



2020

Fedex Müşteri Duyarlılık Raporu

ÖNÜMÜZDEKİ FIRSATLAR

Son araştırmamız Avrupa'daki bir çok işletmenin, belirsiz bir iş ortamına rağmen büyüme zihniyeti ve uluslararası görünüm sergileyerek önümüzdeki 12 ay için fazlasıyla iyimser olduğunu gösteriyor.

Dört temel bulgumuz

%84

KOBİ'lerin %84'ü işletmelerinin geleceği hakkında iyimser

%68

KOBİ'lerin %68'i ürünlerini var olan pazarlarda ve/veya yeni bir pazarda yeni müşterilere satma fırsatı görüyor



Hızlı büyüyen işletmeler yaygın olarak e-ticaret kabiliyetine sahipler veya sahip olmayı planlıyorlar
(örneklerin tamamı için %66'ya karşı %52)

%77

Müşterilerin %77'si kendi ülkelerinin dışındaki pazarlara ihracat yapıyor

Anket hakkında

2020 Ağustos'ta 31 ülke ve bölgedeki toplamda 2.242 müşteriye anket yaptık, paket (%43) ve ağır kargo (%57) göndericilerinden oluşan 7 sektöre ayırdık. İşletmelerinin boyutu hakkındaki soruya cevap verenlerin %94'ünün 250'den daha az çalışanı var (%70'inin 50'den az çalışanı var)

Özet

2020 için müşteri duyarlılık raporumuza hoş geldiniz

Bu yıl işleyişin durması ve belirsizlik olmak üzere bir çok işletme için zor bir yıl oldu. Ancak bu yılki anketimizde öne çıkan bir şey varsa o da iyimserliktir.

Bunu şaşırtıcı bulmanız normaldir. Bununla birlikte, anketlerimiz COVID-19 salgını ortasında yapıldı ve Birleşik Krallık'ın AB'den ayrılması sonrasında iki ülke arasındaki ticari ilişki hala netleşmedi.

Ancak %80'iniz işlerinizin geleceği hakkında iyimser olduğunuzu söylediniz. Dahası, neredeyse 10'da 4'ü işlerinde istikrar beklerken 3'te 1'inizden fazlası önümüzdeki 12 ay boyunca büyüme olacağına inanıyor.

Belki de bunların çoğunluğu yeni müşteriler çekmek, yeni pazarlara açılmak veya yeni ürünler piyasaya sürmek gibi bir çok firmanın hedeflediği fırsatlara indirgenebilir. E-ticaretin bir firmalar için büyüme sağladığı açıktır. Bu kanal zaten küçük ve orta büyüklükteki işletme (KOBİ) sektöründe hızlı büyüme gösteriyordu ancak COVID-19 bu gelişimi daha da hızlandırdı.

Çoğunuzun 2020'nin getirdiği zorluklara rağmen hala küresel anlamda istekli olduğunu görmek cesaretlendirici. 4'te 3'ünüz birden çok bölgeye gönderi yapan ihracatçılarsınız.

Bu rapor size, daha büyük KOBİ sektöründeki denkleminizin nasıl hissettiğini görme ve onların gözünden gelecekteki potansiyel fırsatları anlama şansını sağlar. Ayrıca, size gelecekte nasıl daha fazla destek sağlayabileceğimiz hakkında bize daha iyi bilgiler sağlar.

2021 ve sonrasını nasıl gördüklerini gösterdikleri ve görmemize yardımcı oldukları için katılan herkese teşekkür ederiz.

İşletmeler pandemiye nasıl uyum sağladı?

Müşterilerin büyük bir çoğunluğu COVID-19 sonrasında işletmelerini korumak üzere adımlar attı ve %89'u personelin ve müşterilerin güvenliğini sağladıklarını söylüyor.

Ancak işletmeler farklı yollarla da uyum sağlıyor. KOBİ'lerin 3'te 1'inden biraz azı, önemli azınlık risklerini dağıtmanın yollarını ararken iç süreçlerinin dijitalleştirilmesini arttırıyor. KOBİ'lerin %17'si yeni tedarikçiler ararken %12'si yeni pazarlardan ürün alıyor.

Ve KOBİ'lerin %15'i işlerini sürdürdüğünü söylüyor, bu da değişen durumlara nasıl hızlı bir şekilde cevap verebildiklerini gösteriyor.

KOBİ'ler gelecek hakkında iyimser

İşletmelerin kendine güveni artıyor ve bunun büyük bir çoğunluğunun müşterilerimiz arasında olduğunu bilmek tatmin edici. Mevcut belirsizlikler bağlamına yerleştirildiğinde KOBİ'ler arasında dikkate değer bir motivasyon gücü gösteriyor.

