

**SIARAN MEDIA
UNTUK SIARAN SEGERA**

**CELCOM PACU PERTUMBUHAN KUKUH DENGAN STRATEGI
MEMFOKUSKAN PELANGGAN**

KUALA LUMPUR, 13 DISEMBER 2018 – Strategi Celcom Axiata Berhad yang konsisten dalam fokus pengalaman pelanggan telah menghasilkan pertumbuhan pasaran yang kukuh. Melalui produk dan perkhidmatan digital yang inovatif, Celcom telah mencatat pertumbuhan sebanyak RM5 dalam Purata Pendapatan Setiap Pengguna (ARPU) bagi perniagaan pascabayar dalam tahun kewangan semasa, iaitu daripada RM83 kepada RM88.

Dalam masa yang sama, hasil diperolehi Celcom meningkat 3.0% dengan disokong kenaikan sebanyak 2.1% bagi hasil perkhidmatan yang dipacu oleh pertumbuhan dalam perniagaan pascabayar dan prabayar, dengan Campuran Purata Pendapatan Setiap Pengguna (ARPU) daripada RM46 kepada RM49. Jumlah hasil dalam tahun semasa (YTD) daripada RM4.845 bilion kepada RM4.992 bilion. dalam suku tahun ini meningkat Liputan rangkaian Celcom dengan populasi LTE pada 90% dan LTE-A pada 78% telah memandu peningkatan dalam penggunaan data purata dalam suku tahun tersebut, iaitu kenaikan sebanyak 14.9% kepada 13.1GB setiap pengguna.

“Pengalaman pelanggan terus menjadi keutamaan Celcom. Kini kami telah menggunakan kaedah ukuran data dan analisa, bagi membolehkan kami lebih melibatkan diri serta memperbaiki perkhidmatan dan standard kami untuk para pelanggan,” menurut Idham Nawawi, Ketua Pegawai Eksekutif Celcom Axiata Berhad.

Pasaran hari ini masih mementingkan kecemerlangan dalam pengalaman pelanggan. Strategi memfokuskan pelanggan yang kami jalankan telah menunjukkan prestasi yang positif dan stabil pada tahun semasa, dengan peningkatan penunjuk utama dalam pasaran yang tepu. Pengalaman rangkaian kami juga kini merupakan antara yang terbaik, manakala perkhidmatan pelanggan yang kami sediakan telah diberi persijilan dan diiktiraf sebagai yang paling hadapan dalam industri,” tambah Idham.

Pengiktirafan pihak ketiga kepada Pengalaman Pelanggan Celcom sepanjang 2018

- 20 September 2018 – Syarikat telekomunikasi pertama di peringkat global dan di Malaysia yang menerima persijilan daripada SIRIM QAS International kerana menepati keperluan piawaian *ISO 18295-2:2017 - Menguruskan Pusat Hubungan Pelanggan Secara Berterusan Meningkatkan Pengalaman Pelanggan dan Perkhidmatan Pelanggan Proaktif*

- Diiktiraf melalui ukuran *Video Experience* oleh *Open Signal* sebagai antara penyedia pengalaman video yang terbaik di negara ini.
- Kekuatan Celcom dalam titik sentuh pelanggan juga terbukti apabila menerima anugerah daripada Frost & Sullivan, iaitu *Excellence in Customer Experience - Contact Centre*, *Excellence in IoT Service Provider of The Year*, dan *Excellence in Customer Experience - In Store Experience Awards* dalam bulan Jun 2018.
- 8 Anugerah dirangkul dalam majlis anugerah *Contact Centre Association of Malaysia (CCAM)* baru-baru ini:
 - **Dua (2) x Gold Awards:**
 1. *Best In-House Outbound Contact Centre (Under 100 seats) - Outbound*
 2. *Best Contact Centre by Language - Indonesia*
 - **Tiga (3) x Silver Awards:**
 1. *Best In-House Inbound Contact Centre (Above 100 seats) - Postpaid*
 2. *Best In-House Inbound Contact Centre (Under 100 seats) - Prepaid*
 3. *Best Social Media*
 - **Tiga (3) x Bronze Awards:**
 1. *Best Innovation Adoption Awards*
 2. *Best Customer Relationship Management Award*
 3. *Best In-House Inbound Contact Centre (Under 100 seats) – Priority*

