

016

“key solutions

...the stylish and contemporary brand campaign not only creates an emotional bond with consumers and wins their trust, but also appeals to a more expansive target audience and effectively positions DiGi as the preferred choice in the market among current and potential mobile phone users. In addition, the new brand positioning is supported through the consolidation of all customer and public touchpoints to deliver a single brand promise —

“We know how different people are. And what it takes to keep them connected.”

Operations review



Performance highlights

*I*n the eight-month financial period under review, DiGi's business focus was further strengthened through Telenor's increased investment in DiGi to 61%, effective September 14, 2001, and this saw greater emphasis being given to the development and implementation of advanced technologies and services. In keeping with the focused roll-out of its innovative and lifestyle-centric products and services, DiGi's marketing initiatives were strategically centred around building greater brand credibility and enhancing public perception of its network quality.

Chief among the highlights of the financial period under review was the launch of DiGi's new Corporate Brand Campaign with the key objective of enhancing DiGi's brand positioning as an innovative, contemporary and world-class service provider. Believing this to be the best strategy towards establishing greater brand credibility, DiGi has invested in this high-impact brand campaign which demonstrates DiGi's ability to understand people and their lifestyles. More importantly, DiGi is seen as being able to deliver a diverse range of world-class products and services to enhance the mobility requirements of consumers from all walks of life.

Tinjauan operasi

Pencapaian penting

*D*alam tempoh kewangan lapan bulan yang dilaporkan, tumpuan perniagaan DiGi diperkukuhkan lagi menerusi peningkatan pelaburan Telenor dalam DiGi kepada 61%, berkuatkuasa 14 September, 2001. Dengan perkembangan terbaru ini, penekanan lebih besar telah diberikan kepada pembangunan dan pelaksanaan teknologi dan perkhidmatan yang canggih. Selaras dengan pelancaran produk dan perkhidmatannya yang inovatif dan berunsur gaya hidup, inisiatif pemasaran DiGi tertumpu kepada membina kredibiliti jenama yang lebih kukuh dan meningkatkan tanggapan orang ramai tentang kualiti rangkaianannya.

Antara pencapaian utama dalam tempoh kewangan yang dilaporkan ialah pelancaran Kempen Jenama Korporat baru DiGi, dengan matlamat penting meningkatkan kedudukan jenama DiGi sebagai sebuah penyedia perkhidmatan yang inovatif, kontemporari dan bertaraf dunia. Dengan penuh keyakinan bahawa ini merupakan strategi terbaik untuk mengukuhkan lagi kredibiliti jenama, DiGi telah melaksanakan kempen jenama kesan tinggi yang menunjukkan keupayaan DiGi memahami insan dan gaya hidup mereka. Lebih penting lagi, DiGi dilihat sebagai mampu menyediakan pelbagai produk dan perkhidmatan bertaraf dunia untuk memenuhi keperluan kemudahan-alih para pengguna dari segenap lapisan masyarakat.

Memanfaatkan kualiti rangkaianannya yang semakin baik, DiGi telah melaksanakan Kempen Liputan Rangkaian untuk memaparkan pertumbuhan sebenar liputan rangkaianannya di seluruh negara. Usaha ini, yang dirangka sebagai sebahagian daripada strategi keseluruhan untuk mengatasi sebarang tanggapan negatif orang ramai terhadap



Capitalising on its improved network quality, DiGi embarked on its Network Coverage Campaign to communicate the factual growth of its fast-expanding network coverage across the nation. This exercise, which was conceptualised as part of an overall strategy to address any lingering negative public perceptions of DiGi's network, adopts a two-pronged approach in that it emphasises not only the fact that DiGi is committed to delivering to its customers the highest standards of network quality, but also provides extensive coverage throughout Malaysia. Coupled with the new Corporate Brand Campaign, this clever marketing initiative underscores DiGi's credibility as a serious and dependable service provider, and has positioned it favourably as an industry authority.

Despite the regional economic slowdown experienced within the latter half of the financial period under review, DiGi managed to pull off an equitable performance, and sustained its profitability. The on-going revenues achieved are the immediate reflection of DiGi's hard-won subscriber growth, particularly in the prepaid mobile segment which faces very competitive market conditions. While there has been a marginal decline in market share, DiGi has proven its staying power through maintaining a creditable position in the prepaid mobile market. Predictably, DiGi's prepaid mobile service, *DiGi Prepaid Plus* continues to fuel its subscriber growth, with prepaid subscriber numbers representing a predominantly higher proportion of its total mobile subscriber base. Clearly, as the pioneer in this market segment, the Group has kept a tenacious grip on its position and has capitalised on its first mover advantage to retain a good subscriber following.

rangkaian DiGi, menggunakan pendekatan dua penjur, iaitu menekankan bukan sahaja komitmen DiGi untuk menyediakan tahap kualiti rangkaian yang paling tinggi, tetapi juga memberikan liputan meluas di seluruh Malaysia. Disokong oleh Kempen Jenama Korporat baru, inisiatif pemasaran yang bijak ini menyerlahkan kredibiliti DiGi sebagai penyedia perkhidmatan yang serius dan boleh dipercayai, dan telah meletakkannya dalam kedudukan yang baik sebagai peserta berwibawa dalam industri.

Walaupun menghadapi kemelesetan ekonomi serantau di separuh kedua tempoh kewangan yang dilaporkan, DiGi berjaya mencatatkan prestasi yang memuaskan dan mengekalkan tahap keuntungannya. Perolehan semasa yang dicapai mencerminkan pertumbuhan pelanggan yang diperolehi daripada usaha gigit DiGi, khususnya dalam segmen mudah-alih pra-bayar, yang menghadapi persaingan pasaran yang semakin sengit. Walaupun terdapat penyusutan kecil dalam bahagian pasaran, DiGi telah membuktikan daya tahannya dengan mengekalkan kedudukan yang kukuh dalam pasaran mudah-alih pra-bayar. Seperti yang dijangkakan, perkhidmatan mudah-alih pra-bayar *DiGi Prepaid Plus* terus mencatatkan peningkatan pelanggan. Pelanggan pra-bayar DiGi nyata mewakili bahagian lebih besar daripada pelanggan mudah-alihnya. Jelas bahawa sebagai perintis dalam segmen pasaran ini, Kumpulan telah mengekalkan kedudukannya dan mengambil kesempatan daripada kelebihan sebagai peserta pertama memasuki pasaran untuk mengekalkan jumlah pelanggan yang menggalakkan.



In the light of the weakening economic climate, DiGi was also faced with the challenge of levelling down an ineluctable increase in mobile subscriber churn during the period under review, particularly within the postpaid segment. The higher churn rates, which affected net subscriber growth, were primarily due to the stringent post-verification process adopted by the Group to determine actual active subscriber numbers. In spite of this, however, the Group's postpaid offering, *DiGi Mobile One*, still registered growth in terms of new subscribers, as more and more cost-conscious consumers recognise the savings benefit represented in DiGi's 'One Country, One Rate' postpaid tariff plans.

There was observable growth in the Group's International Carrier Services which generated an encouraging volume of IDD traffic for the eight-month period ending December 31, 2001, and correspondingly yielded increased revenue figures. Viewed in comparison with the preceding financial year, this achievement indicates sustained growth in terms of IDD traffic volume, as well as revenue. In addition, DiGi's International Calling Card, popularly known as *chatz*, also continued to register healthy returns within the period under review and the service has firmly established itself as the market leader within the product segment. This bears testimony to its good take-up rate in the market, which is not only attributable to its cost-saving convenience but also its increased availability with the establishment of creative distribution channels.



Memandangkan keadaan ekonomi yang semakin lemah, DiGi menghadapi cabaran mengurangkan peningkatan yang tidak dapat dielakkan dalam perpindahan pelanggan mudah-alih pada tempoh yang dilaporkan, khususnya dalam segmen pasca-bayar. Kadar perpindahan yang lebih tinggi, yang mempengaruhi pertumbuhan pelanggan bersih, disebabkan terutamanya oleh proses pengesahan ketat yang digunakan oleh Kumpulan untuk menentukan bilangan pelanggan aktif yang sebenar. Bagaimanapun, produk pasca-bayar Kumpulan, iaitu *DiGi Mobile One*, terus mencatatkan pertumbuhan pelanggan memandangkan lebih ramai pengguna yang mementingkan kos menyedari penjimatan yang diberikan oleh rancangan tarif pasca-bayar DiGi, yang digelar 'Satu Negara, Satu Kadar'.

Pertumbuhan nyata yang dicatatkan oleh Perkhidmatan Perantaraan Antarabangsa Kumpulan telah menghasilkan volum lalu lintas IDD yang menggalakkan dalam tempoh lapan bulan berakhir 31 Disember, 2001, lantas menyumbangkan jumlah hasil yang lebih tinggi. Sekiranya dibandingkan dengan tahun kewangan sebelumnya, pencapaian ini menunjukkan pertumbuhan berkekalan dalam volum lalu lintas IDD, serta peningkatan dalam perolehan. Tambahan pula, Kad Panggilan Antarabangsa DiGi, yang lebih dikenali sebagai *chatz*, turut mencatatkan pulangan menggalakkan dalam tempoh yang dilaporkan dan perkhidmatan tersebut kini telah memantapkan kedudukannya sebagai pemimpin pasaran dalam segmen produknya. Ini adalah bukti tahap penerimaannya yang tinggi di pasaran, bukan sahaja kerana dapat menyediakan kemudahan yang menjimatkan, tetapi kerana mudah didapati menerusi saluran-saluran pengedaran yang kreatif.

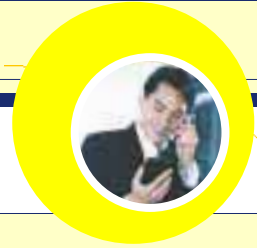


By pro-actively exploring opportunities to enhance and expand its existing distribution channels, the Group maintained its focus of delighting its customers through developing convenient and user-friendly methods of introducing and offering its high value-added products and services. In order to expand its reach to a broader market segment, specifically the high-end corporate and business users, DiGi also took measures to maintain its two-pronged strategy of developing alternate prepaid channels, such as *Whoops!* and Star Codes (generically known as the USSD reload), as well as optimising its current DiGi retail centres. These ongoing initiatives have translated into more extensive and effective tapping of niche market segments and are set to open up possibilities within other potential target customer groups.

