

**SIARAN MEDIA
UNTUK SIARAN SEGERA**

CELCOM TERUS MEMACU MEDIA SOSIAL DENGAN 'EXPERIENCE HUB' BAHARU

KUALA LUMPUR, 6 NOVEMBER 2017 – Celcom Axiata Berhad mara ke satu lagi fasa seterusnya dalam memperbaiki pengalaman pelanggan dengan pelancaran Hab '*Social Media Experience (smEX)*' hari ini.

Hab tersebut merupakan integrasi pasukan dengan pelbagai fungsi dan merupakan yang pertama seumpamanya di Asia. Ia bakal menyatukan pemasaran, jualan, dan aktiviti perkhidmatan bagi saluran media sosial bagi memastikan respon yang pantas dan menarik kepada pelanggan, bagi mewujudkan pengalaman yang positif melalui saluran media sosial.

Ahli pasukan hab tersebut disusun bagi membentuk komuniti pelbagai fungsi dan memanfaatkan teknologi terkini dalam ruang media sosial. Ia meliputi kesemua saluran sosial seperti *Instagram, Facebook, Twitter, YouTube* dan platform tempatan yang popular. Hab tersebut juga bakal melengkapi saluran perkhidmatan pelanggan yang sedia ada seperti *Contact Centre, Retail Shops* dan *Online Customer Service* dalam memberi perkhidmatan dalam spectrum yang menyeluruh dan sepanjang masa.

Pada masa ini, Celcom memiliki sebanyak 1.2 juta dalam capaian media sosialnya, menurut Socialbakers, iaitu sebuah syarikat analisis media sosial global. Melalui hab ini, bilangan tersebut bakal ditingkatkan lagi.

Michael Kuehner, Ketua Pegawai Eksekutif Celcom Axiata Berhad berkata, dengan lonjakan rangkaian sosial dalam persekitaran di mana kuasa adalah di tangan pengguna, sesebuah organisasi itu harus melalui evolusi untuk menjadi lebih pantas, digital dan fokus kepada pelanggan yang lebih mendalam .

"Aspirasi kami bagi pengalaman pelanggan adalah jelas – kami ingin menjadi jenama sosial yang setia kepada rakyat Malaysia. Kami meletakkan fokus kepada strategi berorientasikan pelanggan dengan suatu kelainan – salah satu antaranya ialah kewujudan *smEX* setelah berbulan-bulan ia dirancang dengan teliti. Melalui hab ini, kami yakin untuk

mempertingkatkan kepuasan pengguna yang seterusnya menjurus kepada operasi yang lebih efisien untuk perniagaan kami.

"Sejajar dengan agenda Kerajaan dalam menjadikan Malaysia sebuah negara digital, saya amat berbesar hati untuk mengumumkan hab ini sebagai salah satu di antara inisiatif kami sebagai sebuah organisasi dalam mendukung digitalisasi," kata beliau hari ini ketika berada di hab tersebut yang berada di Menara Celcom.

Michael juga menyatakan bahawa komitmen Celcom dalam kecemerlangan perkhidmatan pelanggan telah pun diiktiraf dengan kemenangan anugerah *Best Consumer Satisfaction* dalam majlis *Public Cellular Service Providers (PCS) Star Rating* yang dianjurkan oleh Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM) minggu lepas.

René Werner, Ketua Pegawai Perkhidmatan dan Pengalaman Pelanggan, Celcom Axiata Berhad berkata dengan menjadi lebih responsif di atas talian dan kehadiran dalam saluran media sosial yang utama merupakan antara asas bagi Celcom dalam menyediakan pelanggan dengan pengalaman yang terbaik dan berjaya dalam pasaran mudah alih yang lebih matang seperti di Malaysia.

"Pengalaman pelanggan yang hebat serta kepuasan pengguna merupakan panduan kami dan memberi kelainan kepada Celcom. Adalah penting untuk memberikan suara kepada pelanggan. Seterusnya, hab ini bakal menjadi satu lagi saluran untuk kami mendengar pelanggan, menyediakan dan memberikan mereka pengalaman yang lebih baik. Dengan pelbagai bentuk inisiatif yang mensasarkan peningkatan pengalaman pelanggan, kami yakin untuk memacu terus ke arah objektif kami yang jelas, iaitu mewujudkan momen yang hebat buat pelanggan kami," menurut beliau.

René juga berkata, model organisasi hab yang terkini itu akan beroperasi sepenuhnya pada bulan Disember, dan bakal memandu dan melestarkan penghasilan keputusan yang lebih autonomi, kepantasan dalam pembelajaran dan eksperimen dengan inovasi terkini dalam terus memperbaiki penglibatan dalam media sosial dengan pelanggan, serta terus memacu inovasi Celcom dalam ruang maya tersebut.

-Tamat-