



**TRANSPORT PÅ FARTEN:** Gründeren bak ASAP, Tommy Larsen, vil gjøre varetransport enklere med en ny teknologi-plattform.

FOTO: EIVIND YGGESETH

Vil samle 10.000 norske transportaktører

# Utvikler Uber for varetransport

Tommy Larsen og ASAP vil samle varetransport i én løsning, kutte kostbare mellomledd og levere varen når det passer deg.

■ TORGEIR KVEIM STI  
torgeir.sti@finansavisen.no

Tommy Larsen og Mavi Group Holding bak den digitale plattformen ASAP hevder har utviklet en digital plattform som skal snu transportbransjen på hodet. Ved å koble tusenvis av selvstendige sjåførere, og samle alt administrativt under én tjeneste, vil selskapet bli transportbransjens svar på Uber.

– Det er mange som har satset på dette, men som ikke har klart det. Vi har fortsatt til gode å se noen som har lyktes, sier han.

Han kommer fra ti år i logistikkbransjen og sjonglerer mellom jobben i søsterselskapet Mavi Logistikk og gründeratsingen ASAP. Det er holdingselskapet Mavi Group som har stått for utviklingen under Larsens ledelse, og har så langt spyttet inn 2 millioner kroner på utvikling av tjenesten. I fjor omsatte Mavi Logistikk for 41 millioner, med et

positivt årsresultat på 2,5 millioner kroner.

## Levering på dine premisser

ASAP skal ifølge gründeren med enkelhet gjøre små jobber enklere ved at sporing skjer i sanntid, du selv kan velge hvor og når og med hva slags bil du ønsker å få varen levert. Larsen lover at dette vil gi kundene høyere servicenivå og kutte kostbare mellomledd.

– Dette er delingsøkonomi slik det skal være. Lignende løsninger har vært forsøkt tidligere, men frem til nå har det vært for små nisjer og de aller fleste har operert ulovlig, hevder Larsen.

Han forteller av at blant dagens yrkessjåførere innen transportyrket, jobber majoriteten som underleverandører for de større selskapene. Nærmest ingen har egne ansatte.

– Du vet ikke hvem som kommer, når de kommer eller om de

snakker samme språk. Du skal kunne velge basert på vurderinger og pris, og få varene levert på døren eller montert når det passer deg, sier han.

## Markedsstyrt prising

Målet er at plattformen skal være en ryddig, digital løsning hvor alle tjenester samles under ett. Betalingen går via ASAP, samler en månedlig omsetningsoversikt og autogenererer faktura med momsgrunnlag til både kunde og sjåfør. Sjåførene vet ikke prisingen på konkurrentene, og kundene kan ikke gi tilbud. ASAPs inntekter skal komme fra å ta en del av hver transaksjon, men hvor mye er fortsatt ikke fastsatt.

**Selskapets målsetning er å omsette for 10 millioner innen tre år, der store deler skal benyttes til markedsføring og videreutvikling av plattformen.**

– Vi ønsker ikke å ødelegge

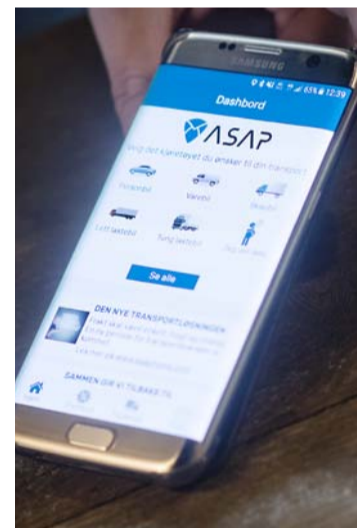
## ASAP

- Gründer: Tommy Larsen
- Finansiering: 2 millioner kroner fra
- Mål: Vil samle små og mellomstore norske transportselskaper under én digital tjeneste kalt ASAP.
- Tjenesten lanseres 1. juni.

bransjen. Det vil være markedet som styrer prisene. Transportørene vet ikke hva de andre tilbyr, men ser kun sin egen pris. Kundene kan filtrere på pris, tilbakemeldinger, bil eller hvor raskt du ønsker varen, sier han.

Teknologien er utviklet av et selskap i India, styrt fra Norge. Så langt har de fått avtale med flere små og mellomstore aktører, typiske enkeltpersonforetak eller selskaper med to til fem ansatte. Alle ansatte må registreres for å gi kunden oversikt og vil vises i appen med både navn, bilde og telefonnummer. Dersom ingen tar jobben, er systemet koblet opp mot Bring som et alternativ, men da med begrensninger i tjenesten.

**– Du får informasjon om hvor bilen er, kan endre avle-**



**SERVICE:** Teknologien muliggjør kobling av tusenvis av selvstendige næringsdrivende sjåførere. FOTO: EIVIND YGGESETH

**veringspunkt underveis, og du kan ta kontakt direkte med sjåføren gjennom appen ved hjelp av en integrert chat-løsning eller telefon, sier han.**

Planen er å rulle ut systemet blant norske forbrukere ved hjelp av markedsføring i sosiale medier og transportbransjen. I første omgang retter de seg mot privatmarkedet, med mål om 5.000 brukere i år. Men som Larsen påpeker, er det i bedriftsmarkedet den store gulroten ligger.

– Hvordan skal dere klare å tiltrekke dere folk til tjenesten?

– Ved å bruke ulike markedsføringskanaler, word-of-mouth og nettverket vårt innen logistikkbransjen.

– Og dersom det ikke går?

– Vi har en plan B. Gruppen er villige til å investere nye midler i dette.