Although the declining economic environment has adversely affected consumer confidence in the telecommunications sector on the whole, it is clear that the Group has adopted strategic and far-sighted measures towards ensuring its continued subscriber growth and profitability. To a large extent, these measures have determined the ongoing demand for DiGi's high value-added products and services, particularly its mobile and international carrier services, which have become the mainstay of the Group's overall financial performance. By focusing efforts on its core business areas, DiGi has effectively stood its ground despite some market share erosion, and taken strong measures to maintain its position within the industry in the course of the eight-month financial period ended December 31, 2001.

Kumpulan, yang secara proaktif meneroka peluang-peluang untuk meningkatkan dan memperkembangkan saluran pengedarannya yang sedia ada, telah mengekalkan tumpuan untuk menggembirakan pelanggan. Usaha ini dilakukan dengan memperkenalkan dan menawarkan produk dan perkhidmatannya yang bernilai tambah tinggi menerusi kaedah yang memudahkan dan menyenangkan pengguna. Demi memperkembangkan capaiannya kepada segmen pasaran yang lebih luas, khususnya pengguna korporat dan perniagaan peringkat atasan, DiGi juga telah mengambil beberapa langkah untuk mengekalkan strategi dua penjurus bagi mewujudkan saluran pra-bayar alternatif, seperti *Whoops!* dan Star Codes (dikenali dengan nama amnya, isian semula USSD), di samping memanfaatkan pusat-pusat penjualan DiGi yang sedia ada. Inisiatif-inisiatif berterusan ini membolehkan segmen pasaran khusus ditembusi dengan berkesan, dan dijangka membuka peluang untuk menasaskan kumpulan pengguna berpotensi lain.

Walaupun keadaan ekonomi yang semakin meleset telah menjejaskan keyakinan pengguna dalam sektor telekomunikasi secara keseluruhannya, jelas bahawa Kumpulan telah mengambil langkah-langkah yang strategik dan berpandangan jauh untuk menjamin pertumbuhan pelanggan dan keuntungan yang berterusan. Langkah-langkah tersebut memainkan peranan penting menjamin permintaan berterusan diperolehi bagi produk dan perkhidmatan nilai tambah tinggi DiGi, khususnya perkhidmatan mudah-alih dan perantaraan antarabangsa, yang menjadi tonggak prestasi kewangan keseluruhan Kumpulan. Dengan memberi tumpuan kepada bidang-bidang perniagaan terasnya, DiGi telah mempertahankan kedudukannya, walaupun mengalami sedikit sebanyak kemerosotan dalam bahagian pasaran, dan telah mengambil tindakan



Operational highlights

Networks

Through the strategic long-term measures adopted, DiGi's network quality progressed significantly in the period under review, and its fully-operational GSM1800 network was able to provide high capacity core network support for its business units. The quality of DiGi's network has not only displayed a remarkable improvement in the face of a steady increase in traffic, but has also kept up a reasonably consistent performance in line with DiGi's "best where we are" strategy adopted in its network roll-out. These overall improvements in DiGi's network performance are, in fact, reflected in independent findings by Salomon Smith Barney, as recorded in a published report by the international research house in November 2001. The study, which devotes a full section to the mobile networks of Malaysia, extensively tested the local networks on a variety of measures and voted DiGi's network quality as being substantially better than its competitors' (*'Kicking the Tires - Not All Networks are Created Equal'*, pp. 42 - 47, November 9, 2001). This comes as no surprise, given the fact that the Group has prioritised its network expansion in line with its unwavering mission to delight its customers through focusing on delivering the highest standards of service.

kukuh untuk mempertahankan kedudukannya dalam industri sepanjang tempoh kewangan lapan bulan berakhir 31 Disember, 2001.

Pencapaian operasi

Rangkaian

Menerusi langkah strategik jangka panjang yang dilaksanakan, tahap kualiti rangkaian DiGi bertambah baik dalam tempoh yang dilaporkan. Sementara itu rangkaian GSM1800 yang beroperasi sepenuhnya telah berupaya menyediakan sokongan rangkaian teras kapasiti tinggi bagi unit-unit perniagaannya. Kualiti rangkaian DiGi bukan sahaja meningkat secara mendadak melalui kenaikan dalam volum lalu lintas, tetapi juga mencatatkan prestasi yang konsisten, selaras dengan strategi "terbaik di mana jua kami berada" yang diamalkan dalam pelancaran rangkaianannya. Peningkatan keseluruhan dalam prestasi rangkaian DiGi dicerminkan oleh kajian Salomon Smith Barney, yang telah diterbitkan dalam satu laporan oleh badan penyelidikan antarabangsa itu pada November 2001. Kajian tersebut, yang meluangkan satu seksyen penuh bagi rangkaian mudah-alih Malaysia, telah menguji rangkaian tempatan berdasarkan pelbagai ukuran dan mendapati bahawa kualiti rangkaian DiGi jauh lebih baik daripada para pesaingnya (*'Kicking the Tires - Not All Networks are Created Equal'*, ms 42 - 47, 9 November, 2001). Ini bukanlah sesuatu yang tidak diduga, memandangkan Kumpulan telah mengutamakan perkembangan rangkaian, selaras dengan usaha tidak berbelah-bahagi untuk menggembarakan pelanggan melalui penumpuan kepada tahap perkhidmatan yang paling tinggi.



DiGi's main network focus within the review period and in fact, throughout the year, has been to constantly monitor and upgrade the existing network to satisfy and delight our discerning customers, benchmarked against international standards.

As customer numbers have continued to increase, the inherent high-capacity properties of its GSM1800 system have translated into a competitive advantage for DiGi, in terms of being able to deliver superior network quality of a consistent form. Some of the key parameters achieved in the review period include network availability and call set-up success rates of 96%, as well as a dropped call rate of less than 2%. These performance markers are clearly an indication that DiGi has greatly optimised the advantages presented in operating a GSM1800 network in line with meeting industry performance standards.

Moreover, recognising the crucial need for its network to accommodate future traffic increase in line with DiGi's projected subscriber growth, the Group has invested substantially in redesigning its network to make it more robust, a move which has reduced network outages considerably. Such far-sighted investments undertaken to honour its customer commitment are typical of DiGi's initiatives to date, and will go a long way towards ensuring that DiGi will be more than well-prepared for an anticipated increase in market share in the years ahead.

Pemantauan dan peningkatan rangkaian yang sedia ada berasaskan piawaian antarabangsa telah menjadi tumpuan utama rangkaian DiGi pada tempoh yang dilaporkan serta sepanjang tahun, bertujuan memuaskan dan menggembirakan pelanggan kami yang lebih memilih. Dengan peningkatan bilangan pelanggan, keupayaan kapasiti tinggi sedia ada sistem GSM1800 memberikan kelebihan persaingan kepada DiGi, dari segi penyediaan kualiti rangkaian unggul secara konsisten. Antara parameter penting yang dicapai dalam tempoh yang dilaporkan termasuk tahap adanya liputan rangkaian dan kadar kejayaan panggilan setinggi 96%, serta kadar panggilan gagal kurang daripada 2%. Penanda-penanda pencapaian ini jelas mempertunjukkan bahawa DiGi telah mengoptimumkan kelebihan mengendalikan rangkaian GSM1800nya selaras dengan piawaian prestasi industri.

Di samping itu, menyedari betapa pentingnya rangkaian DiGi dapat menampung pertumbuhan lalu lintas masa depan selaras dengan jangkaan pertumbuhan dalam bilangan pelanggan DiGi, Kumpulan telah membuat pelaburan besar untuk mengubahsuaikan rangkaian supaya lebih mantap. Langkah ini telah mengurangkan gangguan rangkaian secara mendadak. Pelaburan berpanjangan jauh seperti ini yang dibuat untuk memenuhi komitmennya kepada pelanggan, mencerminkan inisiatif-inisiatif yang dilaksanakan oleh DiGi setakat ini, dan akan memastikan DiGi berada dalam kedudukan bersedia untuk menghadapi peningkatan bahagian pasaran yang dijangka tercapai dalam tahun-tahun akan datang.



Mobile services

Keeping to its customer-focused strategies, DiGi maintained its strategy of strengthening market share through heightening DiGi's brand perception in tandem with the on-going roll-out of contemporary, lifestyle-based products and services. As such, DiGi's marketing initiatives within the financial period were primarily centred around building brand credibility and awareness through its new Corporate Brand Campaign, as a means of capturing a wider market audience. The stylish and contemporary brand campaign not only creates an emotional bond with consumers and wins their trust, but also appeals to a more expansive target audience and effectively positions DiGi as the preferred choice in the market among current and potential mobile phone users. In addition, the new brand positioning is supported through the consolidation of all customer and public touchpoints to deliver a single brand promise— *"We know how different people are. And what it takes to keep them connected."*

In terms of data services, DiGi scored yet another first when it offered the inter-operator Short Messaging Service (SMS) in cooperation with Celcom in June 2001, before completing the process with all local operators three months later. Through initiating this value-added and cost-saving service, DiGi pro-actively paved the way for growth within the industry by elevating mobile communications a step higher and allowing customers an alternative option of communication when using their mobile handsets. SMS has enabled users to send and receive messages while they are talking on their mobile phones, as well as to send important information and numbers in total privacy and on a secured platform. From a business perspective, companies are now able to forward employees their e-mails and provide them information via

