidigt tittar vissa små och medelstora företag på innovation och utvecklingen av sitt erbjudande för att expandera de kommande 12 månaderna. 27 % av kunderna tittar på att lansera eller sälja en ny produkt, medan 23 % siktar på att sälja mer genom onlinekanaler.

”Ambitiösa företag bör hålla ett öppet sinne för var deras möjligheter kan finnas och positionera sig för att snabbt kunna agera vid rätt tidpunkt, oavsett om det är genom produkterna, försäljningskanalerna eller den internationella kapaciteten,” säger Brenda McWilliams.

”Snabbare leveranser, fler ekonomialternativ, enklare returer och tidsbestämda leveranser är alla bra sätt att utmärka sig gentemot konkurrenterna”.



Nästan 1 av 10 kunder som vi frågade förväntar sig en tillväxt på +20 % de kommande 12 månaderna. Det finns några karaktärsdrag som sticker ut och skiljer dem från mängden:

Snabbt växande verksamheter är:

- mer sannolika att ha eller planera en e-handelslösning (66 % vs. 52 % för hela urvalet)
- mer sannolikt exportörer (82 % vs. 77 %)
- mer sannolika att ha identifierat möjligheter att expandera på befintliga marknader och sälja till nya kunder där (66 % vs. 58 %)
- mer sannolika att se möjligheter att sälja till nya kunder på nya marknader (50 % vs. 30 %)

Små och medelstora företag ser e-handel som en drivkraft för tillväxt

Covid-19-pandemin har gett e-handel en stor skjuts. Hälften av företagen med e-handelskapacitet som vi frågade har sett en ökad försäljning genom den här kanalen det senaste halvåret.

Undersökningen visar även att företagen med e-handelskapacitet ser mer optimistiskt på framtida tillväxt där 43 % förväntar sig att se sina företag växa de kommande 12 månaderna. Jämförelsevis är siffran endast 31 % för företagen som saknar e-handelskapacitet.

Dessa siffror demonstrerar varför e-handel är en så kritisk kanal för många företag och är en indikation på varför fler än 1 av 10 små och medelstora företag, 12 %, planerar att lansera sitt första e-handelserbjudande det kommande halvåret.

”Covid-19 har förändrat landskapet,” säger Chris Hodge, E-commerce Marketing Manager, FedEx Express. ”Det har snabbt accelererat utvecklingen av e-handel i sektorn för små och medelstora företag och inte bara på grund av ett förändrat konsumentbeteende. Det beror även på en växande förståelse av hur sköra befintliga system kan vara när en kris inträffar samt hur viktigt det är att stärka och öka förbindelserna mellan företag och kunder”.

”Vi har sett tillväxten av e-handeln på nära håll och har utvecklat och utökat våra verktyg och tjänster för att hjälpa företag att dra nytta av dem till fullo. För oss handlar det om att få till de två viktigaste aspekterna – enkelhet och flexibilitet – och vi ser fram emot att se hur långt kunderna kan gå”.



Små och medelstora företag tänker globalt



Vår undersökning visar att majoriteten av kunderna driver verksamheter med internationella förbindelser. Titta närmare på informationsgrafiken för att förstå hur viktig handel över gränserna är för små och medelstora företags framgång i dag samt hur marknadsdiversifiering kan vara en väsentlig del av intäktsgenerering, riskhantering och en motståndskraftig verksamhet.

77 %

av kunderna exporterar till marknader utanför landet

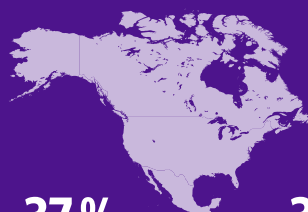
— Av dessa:

95 %

skickar till andra europeiska marknader (EU och icke-EU)

58 %

skickar till icke-europeiska marknader



37 %

skickar till Nordamerika



34 %

Asien-Stillahavsområdet



27 %

skickar till Mellanöstern



24 %

skickar till Latinamerika och Karibien



20 %

skickar till Afrika

— Många exporterar inte bara till en region

35 %

skickar till både europeiska och amerikanska marknader.

22 %

skickar till europeiska marknader, marknader i Asien-Stillahavsområdet samt nordamerikanska marknader.

Globala möjligheter

Globala möjligheter – Latinamerika och Karibien



Javier Orci, Marketing Manager, FedEx Express

Regionen Latinamerika och Karibien har drabbats hårt av covid-19, men många marknader håller på att återhämta sig och till exempel Brasilien har överträffat förväntningarna.

Det här är goda nyheter för verksamheter i regionen och för små och medelstora företag i Europa som vill bedriva handel med dem. E-handel och B2C har uppvisat den största tillväxten hittills och dessa sektorer kan därför erbjuda den största potentialen för små och medelstora företag i Europa att expandera.