Anketimiz KOBİ'lerin %84'ünün işletmelerinin geleceği hakkında iyimser olduğunu gösteriyor.

Daha derine inersek KOBİ'lerin %35'i önümüzdeki 12 ay boyunca büyüme bekliyor. Aynı dönem boyunca işletmelerin durağan kalmasını bekleyen müşterilerin %38'i oluşturması da aynı derecede memnuniyet vericidir. Bugünün ikliminde bu büyük bir başarıdır.

FedEx Express, İletişim, Marka ve Reklam Faaliyetleri Başkan Yardımcısı, Brenda McWilliams "Müşteri Duyarlılık Raporumuz KOBİ'lerin zorluklar karşısında gösterdiği dayanıklılığa dikkat çekmektedir" demiştir. "Çoğunun 2021'e iyimser bakması son derece olumlu bir işarettir ve pazarda ortaya çıkan yeni fırsatlardan yararlanmaya çalışacakları 12 ay boyunca bu özgüvenin onlara fayda sağlaması muhtemeldir."

“

%84

KOBİ müşterilerinin %84'ü işletmelerinin geleceği hakkında iyimser.





%58

Müşterilerin %58'i
yeni müşterilere satış
yaparak var olan
pazarlarda büyümek için
bir fırsat görüyor.

“

KOBİ'ler büyüme fırsatlarını görüyor

Genel olarak iyimserlik hissedilmesiyle beraber KOBİ'lerin çoğu işletmeleri için belirli fırsatlar belirleyerek bunu sağlamlaştııyor.

Onların üçte ikisi (%68) yeni müşterilere satış yapmak için bir fırsat görüyor. Daha yakından bakarsak, müşterilerin %58'i var olan pazarlarda büyümek için bir fırsat görüyor ve yaklaşık 3'te 1'i (%30) yeni pazarlara açılmak üzere fırsatları belirledi.

KOBİ'lerin tek hedefi yeni müşteriler değildir. Yaklaşık 4'te 3'ü (%61) var olan müşterilere daha fazla ürün satmak için bir fırsat görüyor.

Aynı zamanda bazı KOBİ'ler 12 ay boyunca büyümek için tekliflerini yenilemeye ve geliştirmeye bakıyor. Müşterilerin %23'ü çevrimiçi kanallardan daha çok ürün satmayı hedeflerken, %27'si yeni bir ürün piyasaya sürmeye veya satmaya bakıyor.

Brenda McWilliams “İddialı işletmelerin fırsatların nerede sunulacağı konusunda açık fikirli olmaları ve kendilerini -ürünleri, satış kanalları veya uluslararası yetenekleri aracılığıyla- doğru zamanda hızlı hareket etmek için konumlandırımları gerektiğini” söyledi...

“Daha hızlı teslimatlar, arttırılmış ekonomi seçenekleri, daha kolay iadeler ve zamani belirli teslimatlar rakipleriniz arasından sıyrılmanıza yardımcı olacak harika yollardır.”



Anket yaptığımız her 10 müşterinin 1'inden biraz azı önümüzdeki 12 ay boyunca +%20 büyüme bekliyor ve onları geri kalanlardan ayıran bazı özellikler var:

Hızlı büyüyen işletmeler:

- Yaygın olarak e-ticaret kabiliyetine sahipler veya sahip olmayı planlıyorlar (örneklerin tamamı için %66'ya karşı %52)
- Yaygın olarak ihracat yapıyorlar (%82'ye karşı %77)
- Yaygın olarak var olan pazarlarda büyüme ve orada yeni müşterilere satış yapma fırsatlarını belirlemişlerdir (%66'ya karşı %58)
- Yaygın olarak yeni pazarlardaki müşterilere satış yapma fırsatlarını görüyorlar (%50'ye karşı %30)

KOBİ'ler e-ticareti bir büyüme faktörü olarak görüyor

COVID-19 salgını e-ticarete büyük bir ivme kazandırdı. Anket yaptığımız e-ticaret kabiliyeti olan işletmelerin yarısı son 6 ayda bu kanalda satışlarında artış gördü.

Anketimiz e-ticaret kabiliyeti olan bu şirketlerin gelecekteki büyüme üzerine daha iyimser olduklarını ve %43'ünün, işlerinin önümüzdeki 12 ay içinde artacağını beklediklerini gösteriyor. Bu da e-ticaret kabiliyeti olmayan işletmelerin %31'ine denk geliyor.

Bu rakamlar e-ticaretin çoğu işletme için neden çok önemli olduğunu gösteriyor ve KOBİ'lerin 10'da 1'inin (%12) neden önümüzdeki 6 ay içinde ilk e-ticaret girişimlerini planladıklarının bir işaretidir.