Perkhidmatan mudah-alih

Selaras dengan strategi memberi tumpuan kepada pelanggan, DiGi telah meneruskan usaha menambahkan bahagian pasaran dengan meningkatkan tanggapan terhadap jenama, seiring dengan pelancaran berterusan produk dan perkhidmatan kontemporari dan berunsur gaya hidupnya. Justeru itu, inisiatif-inisiatif pemasaran DiGi dalam tempoh kewangan khusus tertumpu kepada membina kredibiliti dan kesedaran jenama menerusi Kempen Jenama Korporat, sebagai satu cara mendapatkan perhatian pasaran yang lebih meluas. Kempen jenama yang kontemporari dan bergaya ini bukan sahaja menjalin hubungan emosi dengan pelanggan dan mendapatkan kepercayaan mereka, tetapi juga menarik perhatian kumpulan pelanggan sasaran yang lebih luas dan meletakkan DiGi sebagai pilihan utama dalam pasarannya di kalangan para pengguna telefon mudah-alih semasa serta masa depan. Di samping itu kedudukan jenama baru ini disokong menerusi penggabungan semua titik pertemuan dengan pelanggan dan orang ramai untuk memenuhi satu janji jenama— *"Kami sedar semua orang berbeza. Dan kami tahu bagaimana menghubungkan mereka."*

Dari segi perkhidmatan data, DiGi mencatatkan satu lagi sejarah apabila menawarkan Perkhidmatan Pesanan Pendek (SMS) antara pengendali dengan Celcom pada Jun 2001. Perkhidmatan ini kemudiannya disediakan bersama semua pengendali tempatan tiga bulan selepas itu. Dengan menawarkan perkhidmatan nilai tambah yang menjimatkan kos ini, DiGi secara proaktif membuka laluan bagi pertumbuhan dalam industri dengan meningkatkan taraf komunikasi mudah-alih dan memberikan pelanggan pilihan komunikasi alternatif apabila menggunakan telefon mudah-alih mereka. SMS membolehkan pengguna menghantar



SMS, and this once again underscores DiGi's commitment to deliver relevant and convenient services to provide customers with enhanced mobility.

Several activities were organised in the course of the year to promote greater utilisation of SMS, in the form of SMS-based interactive contests, for example, DiGi's *Tomb Raider* SMS Contest, *Wrestlemania* and MTV Promotions, as well as a real-time interactive television contest held in conjunction with the local Anugerah Industri Muzik (AIM) 2001 awards. As SMS culture continues to gain popularity in the local scene, it is evident that the introduction of General Packet Radio Services (GPRS) and even the much talked-about 3G services will further fuel growth in this segment. To this end, DiGi has already begun GPRS trials with its corporate customers based on packet charging, and will continue to focus on delivering more lifestyle-centric services which are high value-added and which offer long-term savings to its customers.

Greater emphasis was also given to the development of alternate distribution avenues to provide *Prepaid Plus* customers with faster and more convenient reload purchase options. In addition to its tie-up with the Maybank group in the previously reviewed financial year, the Group initiated another smart partnership, this time with anchor bank Public Bank Berhad, allowing their mutual customers to purchase their virtual reloads at all Public Bank and Public Finance ATMs nationwide. DiGi was also the first service provider to launch the unique *Whoops!* prepaid reload service, which allows

dan menerima pesanan sambil mereka bercakap menggunakan telefon mudah-alih, serta menghantar maklumat dan nombor penting menerusi landasan yang selamat dengan tahap kerahsiaan penuh. Dari perspektif perniagaan, syarikat-syarikat kini dapat menghantar e-mel dan maklumat menerusi SMS kepada kakitangan. Ini sekali lagi menunjukkan komitmen DiGi untuk membekalkan perkhidmatan yang relevan dan memudahkan untuk memberikan pelanggan kemudahan-alih yang lebih baik.

Beberapa aktiviti telah diadakan dalam tahun yang dilaporkan untuk menggalakkan penggunaan SMS, termasuk pertandingan interaktif berasaskan SMS, seperti Pertandingan SMS *Tomb Raider* DiGi, *Wrestlemania* dan Promosi MTV, serta pertandingan televisyen interaktif pada masa sebenar yang diadakan sempena Anugerah Industri Muzik (AIM) 2001. Oleh kerana budaya SMS semakin berleluasa di negara kita, jelas bahawa pengenalan Perkhidmatan Paket Radio Am (GPRS) dan perkhidmatan 3G yang hangat diperbincangkan akan menjadi pemangkin bagi pertumbuhan dalam segmen ini. Untuk itu, DiGi telah memulakan ujian GPRS bersama para pelanggan korporatnya, berdasarkan yuran paket, dan akan terus memberi tumpuan membekalkan lebih banyak perkhidmatan berunsur gaya hidup, yang memberi nilai tambah dan penjimatan jangka panjang kepada para pelanggannya.

Penekanan lebih kukuh juga diberikan kepada pembangunan saluran pengedaran alternatif untuk memberi pilihan pembelian isi semula yang lebih pantas dan mudah kepada para pelanggan *Prepaid Plus*. Selain daripada pakatannya dengan kumpulan Maybank dalam tahun kewangan sebelum ini, Kumpulan telah menjalin satu lagi perkongsian pintar, kali ini dengan bank teras Public Bank Berhad, untuk membolehkan para pelanggan bersama membeli isian semula maya

reloads without the use of PINS or cards at 500 Electronic Data Capture (EDC) terminals throughout the country. Another cutting-edge reload alternative, Star Codes, was also introduced in September, a fast and efficient method which reduces dependency on the Interactive Voice Response (IVR) ports to accommodate the growth in customer numbers. In addition to offering these convenient and effective reload methods, DiGi is also currently the only telecommunications company in the country to offer prepaid reloads 24-hours a day through its partnership with Convenience Shopping Sdn Bhd, owner and operator of 7-Eleven stores in the country. It is clear that initiatives such as these have kept DiGi in the forefront, and more importantly, boosted its high value service which has been the success factor behind its prepaid popularity.

Customers are also fast recognising the fact that DiGi offers greater coverage for customers who travel abroad through a wide selection of roaming networks operating at both GSM1800 and GSM900 frequency bands. As the number of its roaming partners increased further by 32 to hit 131 operators in 80 countries, DiGi has come to be seen as an industry leader in the provision of comprehensive International Roaming services. This encouraging public response will see the number of DiGi's roaming partners continue to swell as more roaming partners are aggressively sought out worldwide.

di semua ATM Public Bank dan Public Finance di seluruh negara. DiGi juga merupakan penyedia perkhidmatan pertama untuk melancarkan perkhidmatan isi semula pra-bayar *Whoops!*, yang membolehkan isian semula dibuat tanpa menggunakan PIN atau kad di 500 terminal Imbasan Data Elektronik (EDC) di seluruh negara. Satu lagi alternatif isi semula terkini, iaitu Star Codes, juga telah diperkenalkan pada bulan September. Kaedah ini merupakan satu cara yang pantas dan cekap, yang mengurangkan penggunaan pangkalan Respons Suara Interaktif (IVR), bagi melayan bilangan pelanggan yang semakin bertambah. Di samping menawarkan kaedah isi semula yang mudah dan berkesan, DiGi juga pada masa ini merupakan satu-satunya syarikat telekomunikasi di negara ini yang menawarkan isian semula pra-bayar 24 jam menerusi kerjasamanya dengan Convenience Shopping Sdn Bhd, pemilik dan pengendali kedai-kedai 7-Eleven di negara ini. Jelas bahawa inisiatif-inisiatif seperti ini telah mengekalkan DiGi di tempat hadapan, dan lebih penting lagi menggalakkan perkhidmatan bernilai tingginya, yang menjadi faktor di sebalik populariti perkhidmatan pra-bayar DiGi.

Para pelanggan semakin menyedari hakikat bahawa DiGi menawarkan liputan yang lebih meluas bagi pelanggan yang ingin mengembara ke luar negara melalui liputan rangkaian perantaraan menggunakan jalur frekuensi GSM1800 dan GSM900 yang disediakan. Berikutan penambahan sebanyak 32 lagi rakan perantaraan, DiGi kini bekerjasama dengan 131 pengendali di 80 buah negara. Dengan itu, DiGi dilihat sebagai pemimpin industri dalam penyediaan perkhidmatan Perantaraan Antarabangsa yang menyeluruh. Sambutan umum yang menggalakkan ini pasti akan membawa peningkatan dalam bilangan rakan perantaraan DiGi, yang dicari secara agresif di seluruh pelusuk dunia.



DiGi Prepaid Plus

DiGi continued to chart encouraging growth within the prepaid segment despite the proliferation of prepaid market offerings by its competitors. As there continued to be growing acceptance and increased demand for the service from the younger market segments particularly, DiGi followed through by strengthening its *Prepaid Plus* brand positioning in line with its new overall Corporate Brand strategy. Leveraging on the strong market recognition of the DiGi brand as innovative and trendy, the group continued to invest in positioning the brand as innovative, contemporary, world-class and lifestyle-centric, as a means of captivating a wider market audience.

As such, a series of initiatives were carried out to reinforce the contemporary new face of DiGi's *Prepaid Plus* through both print and electronic media, including interactive radio promotions such as DiGi's *Madonna Music Maniac* joint-promotion with Mix FM station, *SMS Radio Campaign*,

DiGi Prepaid Plus

DiGi terus mencatatkan pertumbuhan yang menggalakkan dalam segmen pra-bayar walaupun pelbagai produk pra-bayar ditawarkan oleh para pesaingnya. Memandangkan perkhidmatan ini semakin diterima dengan meluas dan terdapat permintaan yang bertambah di kalangan golongan muda, DiGi telah memperkukuhkan jenama *Prepaid Plus* selaras dengan strategi Jenama Korporat keseluruhannya. Mengambil kesempatan daripada pengiktirafan kuat pasaran terhadap jenama DiGi, yang dianggap sebagai inovatif dan bergaya, Kumpulan terus membuat pelaburan untuk memaparkan jenama DiGi sebagai inovatif, kontemporari, bertaraf dunia dan berunsur gaya hidup, dalam usahanya mendapatkan perhatian pasaran yang lebih luas.