Bland andra länder i regionen kan framförallt Mexiko erbjuda flera möjligheter för små och medelstora företag i Europa. Landet har ett starkt fokus på bildelar samt flyg- och rymdindustrin. Trots att dessa sektorer har varit drabbade på sistone så börjar framförallt bilindustrin att återhämta sig.

Globala möjligheter – Asien-Stillahavsområdet

Masahiro Kiyosawa, Managing Director Marketing, NPAC, FedEx Express

Asien är en stor marknad för små och medelstora företag i Europa att fokusera på. Det finns fantastiska möjligheter att sälja på platser som Kina, Japan, Hong Kong SAR Kina samt Sydkorea och europeiska varor fortsätter att vara populära i Asien.

Produkter med hög efterfrågan är bland annat lyxvaror, möbler, belysning, mode, väskor och skor. Men inte bara stora varumärken – när det kommer till mode är inköpare även intresserade av mindre tillverkare och designers.

Något som är verkligt intressant är att många länder i regionen är växande importmarknader. Det ger flera möjligheter men exporten är naturligtvis fortfarande mycket viktigt för regionen. Utifrån detta är asiatiska länder fortfarande viktiga importpartners för små och medelstora företag i Europa, oavsett om det är för råmaterial eller för tillverkade varor med en lägre kostnad som kan användas som komponenter i deras egna produkter.





Globala möjligheter – USA

Amar Sakaan, Marketing Director, FedEx Express

Vi ser fler och fler företag som vill skicka direkt till kunden för att undvika kostnaden med en mellanhand, så detta kan vara något att överväga för små och medelstora företag i Europa som inte har skiftat till e-handel ännu.

Just nu ser flygfraktsmarknaden en högre europeisk exportvolym av råmaterial till USA samt produkter som kemikalier och andra varor som kräver specialhantering.

Förtroende och tillförlitlighet är viktiga krav tillsammans med priset när kunder på marknaden betjänas, så en av de största möjligheterna för små och medelstora företag i Europa faller med största sannolikhet på de som kan bemöta dessa krav.

Hur FedEx kan hjälpa kunder att skicka utanför EU

Vanliga utmaningar för små och medelstora företag



Tillförlitliga leveranstider



Tullklarering



Transportkostnader



Osäkerhet kring Brexit

FedEx lösningar

Ett fullständigt utbud av tids- och dagsbestämda leveransalternativ, inklusive leverans nästa dag.

Authorised Economic Operator-status (AEO, auktoriserad ekonomisk operatör) för att snabba på försändelser och ett team med tusentals experter för att säkerställa tullklarering.

Economyalternativ för att erbjuda de mest kostnadseffektiva lösningarna.

En kunskapshubb som uppdateras regelbundet med guider, förklaringar och den senaste informationen kring ändringar i leveransprocesser.

Framtidsutsikter 2021: fynden i detalj

Hälso-/sjukvård är den mest självssäkra sektorn

Trots att årets undersökning visar att vilken sektor ett företag är verksamt i har lite relevans för vilken tillförsikt de har inför det kommande året så leder hälso-/sjukvården som den sektor där de flesta små och medelstora företagen är optimistiska att deras verksamheter kommer att växa eller förbli detsamma. På den andra änden av skalan visar mode-/klädbranschen minst självsäkerhet.

Fraktgodskunder förväntar sig e-handelstillväxt

Lite över hälften av fraktgodskunderna (51 %) har eller planerar en e-handelslösning och 61 % av dessa förväntar sig att se e-handelsintäkterna växa de kommande 12 månaderna.

Optimism är inte storleksberoende

Större företag är inte mer (eller mindre) optimistiska än mindre verksamheter.



Hur tänker små och medelstora företag på fyra stora marknader?



Procentandelen företag som...

STORBRITANNIEN

TYSKLAND

FRANKRIKE

SPANIEN

Är optimistiska inför framtiden för sina företag.

87 %**91 %****84 %****71 %**

Förväntar sig att deras företag kommer att växa eller förbli detsamma de kommande 12 månaderna.

80 %**74 %****73 %****63 %**

Har eller planerar en e-handelslösning.

38 %**60 %****47 %****57 %**

Ser möjligheter att sälja produkter till nya kunder på befintliga och/eller nya marknader.

50 %**79 %****80 %****71 %**

Nästa steg för ditt företag

Rapporten visar att europeiska företag uppvisar imponerande nivåer av optimism och en anmärkningsvärd motståndskraft, trots den osäkra handelsmiljön över hela världen.

Denna självsäkerhet fostrar framgång och faktumet att så många företag ser möjligheter att sälja till nya kunder och utveckla sin e-handel är en reflektion av den potential som består både på inhemska och internationella marknader.

På FedEx har vi kunskapen, erfarenheten och expertisen som krävs för att hjälpa dig nå dina mål och få ut mesta möjliga av de möjligheter som våra transportlösningar ger. Besök [fedex.com](https://www.fedex.com) för att läsa mer.