

**SIARAN MEDIA
UNTUK SIARAN SEGERA**

CELCOM MENGADAPTASI 'AGILE' BAGI MEMACU TRANSFORMASI

Peningkatan Skor Promoter Purata Transaksi Runcit (tNPS) sebanyak 9 mata menunjukkan pencapaian dalam Pengalaman Pelanggan, dipupuk oleh faktor budaya dan insan

KUALA LUMPUR, 24 MEI 2018 – Celcom Axiata Berhad telah menunjukkan pertumbuhan yang konsisten sejak 2017, dan syarikat tersebut percaya bahawa perkembangan tersebut dipacu oleh gabungan pacuan transformasi budaya kerja dan insan, pengalaman pelanggan serta langkah-langkah optimisasi kos.

Melalui adaptasi budaya kerja 'Agile', syarikat tersebut dapat menyuntik persekitaran yang lebih kolaboratif di kalangan pekerja serta membentuk kebolehan dalam menjangka, bertindak balas dan memenuhi keperluan pelanggan serta lebih lagi.

#AgileCelcom juga membolehkan tenaga kerja diberi lebih kuasa dan membentuk pasukan yang mampu bertindak sendiri seterusnya membolehkan keputusan dibuat dengan lebih cepat, penyediaan produk dan perkhidmatan yang lebih pantas serta menyelesaikan halangan dalam memberi pengalaman pelanggan yang hebat.

Dalam sidang media yang diadakan di Menara Celcom hari ini Michael Kuehner, Ketua Pegawai Eksekutif Celcom Axiata Berhad berkata, "Kami menyedari bahawa kami perlu mencipta kelebihan dalam daya saing yang lebih mampan untuk Celcom, dan ia perlu bermula daripada tenaga kerja kami sendiri. Oleh itu kami perkenalkan 'Agile Celcom' untuk memastikan pekerja memenuhi fungsi mereka, dan seterusnya menjadi lebih responsif dan inovatif dalam pasaran yang berubah-ubah."

Transformasi untuk menjadi syarikat yang 'agile' serta sentiasa meletakkan keutamaan pelanggan telah memperlihatkan keputusan awal yang memberangsangkan, dengan peningkatan asas suku tahunan (QoQ) bagi Skor Promoter Purata Transaksi Runcit (tNPS) sebanyak 9 mata, daripada 68 dalam suku tahun keempat 2017 kepada 77 bagi suku pertama 2018. Suku pertama tahun ini juga menunjukkan penurunan ketara pada asas tahunan (YoY) dalam aduan pelanggan sebanyak 53% berbanding suku tahun pertama 2017.

Pengalaman Digital Pelanggan

Transformasi digital juga merupakan satu lagi penggerak utama bagi Celcom dalam menyediakan pengalaman pelanggan yang hebat. Syarikat tersebut terus berkembang dalam mendigitalkan titik sentuhannya, dan mencatatkan pertumbuhan membanggakan bagi penggunaan digital sebanyak 54% daripada suku tahun pertama 2017 kepada suku pertama tahun ini.

Antara inisiatif digital terkini daripada syarikat itu adalah *Celcom Life* – aplikasi mudah alih bagi menguruskan langganan semudah di hujung jari pelanggan sahaja. Celcom turut memperkenalkan laman sesawangnya yang diberi nafas baru, serta lebih selaras, rupa bentuk yang mesra pengguna dan navigasi yang mudah dilayari.

Celcom kini bersedia untuk memanfaatkan kecerdasan buatan (AI) untuk membawa pengalaman pelanggan ke peringkat yang lebih tinggi. Aplikasi AI dalam operasinya akan membolehkan Celcom menyediakan perkhidmatan pelanggan dan penyelesaian aduan sepanjang masa, serta interaksi yang lebih peribadi dan mampu dijangka, meningkatkan kecekapan, kebolehpercayaan dan konsisten dalam perkhidmatannya.

Sorotan Kewangan Suku pertama 2018

Suku tahun tersebut memperlihatkan inisiatif pemasaran yang agresif daripada Celcom, seterusnya melonjakkan hasil seperti berikut :

- Hasil keseluruhan menunjukkan peningkatan sebanyak 2.3% pada asas tahunan (YoY), dengan rekod RM1.636 billion pada suku pertama 2018 berbanding suku pertama 2017.
- Hasil perkhidmatan RM1.504 billion dalam suku pertama 2018, iaitu peningkatan 2.0% pada asas tahunan, lebih baik berbanding pertumbuhan industri.
- Celcom mencatat EBITDA (pendapatan sebelum cukai, faedah, susut nilai dan pelunasan) RM518 juta PATAMI (keuntungan selepas cukai dan kepentingan minoriti) sebanyak RM187 juta.
- 47% daripada jumlah hasil dalam suku tersebut disumbangkan oleh hasil data. Prestasi data syarikat tersebut meningkat kukuh daripada RM661 juta dalam suku pertama 2017 kepada RM762 juta dalam suku tahun pertama 2018, menunjukkan peningkatan sebanyak 15.4% pada asas tahunan.
- Penggunaan telefon pintar meningkat daripada 66% dalam suku pertama 2017 kepada 75% dalam suku pertama tahun ini.
- Peningkatan penggunaan data pada asas tahunan daripada 5.0GB kepada 9.5GB setiap bulan bagi setiap pengguna.
- Segmen pascabayar memberi Purata Pendapatan Setiap Pengguna (ARPU) yang lebih tinggi, iaitu RM87 pada suku pertama 2018 berbanding RM81 dalam suku pertama 2017
- Purata Pendapatan Setiap Pengguna (ARPU) segmen prabayar meningkat daripada RM30 kepada RM34 pada suku pertama tahun lepas berbanding tahun ini.

Penambahbaikan rangkaian yang berterusan

Michael Kuehner turut menyatakan penambahbaikan rangkaian Celcom yang berterusan juga menjadi asas penting yang membantu mengekalkan pertumbuhannya dalam pasaran. Pelaburan yang tinggi disediakan untuk memperkembangkan rangkaian untuk mencapai liputan populasi 4G sebanyak 88% pada suku pertama tahun ini, manakala LTE-A pada kadar 76%.

“Kami telah meletakkan fokus berterusan kepada rangkaian sebagai penyumbang utama, dan ia telah dibuktikan dengan pencapaian terkini kami; Celcom kini dinilai empat bintang bagi pengstriman video YouTube bertaraf HD di 20 bandar utama Malaysia, berbanding 18 bandar utama dalam suku pertama 2017,” tambah beliau.

Perancangan seterusnya

Dalam suku tahun berikut, Celcom akan terus fokus dalam transformasi budaya dan insan ke arah syarikat ‘*agile*’.

“Kami telah mula mencabar setiap daripada sesuatu gaya kerja yang menjadi ‘amalan biasa’ dan terus membentuk revolusi dalam interaksi dan penyediaan produk dan perkhidmatan kepada pelanggan. Nantikan perkembangan kami seterusnya!” kata beliau.

Untuk maklumat lanjut, layari : <https://www.axiata.com/investor/financial-reports/>

Tamat