Oleh yang demikian, satu siri inisiatif telah dilaksanakan untuk memaparkan wajah baru kontemporari *DiGi Prepaid Plus* menerusi media cetak dan elektronik, yang merangkumi promosi radio interaktif seperti promosi *Madonna Music Maniac* bersama Mix FM, *SMS Radio Campaign*, *Saturday Shoutouts* dan *Hitz Top 30* bersama Hitz FM dan juga *Salam Era* bersama Radio Era. Antara tawaran menarik lain yang dilancarkan dalam tempoh yang dilaporkan termasuk promosi *Bonus Airtime* DiGi dan promosi *cash in on talkin'* di musim perayaan, yang telah menggalakkan penggunaan perkhidmatan *Prepaid Plus* dengan ciri-ciri penjimatan kosnya.



Saturday Shoutouts and *Hitz Top 30* with Hitz FM station as well as the *Salam Era* with Radio Era. Other attractive offers launched within the review period include DiGi's *Bonus Airtime Promotion* and its festive *cash in on talkin' Promotion*, which have encouraged greater usage of the *Prepaid Plus* service through their cost-saving features.

DiGi Mobile One

Despite some challenges faced in terms of high churn within DiGi's postpaid segment, DiGi's *Mobile One*, with its innovative *One Premier*, *One Power* and *One Friends* call plans, continued to see subscriber growth, albeit at a slower pace. DiGi adopts a strict verification procedure within a tight window to determine its active postpaid subscribers and this has resulted in some erosion of growth. Nevertheless, the Group has undertaken strong measures towards retaining its numbers through a strategic reevaluation of its subscriber recruitment process, and by continuing its focus on providing total office solutions through the creative bundling of services. As more corporate and business users come to recognise and respond to the cost-savings represented in DiGi's postpaid call plans, the Group is confident of strengthening growth in this segment.

Mobile Internet - djuice™

As DiGi's djuice™ continued to experience subscriber growth through the *djuice-Mania* roadshows held earlier in the year, further efforts were initiated to promote greater awareness of the service in the marketplace. These include joint-promotions with Golden Screen Cinemas (GSC) for previews to movies such as *Dude*, *Where's My Car?* and *Final Fantasy* utilising the djuice-powered *DiGi Mobile Movie-Booking Service*, where users were given the opportunity to test out the unique djuice™ functions for themselves to win free tickets to these special screenings.

DiGi Mobile One

Walaupun menghadapi cabaran kadar perpindahan tinggi dalam segmen pasca-bayar DiGi, perkhidmatan *DiGi Mobile One*, dengan rancangan panggilan inovatif *One Premier*, *One Power* dan *One Friends*, terus mencatatkan pertumbuhan pelanggan, walaupun pada kadar yang lebih rendah. DiGi mengamalkan prosedur pengesahan ketat untuk menentukan pelanggan pasca-bayar yang aktif, dan ini telah sedikit sebanyak menjejaskan tahap pertumbuhannya. Bagaimanapun, Kumpulan telah mengambil langkah-langkah kukuh untuk mengekalkan pelanggannya menerusi penilaian semula proses pemerolehan pelanggan dan meneruskan tumpuannya untuk membekalkan rumusan pejabat menyeluruh menerusi penggabungan perkhidmatan yang kreatif. Dengan lebih ramai pengguna korporat dan perniagaan semakin menyedari dan memanfaatkan penjimatan kos yang ditawarkan oleh rancangan panggilan pasca-bayar DiGi, Kumpulan yakin dapat memacu pertumbuhan dalam segmen ini.

Internet Mudah-Alih - djuice™

Memandangkan djuice™ DiGi terus mengalami pertumbuhan pelanggan hasil daripada pameran bergerak *djuice-Mania* yang diadakan awal tahun ini, usaha lanjut telah dilaksanakan untuk mewujudkan kesedaran tentang perkhidmatan ini di pasaran. Antaranya termasuk promosi bersama dengan Golden Screen Cinemas (GSC) yang membolehkan tempahan wayang dibuat bagi tayangan pratonton filem-filem seperti *Dude*, *Where's My Car?* dan *Final Fantasy* menggunakan Perkhidmatan Tempahan Wayang Mudah-Alih DiGi yang berlandaskan djuice™. Para pengguna telah diberi peluang untuk menguji sendiri fungsi unik djuice™ dan memenangi tiket menyaksikan tayangan-tayangan istimewa tersebut.



In the period under review also, DiGi launched several other innovative and creative services in addition to its earlier successful introduction of *DiGi Mobile Dedications*. In July, the Group launched its *DiGi Mobile Downloads*, yet another value-added offering which enables customers to personalise their compatible Nokia phones by downloading exciting ringtones, phone logos as well as caller group and picture messaging graphics. This first-ever introduction within the industry offers the service via the DiGi website, Wireless Application Protocol (WAP) and SMS platforms around-the-clock, and affirms DiGi's time-honoured commitment as an innovative telecommunications company that offers alternative, unconventional services to delight its customers. Through encouraging more users to experience these dynamic customisation and personalisation features via *djuice™* the service is certain to see greater growth in the year ahead.

International services

In the financial period under review, DiGi's International Carrier Services continued to grow in the face of intensifying competition in the global terminating and transit traffic marketplace, not only from new Application Service Providers (ASPs), but other domestic and global carriers as well.

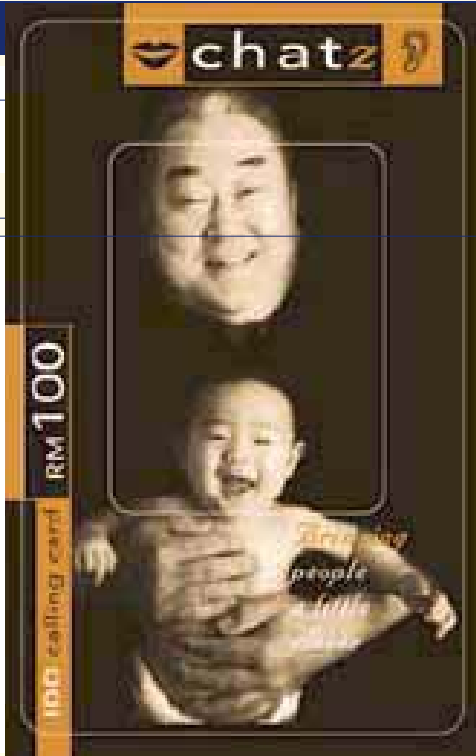
Generally speaking, accounting rates were more stable in the span of the eight-month period under review, due to the fact that the rates closely approached "cost-based" prices. Nevertheless, there were some exceptions in the form of countries with relatively closed telecommunication markets who continued to maintain high rates. Despite most accounting rates approaching floor level, there was a persistent demand for still lower and more competitive pricing. These tended to inflict a constant downward pressure on overall profit margins.

Dalam tempoh yang dilaporkan, DiGi juga telah melancarkan beberapa perkhidmatan yang inovatif dan kreatif, sebagai tambahan kepada perkhidmatan *DiGi Mobile Dedications* yang berjaya diperkenalkan sebelum ini. Pada bulan Julai, Kumpulan telah melancarkan *DiGi Mobile Downloads*, iaitu satu lagi tawaran nilai tambah yang membolehkan pelanggan membuat penyesuaian peribadi kepada telefon mudah-alih Nokia mereka yang serasi, dengan menyalin turun nada dering, logo telefon dan juga grafik kumpulan pemanggil dan pesanan gambar yang menarik. Perkhidmatan yang diperkenalkan buat pertama kali dalam industri ini ditawarkan menerusi laman web DiGi, serta landasan Protokol Aplikasi Tanpa Wayar (WAP) dan SMS, siang dan malam, dan menguatkan komitmen DiGi sebagai syarikat telekomunikasi inovatif yang menawarkan perkhidmatan alternatif dan luar biasa yang menggembirakan para pelanggannya. Dengan menggalakkan lebih ramai pengguna menikmati ciri-ciri penyesuaian dan keperibadian dinamik ini, perkhidmatan *djuice™* dijangka terus berkembang pada tahun ini.

Perkhidmatan antarabangsa

Dalam tempoh kewangan yang dilaporkan, Perkhidmatan Pembawa Antarabangsa DiGi terus berkembang walaupun menghadapi persaingan sengit dalam pasaran lalu lintas penamatan dan transit global, bukan sahaja daripada Pembekal Perkhidmatan Aplikasi baru (ASP), tetapi juga daripada pembawa tempatan dan juga global.

Pada amnya, kadar perakaunan lebih stabil dalam tempoh lapan bulan yang dilaporkan. Ini kerana kadar telah hampir mencapai harga "berasaskan kos". Bagaimanapun, terdapat beberapa pengecualian seperti di negara-negara dengan pasaran telekomunikasi tertutup yang terus mengekalkan kadar yang tinggi. Walaupun kadar perakaunan



In addition to this, the Malaysian Communications and Multimedia Commission's (MCMC) move to issue additional ASP licenses within the domestic wholesale market fueled competition within the local market, resulting in greater erosion of STD and IDD outbound rates. This created a situation whereby carriers were faced with the need to generate substantial increases in traffic in order to maintain revenue. As such, it was no surprise that the industry witnessed the cessation of services of a number of carriers who had invested heavily and depended solely on the wholesale business.

Given these challenging market conditions, DiGi took concrete steps to maintain its strategy of generating more outbound IDD traffic in the period under review. Through the previously established circuits with foreign correspondent carriers via undersea cable systems such as the Asia Pacific Cable Network (APCN), the China-US Cable and the South East Asia-Middle East-Western Europe Cable Network (SMW-3), DiGi was able to continue to increase the number of direct partnerships with foreign correspondents. The provision of these

hampir mencapai tahap paling rendah, terdapat permintaan berterusan bagi harga yang lebih rendah dan berpatutan. Akibatnya, margin keuntungan keseluruhan sentiasa tertekan.