Celcom juga memperoleh mata tertinggi dalam Skor Promoter Purata (*Net Promoter Score – NPS*) di kalangan empat syarikat telekomunikasi. Kaji selidik tersebut telah dijalankan oleh AC Nielsen, menggabungkan skor kepuasan bagi Rangkaian, Pakej, Kualiti Perkhidmatan, Bil & Tambah Nilai, Jenama & Kesetiaan, dan Ciri-ciri Produk. Ia dijalankan dengan lebih 7,000 responden daripada empat operator rangkaian utama di setiap daerah seluruh Malaysia dalam suku ketiga 2018.

“Kami juga diiktiraf oleh *Forbes* baru-baru ini sebagai “Sepuluh Syarikat di Asia Paling Fokus kepada Pelanggan”. Ini membuktikan komitmen kami dalam meletakkan kepentingan serta nilai yang kami tawarkan kepada pelanggan pada masa yang sama menyediakan titik sentuh yang dapat memenuhi keperluan mereka semua.”. Tambah beliau lagi.

Perancangan Seterusnya :

Dalam suku terakhir ini dan menjelang 2019, Celcom akan terus memacu fokus yang lebih intensif kepada pengalaman pelanggan, dan meneruskan usaha dalam menambahbaik infrastrukturnya, dalam persediaan ke arah Revolusi Industri keempat (IR4.0) dan mendukung peranannya sebagai pemangkin dalam ekonomi digital negara.

Dalam memacu aspirasi negara dalam IR4.0 yang menggabungkan pelbagai industri yang menjalankan proses kerja dengan integrasi perhubungan internet, infrastruktur rangkaian Celcom yang optimum akan membolehkan syarikat telekomunikasi itu untuk mendukung penyediaan penyelesaian *Internet-of-Things (IoT)* dan teknologi yang inovatif.

Pada masa ini, Celcom sedang mengadaptasi pelbagai teknologi baru seperti robotik, kecerdasan buatan (AI), dan system IoT secara dalaman dan luaran, dalam pelbagai segmen industri, termasuk utiliti, logistik, penambahbaikan industri, dan pengawalseliaan alam sekitar.

“Kami sedang memanfaatkan teknologi terbaharu ini untuk menjadi lebih baik dan berkhidmat dengan cemerlang kepada pelanggan kami, kerana pelanggan adalah sebab utama untuk kami terus berinovasi dan dengan optimistik dalam menyediakan penyelesaian digital yang baru setiap hari, dan seterusnya menyokong transformasi digital dan agenda ekonomi negara. Yakinkan bahawa kami akan terus berusaha untuk mencapai kecemerlangan dalam inovasi digital dan perkhidmatan pelanggan,” menurut Idham.

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

Mengenai Celcom Axiata Berhad

Celcom merupakan penyedia rangkaian data terkemuka di Malaysia dengan 9.2 juta pelanggan. Ditubuhkan pada 1988, syarikat berbangga dengan rangkaian nasional terluas 2G, 3G dan 4G LTE yang meliputi lebih 98% kawasan berpenduduk. Sebagai penyedia perkhidmatan jalur lebar mudah alih dan korporat terbesar pada masa ini, Celcom kini bergerak maju ke arah perkhidmatan pelbagai akses dan multimedia bersepadu, selari dengan teknologi dan perilaku pengguna di Malaysia yang berevolusi. Budaya yang mengutamakan pelanggan dapat dilihat pada khidmat pelanggan, produk dan pengiktirafan korporat lain di peringkat serantau. Celcom merupakan sebahagian daripada Syarikat Kumpulan Axiata, salah satu syarikat telekomunikasi terbesar di dunia, dengan lebih 350 juta pelanggan merentasi 11 pasaran Asia. Untuk maklumat lanjut, layari <http://www.celcom.com.my>

Siaran Media diedarkan oleh Bahagian Komunikasi Korporat Celcom Axiata Berhad. Bagi pertanyaan lanjut, sila hubungi Rohizan Ismail @ +60133449690 atau Benedict Ng @ +60192202521 / benedict.ng@celcom.com.my.