FedEx Express E-ticaret Pazarlama Müdürü Chris Hodge "COVID-19 manzarayı değiştirdi" dedi. "KOBİ sektöründe e-ticaretin gelişmesini hızlandırdı ve bu sadece tüketici davranışlarındaki değişimden kaynaklanmıyor. Bu aynı zamanda, bir kriz anında mevcut sistemlerin ne kadar zayıf olabileceğine dair artan anlayıştan ve işletmeler ile müşteriler arasındaki bağlantıları güçlendirmenin ve artırmanın öneminden kaynaklanmaktadır.

"E-ticaretin büyüdüğünü doğrudan gördük ve işletmelerin tüm avantajlardan yararlanmasına yardımcı olmak için araçlarımızı ve hizmetlerimizi uyarladık. Bu, bizim için önemli olan iki noktayı – basitlik ve esneklik – doğru uygulamakla ilgilidir ve müşterilerimizin ne kadar ileri gidebileceğini görmek bizi gerçekten heyecanlandırıyor."



KOBİ'ler küresel düşünüyor

Anketimiz müşterilerimizin çoğunluğunun uluslararası bağlantılar ile iş yaptığını gösteriyor. Günümüz KOBİ'lerinin başarısı için sınır ötesi ticaretin ne kadar önemli olduğunu ve pazar çeşitliğinin gelir elde etme, risk yönetimi ve iş esnekliğinin ayrılmaz bir parçası olabileceğini anlamak için bu infografiye bir göz atın.



%77

Müşterilerin %77'si kendi ülkelerinin dışındaki pazarlara ihracat yapıyor

— Onların:

%95

i diğer Avrupa pazarlarına gönderi yapıyor (AB ve AB dışı)

%58

i Avrupa dışı pazarlara gönderi yapıyor



%37

si Kuzey Amerika'ya gönderi yapıyor



%34

ü Asya Pasifik'e gönderi yapıyor



%27

si Orta Doğu'ya gönderi yapıyor



%24

ü Latin Amerika'ya gönderi yapıyor



%20

si Afrika'ya gönderi yapıyor

— Ve çoğu birden çok bölgeye ihracat yapıyor

%35

i hem Avrupa hem de ABD pazarlarına gönderi yapıyor

%22

si Avrupa pazarlarına, Asya Pasifik pazarlarına ve Kuzey Amerika pazarlarına gönderi yapıyor

Küresel fırsatlar – Latin Amerika ve Karayipler

Küresel fırsatlar – Latin Amerika ve Karayipler



FedEx Express Pazarlama Müdürü **Javier Orci**

Latin Amerika bölgesi COVID-19'dan olumsuz bir şekilde etkilendi ancak çoğu pazar iyiye gidiyor ve Brezilya gibi bazıları beklentileri aştı.

Bu, bölgedeki işletmeler ve onlar ile ticaret yapmak isteyen Avrupa KOBİ'leri için iyi bir haberdır. E-ticaret ve firmadan müşteriye e-ticaret son dönemde en üst büyümeyi gördü ve böylece bu sektörler büyüdükçe Avrupa KOBİ'leri için iyi bir potansiyel sunabilir.

Bölgedeki ülkelerde, özellikle Meksika Avrupa KOBİ'lerine birçok fırsat sunabilir. Ülkenin otomotiv ve havacılık üzerine güçlü bir odağı vardır ve son dönemde bu sektörler zarar görse de özellikle otomotiv sektörü iyileşmeye başlamaktadır.

Küresel fırsatlar– Asya Pasifik

NPAC, FedEx Express, Pazarlama Müdürü **Masahiro Kiyosawa**

Asya, Avrupa KOBİ'lerinin odaklanması için önemli bir pazardır. Şu anda Çin, Japonya, Hong Kong SAR-Çin, Güney Kore Avrupa gibi yerlerde ve Asya'da hala popüler olan Avrupa ürünlerini satmak üzere büyük fırsatlar vardır.

Talep edilen ürünler arasında yüksek kaliteli ve pahalı ürünler, mobilya, aydınlatma, moda, çanta ve ayakkabılar vardır. Ancak bu talep yalnızca büyük markalara değildir. Özellikle moda konusunda alıcılar küçük üreticiler ve tasarımcılara da ilgilidir.

İlginç olan da bölgedeki çoğu ülke ithalat pazarı olarak büyüyor. Bu birçok fırsat sunar ancak tabii ki ithalatlar hala bölgede çok önemlidir. Bu temelde, Asya ülkeleri, ister hammadde ister kendi ürünlerinde bileşen olarak kullanılacak daha düşük maliyetli ürünler olsun, Avrupa KOBİ'leri için hala kilit ithalat ortakları olabilir.