Di samping itu, langkah Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (MCMC) untuk mengeluarkan lesen (ASP) tambahan di dalam pasaran borong domestik telah mencetus persaingan sengit di pasaran tempatan, menyebabkan kadar STD dan IDD keluar semakin terjejas. Perkembangan ini telah mewujudkan keadaan di mana pembawa perlu menjana peningkatan besar dalam lalu lintas untuk mengekalkan hasil pendapatan. Justeru itu, adalah tidak menghairankan apabila beberapa pengendali yang membuat pelaburan besar dan bergantung semata-mata atas perniagaan borong telah menamatkan perkhidmatan.

Menghadapi keadaan pasaran yang mencabar, DiGi telah mengambil beberapa langkah konkrit untuk mengekalkan strategi menghasilkan lebih banyak lalu lintas IDD dalam tempoh yang dilaporkan. Menerusi litar yang telah dipasang sebelum ini dengan rakan pengendali asing menggunakan sistem kabel bawah laut, seperti *Asia Pacific Cable Network (APCN)*, *China-US Cable* dan *South East Asia-Middle East-Western Europe Cable Network (SMW-3)*, DiGi berupaya meningkatkan bilangan perkongsian langsung dengan pengendali asing. Penyediaan litar-litar langsung tambahan untuk menampung lalu lintas menerusi laluan yang boleh dipercayai dan

additional direct circuits for carrying traffic on routes that are reliable and of acceptable quality brought about a corresponding increase in traffic volume which in turn necessitated the expansion of DiGi's international switching capacity. As such, the ISC-1 was upgraded at the end of April 2001 while the upgrade of ISC-2 was completed at the end of January 2002.

To date, the MCMC has issued a total of 15 ASP licenses. Most of these ASPs have fully utilised their licences and are providing STD and IDD services via VoIP networks, thus lowering entry costs and stepping up competition in the wholesale business. Adapting quickly to these changes, DiGi has taken the pro-active approach of offering international connectivities to some of these operators, for which it has experienced some measure of success.

The sale of DiGi's *chatz* also continued to be a focal point between May and December 2001, with an increase in revenue for the eight-month period. There were also notable reductions in operating costs through significant savings in satellite transponder rental with the ongoing migration of existing satellite-connected circuits to cable.

berkualiti ini telah membawa kepada peningkatan sejajar dalam volum lalu lintas. Ini pula menyebabkan kapasiti pensuisan antarabangsa DiGi terpaksa diperkembangkan. Justeru itu, ISC-1 telah dipertingkatkan pada akhir April 2001 manakala peningkatan ISC-2 telah diselesaikan pada akhir Januari 2002.

Sehingga kini, Suruhanjaya (MCMC) telah mengeluarkan sejumlah 15 lesen ASP. Kebanyakan ASP ini telah memanfaatkan sepenuhnya lesen mereka dan menyediakan perkhidmatan STD dan IDD menerusi rangkaian VoIP, lantas mengurangkan kos penyertaan dan meningkatkan persaingan dalam perniagaan borong. DiGi, yang menyesuaikan diri dengan pantas kepada perubahan-perubahan ini, telah mengambil pendekatan proaktif menawarkan sambungan antarabangsa kepada beberapa pengendali tersebut, dan langkah ini telah sedikit sebanyak menghasilkan kejayaan.

Jualan *chatz* DiGi juga terus menjadi tumpuan utama dari Mei hingga Disember 2001 dengan peningkatan hasil dalam tempoh lapan bulan yang dilaporkan. Terdapat penjimatan besar dalam sewa transponder satelit melalui pemindahan litar sambungan satelit yang sedia kepada kabel, dan ini telah menghasilkan pengurangan ketara dalam kos operasi.



Fixed network services

Equal Access

The primary focus for the Group's Equal Access service during the financial period under review was to take stock of its active subscriber base. This evaluation was performed through a cleaning-up exercise undertaken over eight months to weed out zero revenue customers, thus increasing active line Average Revenue Per User (ARPU) towards generating consistent revenue in this business area.

As a means of identifying and maintaining quality customers also, the Group continued its on-going efforts to establish closer customer relationships, as well as cultivate strong customer loyalty through implementing innovative loyalty programmes. In the review period, for example, DiGi launched a loyalty programme honouring the top 200 business and residential customers respectively, with surprise rewards given to these deserving customers as tokens of DiGi's appreciation.

Bizline service

DiGi introduced its innovative *Bizline* product in December 2001 which enables Other License Network Operators (OLNO) subscribers to utilise DiGi's network. This new product will not only encourage more users to experience DiGi's network service, but will continue to favourably position DiGi as a service provider that is committed to delighting customers with its convenient and cost-saving products and services.

Perkhidmatan rangkaian tetap

Akses Sama Rata

Tumpuan utama perkhidmatan Akses Sama Rata Kumpulan dalam tempoh kewangan yang dilaporkan ialah mengenalpasti bilangan pelanggan aktifnya. Penilaian ini dibuat menerusi proses mengemaskini yang dilaksanakan selama lapan bulan bagi mengeneipkan pelanggan perolehan sifar, dan seterusnya meningkatkan Purata Hasil Bagi Setiap Pengguna talian aktif. Proses ini dilaksanakan supaya hasil pendapatan konsisten dapat dijana dalam bidang perniagaan ini.

Untuk mengenalpasti dan mengekalkan pelanggan berkualiti, Kumpulan telah meneruskan usahanya untuk menjalin hubungan yang lebih rapat, di samping memupuk kesetiaan pelanggan yang kukuh, dengan melaksanakan program kesetiaan yang inovatif. Sebagai contoh, dalam tempoh laporan, DiGi telah melancarkan program kesetiaan yang mengiktiraf 200 pelanggan perniagaan dan rumah yang utama. Ganjaran mengejut telah diberikan kepada para pelanggan setia ini sebagai tanda penghargaan daripada DiGi.

Perkhidmatan Bizline

DiGi memperkenalkan produk talian perniagaan *Bizline* yang inovatif pada Disember 2001 yang membolehkan Pengendali Rangkaian Berlesen Lain (OLNO) menggunakan rangkaian DiGi. Produk baru ini bukan sahaja menggalakkan lebih ramai pengguna menikmati perkhidmatan rangkaian DiGi, tetapi juga terus meletakkan DiGi di kedudukan baik sebagai penyedia perkhidmatan yang berkomitmen untuk menggembarakan pelanggan menerusi produk dan perkhidmatan yang memudahkan mereka dan menjimatkan kos.



Fixed line service

DiGi's fixed line service showed a gradual revenue increase in the period under review, despite the overall telecommunications sector slowdown. The growth was attributed to the introduction of account management by DiGi's sales team in line with its strategy of increasing its building penetration rate. In tandem with this, the Group took firm stopgap measures to address the need for greater line reliability by replacing inferior radio links with fiber or newly-designed links, thus significantly improving the fixed line service quality. Complementing these efforts through creative cross-bundling of the fixed line service with its innovative mobile products and value-added international services, DiGi has come to be recognised as a telecommunications service operator that is able to provide customised solutions to the business and corporate market segments.

Customer service

Given the economic climate, it goes without saying that the financial period between May 1 and December 31, 2001 proved to be a rigorous period for the Customer Service Division. Through the efforts of its core units, namely the Customer Care Unit, DiGi Centre Operations, Quality Procedures and Training (QPT) and Customer Relationship Management (CRM), a number of key initiatives were successfully implemented towards improving overall performance and enabling DiGi to work towards its goal of providing best-in-class service to its valued customers.

Perkhidmatan talian tetap

Perkhidmatan talian tetap DiGi mencatatkan peningkatan hasil yang beransur-ansur dalam tempoh yang dilaporkan, walaupun menghadapi kemelesetan dalam sektor telekomunikasi secara keseluruhannya. Pertumbuhan dicapai kerana pasukan jualan DiGi telah memperkenalkan pengurusan akaun, selaras dengan strateginya meningkatkan kadar penembusan bangunan. Bagi melaksanakan strategi tersebut, Kumpulan telah mengambil tindakan tegas untuk memenuhi keperluan pelanggan bagi talian yang boleh dipercayai dengan menggantikan sambungan radio yang kurang memuaskan dengan sambungan serat atau sambungan reka bentuk baru, lantas meningkatkan kualiti perkhidmatan talian tetap secara mendadak. Dengan menyokong usaha ini menerusi penggabungan kreatif perkhidmatan talian tetap dengan produk mudah-alih yang inovatif dan perkhidmatan antarabangsa bernilai tambah, DiGi telah diiktiraf sebagai pengendali perkhidmatan telekomunikasi yang mampu membekalkan rumusan disesuaikan kepada segmen pasaran perniagaan dan korporat.

Perkhidmatan pelanggan

Memandangkan keadaan ekonomi, tidak dinafikan bahawa tempoh kewangan antara 1 Mei dan 31 Disember, 2001 terbukti amat mencabar bagi Bahagian Perkhidmatan Pelanggan. Melalui usaha unit-unit terasnya, iaitu Unit Penjagaan Pelanggan, Operasi Pusat DiGi, Prosedur Kualiti dan Latihan (QPT) dan Pengurusan Hubungan Pelanggan (CRM), beberapa inisiatif penting telah berjaya dilaksanakan untuk meningkatkan prestasi



While Call Centre activities still centred largely on voice interfaces, there was an increasingly upward trend of DiGi customers utilising other channels of support, chiefly web interface modules, within the review period. To maximise the efficient handling of high and inconsistent call volume, the unit continued to seek cost-effective ways of increasing the level of service delivery and accuracy, while boosting staff morale. This was best reflected at DiGi Centres across the nation, where Key Performance Indicators (KPI) targets were consistently met within the financial period under review, a commendable performance in the face of challenges from postpaid and prepaid billing system upgrades.

