

Ökad valfrihet med guiden

Digital marknadsplats underlättar för alla

Under sin tid som åkare upptäckte Pierre Bjurström svårigheten att på effektiva sätt hitta kunderna. När han diskuterade frågan med webbutvecklaren Mattias Jarestad vändes varenda utmaning till möjlighet. Resultatet blev Budguiden.se. På 15 sekunder listar den digitala marknadsplatsen alla tillgängliga alternativ, så att kunden enkelt kan göra sitt val.

Av Jan Petersson

Mattias Jarestad och Pierre Bjurström driver företaget Freightseeker AB i Borås, som i oktober 2012 lanserade Budguiden.se.

– Det behövdes en öppen marknadsplats för transporter på åkarnas villkor. Här behövs inga speditörer, utan all makt är hos åkarna, förklarar Mattias.

Inledningsvis omfattade tjänsten expressbud. Sedan dess har den utvecklats till att även omfatta linjer och returerna. Åkerierna kan även sätta upp tillfälliga positioner och lägga in zoner med fasta priser. Allt för att forma medverkan efter egna förutsättningar

Pierre och Mattias berättar att tjänsten finansieras av fasta årsbelopp.

– Vi ville komma bort från provisioner, berättar de.

Årsbeloppet styrs av antalet orter som respektive anslutet företag vill synas på. Valet av orter ökar träffsäkerheten för både åkerierna och deras kunder.

Snabba besked

Den som besöker Budguiden fyller i adresserna som transporten ska utföras mellan. Därutöver anges storlek, vikt och antalet försändelser. En knapptryckning och cirka 15 sekunder senare presenteras företagen som kan utföra tjänsten och till vilka kostnader. Sökningen görs utifrån geografisk närhet och att transportföretagens fordon rymmer försändelsen.

– Vi presenterar alltid expressbudet först, eftersom tidsaspekten oftast är väldigt viktigt när det handlar om budtransporter. Användaren kan sedan själv filtrera alternativen efter snabbhet, pris

och omdöme. Längre ner presenterar vi även ekonomitransporter och miljöbud när sådana finns tillgängliga, säger Mattias.

Affären görs upp i direktkontakt mellan kunden och transportföretaget. Då meddelas också övrig information, exempelvis om det handlar om produkter som kräver särskilda hänsyn.

Åkarnas egna underlag

Priserna som presenteras för kunderna bygger helt på transportföretagens egna uppgifter. Varje transportföretag har sin egen inloggning till webbsystemet och kan enkelt justera sina uppgifter hur ofta som helst. På så sätt kan prisnivån justeras efter företagets beläggning. Transportföretaget kan även avaktivera sig ifall det saknar ledig kapacitet under en period. För Mattias och Pierre är det en viktig uppgift att supportera fraktföretagen så att de får in rätt uppgifter och utnyttjar systemets många möjligheter.

– Målet är att upplevelsen ska vara så bra som möjligt för både fraktköpare och transportföretag. För fraktköpararna är det förstärkt viktigt att få relevanta förslag. Samtidigt underlättar systemet för transportföretagen, som kommer i kontakt med rätt kunder, bättre kan fylla sina fordon och slipper att själva räkna på varenda transport.

Både stora och små

I dagsläget är cirka 300 transportföretag anslutna, fördelade på drygt 100 orter över landet. Bland dessa finns flera lastbilscentraler, så antalet företag med tillgång till Budguiden är betydligt fler än så. Uppskattningsvis representerar transportföretagen över 6 000 tunga fordon, plus ett stort antal lätta fordon.

– Det är allt från enbilsåkare till miljardföretag. Här får alla samma chans, konstaterar Mattias.

Över 10 000 sökningar

Freightseeker lägger mycket resurser på att marknadsföra Budguiden.se i radio, webb och andra kanaler. Webbplatsen har drygt 3 000 besökare per vecka. Totalt görs det över 10 000 sökningar per månad. Alla ger träff.




Mattias Jarestad och Pierre Bjurström berättar att Budguiden utvecklats till Sveriges största transportnätverk på webben. "Vi lägger stor vikt vid att marknadsplatsen är enkel för både transportköpare och transportföretag".

Flera transportföretag har valt att använda sig av Budguidens sökfunktion på sina egna webbplatser, då förstärkt avgränsat till respektive företag. Freightseeker hjälper även kunderna att anpassa webbannonseringen i form av AdWords-kampanjer. Budguiden ger också plats att marknadsföra transportföretag med hjälp av länkade logotyper. En annan bonus är att Freightseeker har förhandlat fram bra avtal på drivmedel och försäkringar för sina anslutna företag.

Under de första åren har fokus

legat på att få in åkerier till tjänsten. Nu prioriteras att öka antalet fraktköpare – både privata och företag. På längre sikt ser företaget även möjlighet att lansera tjänsten i övriga Europa. Ett annat område för utveckling är olika slags specialtransporter.

– Vi ser Budguiden som ett komplement till transportföretagens egna resurser, men det finns också exempel på företag som hämtar betydande delar av försäljningen via marknadsplatsen, tillägger Pierre, som märker att allt fler åkerier letar sig ut på nätet. 

FÖRETAGSNYTT

Allison firar med event

Allison Transmission kommer att fira 100-årsjubileum hela 2015 med ett flertal specialevent och aktiviteter.

– Både vårt företag och dess grundare har en spännande historia, säger Lawrence E. Dewey som är styrelseordförande och VD för Allison Transmission.

– Vi ser fram emot att få berätta om vårt arv och vår bakgrund för anställda, affärspartners och organisationer i de länder där vi är

aktiva.

Allison har sitt ursprung från bildandet av Indianapolis Speedway Team Co den 14 september 1915. En av grundarna, och delägare i både Indianapolis Motor Speedway och flera racingteams, var James A. Allison, en entreprenör, innovatör och affärsman. Han startade en experimentell maskinfirma som han kallade Allison Experimental Co. för att kunna genomföra sina racingambitioner.