Küresel fırsatlar – ABD

FedEx Express Pazarlama Müdürü, **Amar Sakaan**

Aracı maliyetinden kaçınmak için birçok işletmenin doğrudan müşteriye gönderi yapmak istediğini görüyoruz. Bu sebeple bu, henüz e-ticarete geçmemiş Avrupa KOBİ'leri için dikkate alınacak bir şey olabilir.

Şu anda, hava pazarı, kimyasallar ve özel işlem gerektiren diğer ürünler gibi ürünlerin yanı sıra

ABD'ye daha yüksek Avrupa hammadde ihracat hacimleri görüyor.

Pazardaki müşterilere hizmet verirken fiyatın yanında güven de ana taleplerdendir. Bu sebeple Avrupa KOBİ'leri için en büyük fırsatlar muhtemelen bu ihtiyaçları karşılayabilenlere düşecektir.

FedEx, müşterilerin AB dışına gönderi yapmasına nasıl yardım edebilir?

KOBİ'lerin belirttiği ortak sorunlar



**Güvenilir
teslimat süreleri**



**Gümrük
işlemleri**



**Gönderi
ücretleri**



**Brexit
belirsizliği**

FedEx çözümleri

Sonraki gün teslimat da dahil olmak üzere tam zaman aralığı ve günü belirli gönderi seçenekleri.

Hızlı takip gönderilerde Yetkili Ekonomik Operatör (AEO) durumu ve gümrük uyumunun sağlanmasına yardımcı olan binlerce uzmandan oluşan bir ekip.

En uygun maliyetli çözümleri sağlamak için ekonomik gönderi seçenekleri.

Gönderi süreçlerindeki değişiklikler ile ilgili kılavuzlar, açıklamalar ve son bilgiler olan bir sık sık güncellenen bilgi merkezi.

2021'e bakış: Detaylı bulgular

Sağlık en güvenli sektördür

Bu yılki anket genel olarak bir işletmenin faaliyet gösterdiği sektörün o yıl içinde güvenilirliği ile çok az ilgili olduğunu gösterse de sağlık sektörü, çoğu KOBİ'nin işletmelerinin hem büyüyeceği hem de durağan kalacağı konusunda iyimser olduğu sektörlerin başında gelmektedir. Ölçeğin diğer ucunda moda/giyim sektörü en az güvenilir olarak gözükmemektedir.

Ağır kargo müşterileri e-ticarete büyüme bekliyor

Ağır kargo müşterilerinin yarısından biraz fazlası (%51) bir e-ticaret hizmetine sahip veya sahip olmayı planlıyor ve onların %61'i e-ticaret gelirlerinin önümüzdeki 12 ay içinde artmasını bekliyor.

İyimserlik işletmenin boyutuna bağlı değildir

Daha büyük işletmeler, küçük işletmelerden daha inançlı (veya daha az inançlı) değildir.



4 ana pazardaki KOBİ'ler ne düşünüyor?

Aşağıdakileri

karşılamanın işletmelerin
yüzdesi...



BİRLEŞİK KRALLIK



ALMANYA



FRANSA



İSPANYA

İşletmelerinin geleceği
hakkında iyimser hissediyorlar.

%87

%91

%84

%71

Önümüzdeki 12 ay boyunca
işlerinin artacağını veya aynı
kalacağını bekliyorlar.

%80

%74

%73

%63

E-ticaret kabiliyetine sahipler
veya sahip olmayı planlıyorlar.

%38

%60

%47

%57

Mevcut ve/veya yeni
pazarlardaki müşterilere ürün
satma fırsatlarını görüyorlar.

%50

%79

%80

%71

İşletmeniz için sonraki adımlar

Raporumuzdaki bulgular dünya çapındaki belirsiz ticaret ortamına rağmen Avrupa KOBİ'lerinin etkileyici bir iyimserlik ve dikkate değer bir esneklik gösterdiğini vurguluyor.

Bu inanç başarı getirebilir. Çoğu işletmenin yeni müşterilere satış yapmak ve ticaret faaliyetlerini geliştirmek için fırsatlar görmesi hem iç hem de dış pazarlarda devam eden potansiyelin güçlü bir yansımasıdır.

FedEx'te hedeflerinizi gerçekleştirmenize ve gönderi yetkinliklerimizin sağlayabileceği fırsatlardan en iyi şekilde yararlanmanıza yardımcı olacak bilgi, deneyim ve uzmanlığa sahibiz. Daha fazla bilgi için [fedex.com](https://www.fedex.com) adresini ziyaret edin.