Recognising that training is a crucial factor in providing our customers with best-in-class service quality, the Group invested in relevant training programmes and workshops. Focusing on DiGi Centre frontliners who function as DiGi's ambassadors, the end objective of these training initiatives has been to provide differential customer service and to increase public awareness of DiGi's presence and contemporary products and service capabilities. As a prelude towards gearing, building and fostering the desired customer service ethic also, DiGi has already begun to implement a comprehensive holistic customer service training programme that will equip its customer service frontliners with the desired competencies and instill customer-centric values. As with all its current business initiatives, the Group will continue its efforts to re-engineer existing processes to further empower its customer service agents, in striving towards the complete automation of workflow processes in the year ahead.

keseluruhan dan membolehkan DiGi memenuhi matlamatnya menyediakan perkhidmatan terbaik dalam kelasnya kepada para pelanggan yang dihargai.

Walaupun kegiatan Pusat Panggilan masih tertumpu kepada hubungan suara, semakin ramai pelanggan DiGi menggunakan saluran sokongan lain, terutamanya menerusi Internet, dalam tempoh yang dilaporkan. Untuk menguruskan volum panggilan yang tinggi tetapi tidak konsisten dengan cekap, unit ini terus berusaha mencari cara yang menjimatkan kos untuk meningkatkan tahap pembekalan perkhidmatan dan ketepatan, sambil meningkatkan semangat kakitangan. Kejayaan usaha tersebut dapat dilihat di Pusat-Pusat DiGi di seluruh negara, yang telah berjaya memenuhi sasaran Petunjuk Prestasi Penting (KPI) secara konsisten dalam tempoh kewangan yang dilaporkan. Ini adalah satu pencapaian yang memberangsangkan memandangkan cabaran yang dihadapi daripada peningkatan taraf sistem pengeluaran bil pasca-bayar dan pra-bayar.

Menyedari bahawa latihan merupakan faktor penting untuk membekalkan pelanggan dengan kualiti perkhidmatan terbaik dalam kelasnya, Kumpulan telah membuat pelaburan dalam program latihan dan bengkel yang berkaitan. Dengan memberi tumpuan kepada kakitangan barisan hadapan Pusat DiGi yang berfungsi sebagai duta DiGi, matlamat akhir inisiatif-inisiatif latihan tersebut ialah menyediakan perkhidmatan pelanggan dibezakan dan meningkatkan kesedaran umum tentang kehadiran DiGi dan keupayaan produk dan perkhidmatannya. Sebagai langkah awal untuk memupuk, membina dan menggalakkan etika perkhidmatan pelanggan yang dikehendaki, DiGi telah memulakan program latihan perkhidmatan pelanggan menyeluruh yang melengkapkan

Gearing itself towards realising its overall vision and to meet its short-term targets, DiGi's Quality, Procedures and Training (QPT) Department played an integral part within the Customer Service Division to ensure sound and focused fundamentals, and the establishing of strong building blocks, effective business processes and good support structures. In its quest to achieve these goals, the department continued its efforts to ensure the development and implementation of the necessary tools to assist in supporting the smooth-running of Operation & System processes and procedures, as well as to equip frontline staff via comprehensive skills and knowledge training.

In order to have a more accurate and better understanding of its customer service performance, QPT has taken steps to launch a dynamic service tracking programme which adopts a customer perspective of the service experience. The QPT team has not only developed and implemented timely procedures to support the launch of DiGi's new promotions and services, but also successfully maintained high service quality levels through identifying and swiftly addressing all existing service performance gaps. In line with this, an online Intranet-based work tool is being planned with the Information Technology Division to facilitate instant information access.

Meanwhile, the Customer Relationship Management (CRM) Department's overall mission to identify, attract, retain and grow profitable customer relationships saw the establishing of several key focus areas in the course of the review period. In this, the Customer Knowledge Management unit continued developing and maintaining a comprehensive central repository of customer information to enable end users in the organisation to access the same customer profile. One of the key activities carried out in this area was the running of monthly statisti-

kaitangan perkhidmatan pelanggan barisan hadapannya dengan kemahiran yang diperlukan dan memupuk nilai-nilai yang mengutamakan pelanggan. Seperti semua inisiatif perniagaan semasanya, Kumpulan akan terus berusaha menyusun semula proses-proses yang sedia ada untuk terus memahirkan ejen perkhidmatan pelanggannya, dan seterusnya melaksanakan automasi sepenuh proses aliran kerjanya pada tahun ini.

Bagi membuat persiapan merealisasikan wawasan keseluruhan dan memenuhi sasaran jangka pendeknya, Jabatan Prosedur Kualiti dan Latihan (QPT) memainkan peranan penting dalam Bahagian Perkhidmatan Pelanggan untuk menjamin asas yang mantap dan tertumpu, di samping mewujudkan landasan pembinaan yang kukuh, proses perniagaan yang berkesan dan struktur sokongan yang baik. Untuk mencapai matlamat-matlamat ini, jabatan tersebut meneruskan usaha memastikan pembangunan dan implementasi alat-alat yang diperlukan bagi menyokong pengendalian lancar proses dan prosedur Operasi & Sistem, di samping melengkapkan kakitangan barisan hadapan dengan latihan kemahiran dan pengetahuan yang komprehensif.

Bagi memahami prestasi perkhidmatan pelanggan dengan lebih tepat dan lebih baik, QPT telah mengambil langkah melancarkan program penjejakan perkhidmatan dinamik yang menggunakan perspektif pelanggan semasa menerima perkhidmatan. Pasukan QPT bukan sahaja telah membangunkan dan melaksanakan prosedur-prosedur yang tepat pada masanya untuk menyokong pelancaran promosi dan perkhidmatan baru DiGi, tetapi telah berjaya mengekalkan tahap kualiti perkhidmatan yang tinggi dengan mengenalpasti dan segera menangani segala jurang prestasi perkhidmatan yang

cal models to predict customer behavior, as a support tool for monthly proactive customer retention campaigns. This was implemented along with the on-going roll-out of the business intelligence system for flexible access to customer information and the strategic analysis of customer and churn trends via internal and external research.

An overall framework for customer loyalty programmes was also formulated to enhance profitable customer relationships, targeted at churn hot spots and high-end customers. Several special loyalty schemes were implemented to provide customers with comprehensive loyalty incentives and rewards based on their customer value, and to allow premier customers to enjoy priority services. These programmes are continually reviewed to ensure the consistent and personalised appreciation of DiGi's faithful customers to date. As the customer focus underwent a shift from transaction to relationship, the Customer One-to-One Communication unit responded quickly to meet the challenge of developing a communication strategy that encompasses the total lifecycle of a customer. Towards this end, several initiatives were undertaken during the review period, chief among which was the finalising of a framework for employing the appropriate customer communication medium and message targeted at specific customer segments at specific events or timelines.

wujud. Selaras dengan itu, sebuah alat bantuan kerja berasaskan Intranet sedang dirancang bersama Bahagian Teknologi Maklumat untuk membolehkan maklumat diakses dengan serta-merta.

Sementara itu, misi keseluruhan bagi Jabatan Pengurusan Hubungan Pelanggan (CRM) untuk mengenalpasti, menarik, mengekalkan dan memperkembangkan hubungan pelanggan yang menguntungkan telah mewujudkan beberapa bidang tumpuan utama dalam tempoh yang dilaporkan. Unit Pengurusan Pengetahuan Pelanggan telah terus membangunkan dan menyelenggarakan pusat simpanan maklumat pelanggan yang menyeluruh untuk membolehkan pengguna akhir dalam organisasi mengakses profil pelanggan yang sama. Salah satu daripada kegiatan penting yang dijalankan di sini ialah penggunaan model statistik bulanan untuk meramalkan gelagat pelanggan, sebagai alat sokongan bagi kempen bulanan proaktif untuk mengekalkan pelanggan. Model tersebut digunakan seiring dengan pelaksanaan semasa sistem risikan perniagaan, untuk membolehkan pengaksesan maklumat pelanggan secara lebih fleksibel dan melakukan analisis strategik trend pelanggan dan perpindahan menerusi penyelidikan dalaman dan luaran.

Satu rangka kerja keseluruhan bagi program-program kesetiaan pelanggan juga telah dirumuskan untuk meningkatkan hubungan pelanggan yang menguntungkan, dan ini disasarkan kepada para pelanggan yang mungkin berpindah serta pelanggan peringkat atasan. Beberapa skim kesetiaan khas telah dilaksanakan bagi memberikan insentif dan ganjaran kesetiaan yang menyeluruh kepada pelanggan berdasarkan nilai mereka, dan membolehkan pelanggan nilai tinggi menikmati keutamaan dalam perkhidmatan.



Along with these, there was also the on-going development of an e-CRM platform, whereby the focus has been the development of an integrated customer touchpoint to ensure consistent customer experience across all channels, as well as the migration of multiple disparate customer communication channels to a full customer contact centre. This and other customer interaction channels such as the Online Customer Service (OCS) will continue to be fully optimised to enhance customer convenience and reduce cost through improved efficiency.

Future plans

DiGi has positioned itself to meet the challenges ahead through maintaining a consistent focus on growing its core businesses within the context of practical innovation. Adhering to its strategy of differential and personalised customer service, DiGi will maintain a pro-active stance in the delivery

Program-program tersebut sentiasa dikaji untuk memastikan pelanggan setia DiGi diberi penghargaan secara peribadi dan konsisten. Oleh kerana tumpuan pelanggan kini telah berubah daripada berasaskan urusniaga kepada hubungan, unit Komunikasi Pelanggan Bersemuka telah bertindak balas pantas untuk memenuhi cabaran membangunkan strategi komunikasi yang merangkumi seluruh kitaran hayat pelanggan. Beberapa inisiatif telah dilaksanakan kearah ini dalam tempoh yang dilaporkan, antaranya termasuk menyiapkan rangka kerja bagi menggunakan media dan pesanan komunikasi pelanggan yang sesuai dan disasarkan kepada segmen pelanggan khusus pada keadaan atau masa tertentu.

Sejajar dengan inisiatif-inisiatif tersebut, satu landasan e-CRM juga sedang diusahakan, di mana tumpuan diberikan kepada pembangunan titik pertemuan pelanggan bersepadu untuk menjamin pengalaman konsisten bagi pelanggan di seluruh rangkaian. Di samping itu, pelbagai saluran komunikasi pelanggan berbeza telah disatukan menjadi satu pusat hubungan pelanggan yang lengkap. Saluran hubungan pelanggan ini dan saluran interaksi lain seperti Perkhidmatan Pelanggan Dalam Talian (OCS) akan terus dimanfaatkan untuk meningkatkan kemudahan pelanggan dan menjimatkan kos melalui peningkatan kecekapan.

Rancangan masa depan

DiGi telah meletakkan dirinya di kedudukan yang baik untuk memenuhi segala cabaran masa depan yang bakal dihadapi, dengan mengekalkan tumpuan konsisten bagi membina perniagaan-perniagaan terasnya dalam konteks inovasi praktikal. Menerusi strategi menyediakan perkhidmatan pelanggan yang dibezakan dan

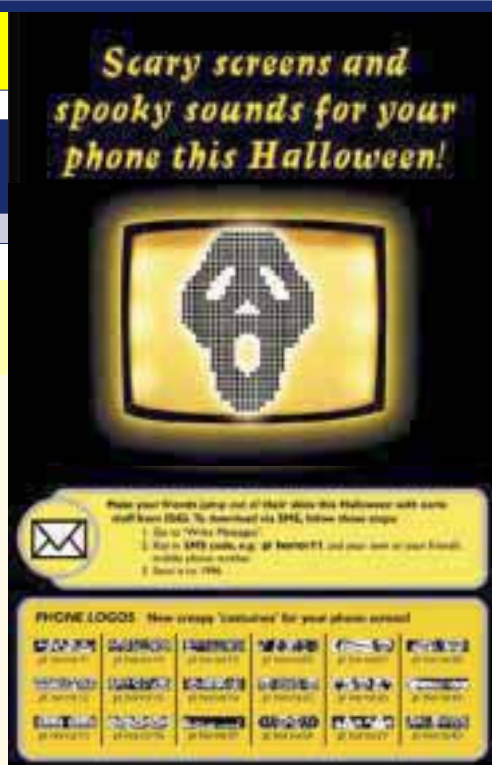


of its contemporary and lifestyle-based products and services and this unwavering emphasis will continue to shape its future initiatives.

One vital focus area that will receive greater emphasis in the months ahead is that of expanding DiGi's sales and distribution channels. Recognising that customer convenience is the key to inspiring greater customer confidence and loyalty, DiGi is committed to exploring more innovative and user-friendly avenues to introduce its lifestyle-centric and contemporary products and services across a wider range of customer profiles. As such, there is a constant monitoring and re-evaluation of existing distribution channels to ensure the effective and focused targeting of emerging niche market segments. The Group will continue to develop its non-traditional distribution channels, such as via partnerships with various financial institutions and retail chains to provide both physical as well as virtual reload alternatives, to both new and existing customers. By this also, the Group aims to improve customer satisfaction and consequently reduce churn. More importantly, through the effective building of its sales and distribution channels, DiGi once again demonstrates its unwavering focus on customer convenience, which is the prime motivation behind the introduction of these innovative alternatives.

disesuaikan secara peribadi, DiGi akan terus mengambil pendirian proaktif dalam membekalkan produk dan perkhidmatan kontemporari dan berasaskan gaya hidup. Penekanan kukuh ini akan terus membentuk inisiatif-inisiatifnya pada masa depan.

Satu bidang tumpuan penting yang akan diberi penekanan dalam tempoh beberapa bulan akan datang ialah usaha memperkembangkan saluran jualan dan pengedaran DiGi. Menyedari bahawa kemudahan pelanggan menjadi kunci kepada keyakinan dan kesetiaan pelanggan, DiGi berkomitmen untuk mencari cara yang lebih inovatif dan mesra pengguna untuk memperkenalkan produk berunsur gaya hidup dan kontemporari di seluruh julat profil pengguna. Justeru itu, saluran pengedaran yang sedia ada akan sentiasa dipantau dan dinilai semula untuk memastikan segmen pasaran khusus yang baru muncul dapat disasarkan dengan berkesan dan tertumpu. Kumpulan akan terus membangunkan saluran pengedaran bukan tradisional, antaranya menerusi kerjasama dengan beberapa insitituti kewangan dan rangkaian jualan untuk menyediakan pilihan isi semula fizikal dan maya kepada pelanggan baru dan sedia ada. Melalui usaha ini, Kumpulan ingin meningkatkan kepuasan pelanggan dan seterusnya mengurangkan perpindahan. Lebih penting lagi, dengan membangunkan saluran jualan dan pengedarannya dengan berkesan, DiGi sekali lagi menunjukkan tumpuan tidak berbelah bahagi terhadap kemudahan pelanggan, yang menjadi dorongan utama di sebalik pengenalan alternatif-alternatif inovatif ini.



The Group will continue to work towards increasing its revenue through the systematic targeting of high value customers by specifically tailoring its value-added offerings. Despite the economic slow-down within the region, and the telecommunications sector as a whole, the Group will not compromise on its customer commitment and will continue to deliver relevant lifestyle-based services in keeping with DiGi's innovative and contemporary brand personality.

In this, DiGi holds the advantage over its competitors and stands to benefit greatly through the invaluable investment support and technological commitment of its new majority shareholder, Telenor. Having launched its WAP-based Services and currently undertaking its GPRS trials, DiGi is well-prepared and well on track to launch more cutting-edge applications, including 3G technology when it is implemented.

Kumpulan akan terus berusaha meningkatkan hasil dengan mensasarkan pelanggan nilai tinggi secara sistematik menerusi penyesuaian tawaran nilai tambahnya secara khusus. Walaupun menghadapi kemelesetan ekonomi di rantau ini dan dalam sektor telekomunikasi pada keseluruhannya, Kumpulan tidak akan bertolak ansur terhadap komitmennya kepada pelanggan dan akan terus membekalkan perkhidmatan relevan berasaskan gaya hidup, selaras dengan personaliti jenama DiGi yang inovatif dan kontemporari. DiGi mempunyai kelebihan ke atas para pesaingnya dan akan mendapat manfaat besar daripada sokongan pelaburan berharga serta komitmen teknologi yang diberikan oleh pemegang saham majoritinya yang baru, iaitu Telenor. DiGi yang telah melancarkan perkhidmatan berasaskan WAP dan kini sedang melaksanakan ujian GPRS, telah membuat persiapan rapi dan bersedia melancarkan lebih banyak lagi aplikasi canggih, termasuk teknologi 3G apabila ia dilaksanakan kelak.



With its strong technological reputation and sound financial standing, DiGi has set the necessary building blocks in place, and is an undeniably attractive contender in the local scene. This should, no doubt, position DiGi favourably when the licenses are eventually awarded by the government via the 'beauty contest' method in the year ahead.

The Group will also continue to maintain its investment focus on further improving network quality towards reaching world-class standards in meeting the demands of today's highly-discerning customers, without compromising the need for cost effectiveness. As such, the DiGi GSM1800 network will be further developed to ensure its capability in handling significant customer and traffic increase, and to set the stage for DiGi customers to become even more advanced users of telecommunications services. Through the provision of better service availability, especially in the major cities and highways in Malaysia, DiGi is poised to take its place as a leading player in the Malaysian telecommunications industry.

Dengan reputasi kukuhnya dalam bidang teknologi dan kedudukan kewangannya yang mantap, DiGi telah menyediakan asas yang sesuai, dan kini merupakan pencabar hebat dalam industri tempatan. Ini pastinya meletakkan DiGi dalam kedudukan yang baik apabila lesen diberikan oleh kerajaan menerusi kaedah "pertandingan ratu cantik" pada tahun seterusnya.

Kumpulan juga akan terus mengekalkan tumpuan pelaburannya bagi meningkatkan lagi kualiti rangkaian ke taraf dunia, supaya dapat memenuhi permintaan pelanggan masa kini yang bijak memilih, tanpa menjejaskan usaha menjimatkan kos. Justeru itu, rangkaian GSM1800 DiGi akan dibangunkan lagi untuk memastikan ia berupaya mengendalikan jumlah lalu lintas pelanggan yang semakin meningkat, dan membuka laluan kepada para pelanggan DiGi untuk menjadi pengguna perkhidmatan telekomunikasi yang lebih canggih. Dengan liputan rangkaian yang lebih baik, khususnya di bandaraya dan lebuhraya utama di Malaysia, DiGi bersedia untuk memainkan peranan sebagai peserta utama dalam industri telekomunikasi Malaysia.



Outlook

In the light of analysts' predictions of an improvement in the regional economic scene from the latter half of 2002 onwards, the industry as a whole can look forward to experiencing further growth, particularly with the anticipated increase in the penetration rate of mobile services in Malaysia. As DiGi's credibility and reputation as a world-class service provider continue to be enhanced, there will be a corresponding demand for its innovative and convenient products and services, and DiGi is confident that it has put in place the right strategies to further develop, accommodate and ensure consistent subscriber growth. As such, the Group's outlook continues to remain encouraging, more so with Telenor's strong commitment towards DiGi's ongoing business initiatives.

Characteristic of DiGi's resilience in the face of challenging times, the Group is optimistic that its enhanced brand positioning, improved network quality and effective distribution channels are the cornerstones of its growth which will enable it to weather the present slowdown. More significantly, given its good service track record, its unwavering customer-centric approach and its strong adherence to its operational strategies, DiGi's long-term growth potential within the local scene is both positive and encouraging.

Tinjauan

Para penganalisis telah meramalkan bahawa ekonomi serantau akan beransur pulih mulai separuh kedua 2002, dan justeru itu, industri ini secara keseluruhannya dijangka menikmati pertumbuhan yang lebih pesat, memandangkan kadar penembusan perkhidmatan mudah-alih dijangka meningkat di Malaysia. Oleh kerana kredibiliti dan reputasi DiGi sebagai penyedia perkhidmatan bertaraf dunia semakin meningkat, permintaan bagi produknya yang inovatif dan memudahkan pelanggan dijangka turut bertambah, dan DiGi yakin bahawa ia telah melaksanakan strategi yang betul untuk memperkembangkan, menampung dan menjamin pertumbuhan pelanggan yang konsisten. Justeru itu, masa depan Kumpulan tetap cerah, lebih-lebih lagi dengan komitmen kukuh Telenor terhadap inisiatif-inisiatif DiGi yang sedang dilaksanakan.

Selaras dengan kebingkasan DiGi menghadapi keadaan yang mencabar, Kumpulan yakin bahawa kedudukan jenama DiGi yang semakin baik, kualiti rangkaian yang meningkat dan saluran pengedaran yang berkesan, akan menjadi landasan bagi pertumbuhannya, lantas membolehkannya mengharungi kemelesetan semasa. Lebih penting lagi, dengan rekod perkhidmatannya yang baik, pendekatan tertumpu kepada pelanggan yang tidak berbelah-bahagi dan pematuhan kukuh kepada strategi operasinya, potensi pertumbuhan jangka panjang DiGi di dalam negara adalah positif dan menggalakkan.

主席致詞



各位敬愛的股東：

隨著 Telenor ASA ("Telenor") 透過其獨資子公司 ~ Telenor 亞洲私人有限公司 (Telenor Asia Pte.Ltd.) 於 2001 年 9 月 14 日展開的自願部份獻購行動順利完成，進而將其於 DiGi 網有限公司 DiGi.Com Berhad ("DiGi") 的持股權提昇到 61% 之後，DiGi 已經成為馬來西亞迄今唯一一家擁有外資大股東的電子通訊服務供應商。藉此，DiGi 邁入了和挪威電子通訊服務供應商 Telenor 之長遠關係的全新境界；後者是一家以提供各種流動電話、互聯網及寬頻傳送等高素質電子通訊、數碼及媒體通訊服務見稱的國際供應商。在此順帶提到的是，Telenor 也是紐約自動報價交易所 NASDAQ (代號 TELN) 和奧斯陸股票交易所 (代號 TEL) 的上市公司。

與日俱增、受到無任歡迎的 Telenor 支援，代表了該公司立志進一步協助 DiGi 擴展及加強業務、鞏固領域權威定位的決心。基本上，善加利用 Telenor 的各種新科技和服務，以便提供最頂尖顧客服務的 DiGi 使命，也將繼續成為中心焦點。事

實上，隨著 Telenor 決定增加在 DiGi 的持股權後，公司便把更多的注意力集中在取得顧客滿意度和拓展各種革新產品上，進而維繫持續的增長率及改善股東回報。

DiGi 已經把公司財政年度的年終結算日期，由 4 月 31 日改為 12 月 31 日，以便和其控股公司 Telenor 一致作業。因此，身為董事局的主席，我再次感到無比榮幸地為您獻上 DiGi 為期八個月，結算於 2001 年 12 月 31 日的年度報告和財務摘要。

就如您所瞭解的，近來，世界經濟的短程展望正面對戲劇性的延滯因素，導致區域性放緩，進而影響本財政年度的本地運作環境。正當電子通訊領域大體上已經由逐漸下降的用戶人數感受到其負面影響力時，市場的競爭也相對變得越來越激烈；預付 (prepaid) 系統的部份尤其明顯；流動電話業者紛紛推出攻佔式的價格和折扣促銷，藉以爭取更高的市場佔有率。

迄今，已經在眾分析家中奠定了"特殊業者"聲譽的DiGi，繼續創造其市場潮流領導者的名聲，並且實踐為顧客需求提供相關兼實用產品及服務的承諾。藉此，我們已經取得了信譽，而且成功鞏固身為領域權威的地位。更重要的是，有Telenor作為DiGi的強勁後盾，我們亦被視為一家擁有科技性專業素質的機構，專門為顧客開發及拓展各種能全面符合他們生活需求的加值服務。

電訊領域面對的挑戰，也包括了公眾對於接近電子通訊器材會導致健康問題的誤解；從中，也引發了電子通訊業者是否遵從輻射程度限定的問題。身為一家負責及堅守承諾的服務供應商，DiGi已經確保相關運作乃完全依照由能源、通訊和多媒體部(MECM)及馬來西亞通訊與多媒體委員會(MCMC)所指定的國際安全標準。為了與政府及執法單位緊密合作，DiGi聯合本地其它業者發起了一系列嚴謹的措施，例如：籌劃由莎亞南市長主持推介儀式的"TeleSelamat Campaign"("安全電訊運動")，就是向大馬民眾保證，在傳送各種電子通訊服務時，已經納入了要求嚴苛的健康防範措施。為了更專注於公眾對健康問題的擔憂，所有的電訊服務商也聯合簽署了一項共用基本建設的協議書，同意延伸現有資源，限制全國通訊器材的數量，進而減輕公眾對國內電訊塔數量增殖的憂慮。

本區域預計在2002年底會復甦的穩定經濟狀況，使得DiGi及業界的展望趨向積極的一面；尤其是在艱難時期依然憑著革新產品和服務，持續取得正面回應的DiGi，已經展現出回彈的實力。在某個程度上

來說，這是DiGi通過最新企業品牌運動，策略性提昇公眾對我們服務內容認知度的一個非凡成果。此一時髦的品牌運動，不斷重申DiGi品牌詮釋的核心價值，那就是革新、現代化、國際水準，以及生活唯上；運動亦強調DiGi瞭解個別用戶需求的訊息，說明它已許下承諾，要為崇尚各自生活方式的用戶，提供層面廣泛的革新優惠。

實際上，有了建立更高品牌信譽的決心，加上消費者對DiGi拓展世界級優惠之創新手法的認同，我們成功將全面市場佔有率被侵蝕的程度降到最低；利用身為領域革新者的強勢品牌身份，我們已經把焦點延伸到其它目標群眾的需求上。隨著市場對流動便利的要求日益增加，DiGi致力為個別的通訊、連繫、獲取資訊及安全需求，開發特定解決方案的獻身策略，將繼續讓我們在同行中綻放異彩，進而標下消費者愛用品牌的定位。

財務表現

在回顧的八個月內，儘管面對全面性放緩的環境，DiGi依然取得持續的盈利，以及穩健的積極成長率。本集團今年度的稅後盈利達到1億5千890萬零吉，而結算於2001年4月30日的上一個財政年度的數額則為1億5千210萬零吉；後者乃經過重新設定，以便配合我們在財政報表中公佈的會計政策更動。此一稅後盈餘的佳績，主要來自一項高達3千700萬零吉的延付稅務資產；此稅務被賦予在未來執行的合理期限。因此，每股收益隨之提昇至21.2仙，而此八個月內的收益也已改善，增加至7億4千7百萬零吉。

部份業績要歸功於市場對 DiGi 流動服務和國際傳送服務的持續需要；我們一再改善的網絡涵蓋範圍及品質，也為我們建立了經濟放緩波濤的緩衝器。

儘管領域的評級大體上全面下跌，分析家依然給於 DiGi 敬重的評價；DiGi 被視為一家管理妥善，並且擁有高品質顧客服務優良記錄、穩健財務管理，及嚴謹企業監管制度的革新公司。這項觀點，也藉由 Telenor 增加股權的行動而更具體化；這家挪威電訊集團已經把世界級的科技和運作智慧及技巧，轉移到 DiGi 的創新產品開發過程中。

目前的挑戰

網絡

在回顧的這段時期內，DiGi 為了改善網絡品質及擴展涵蓋範圍而投下的心血和立下的承諾，已經為顧客們大幅度提昇了各種流動通訊與服務的品質。事實上，DiGi 網絡的一貫品質，讓國際著名的研究機構～Salomon Smith Barney 留下深刻的印象；它在一份亞太區電訊領域的報告中，對本地五家供應商的網絡進行了比較(2001年11月9日，"Kicking the Tires-Not All Networks are Created Equal"，第42-47頁)，而我們則從中獲得"馬來西亞最佳網絡"的殊榮。DiGi 的網絡不但取得最高的總分，而且也被評定為語音傳送品質清晰、聯繫架構均衡，進而奠定了 DiGi 技高一籌的領先地位。

我們亦瞭解，可靠的網絡以及超高的基建品質，是構成所有商務行動的中樞骨幹，因此，我們不但拒絕在網絡的功能上妥協，而且還在拓展網絡容量方面繼續投資。這份執著，使我們在眾競爭同行中獨樹一格，並且讓我們有更多的實力提供各種服務優質的產品。在我們循序執行網絡拓展計劃，並專注於其深遠功能的開發之際，我們深信～

網絡精益求精的品質以及涵蓋範圍，將是我們從容迎接諸如通用分組無限服務(GPRS)和第三代(3G)等新世代科技的中流砥柱。

資訊科技

在引進各項革新產品與服務，以便滿足顧客對服務保證的要求時，我們如何確保 DiGi 產品的佈署過程，能獲得革新資訊工藝(IT)方案的策略性支援，就是成敗的關鍵因素。正當市場對繳費系統全面功能的要求日益強烈時，我們所採納的計費系統，確保能在用戶和共通轉接媒介兩方，迅速、精確地作。此外，簡訊服務(SMS)、無線通訊應用協議(WAP)和 GPRS 等新世代科技所帶來的沖擊，激發了各種個別計費功能的需求，用戶對計費系統靈活度的要求也進而加深；因此，DiGi 率先採取主動措施，透過和 SCS Computer Systems 私人有限公司的新夥伴關係，實施高效率的共通轉接計費與繳付系統(Interconnect Billing and Settlement System)，執行管理與國內外電訊業者或增值服務供應商之間的共通轉接之計費功能。在眾多強項之中，採納此前瞻型的行動，鞏固了我們的定位，並且突顯了我們的特質～確保服務和功能的端對端效率，能達致最高的顧客滿意度。

銷售與分銷管道

另一項和我們的產品與服務拓展和網絡延伸計劃共同前進的關鍵因素，就是發掘各種深遠廣泛且滲透強勁的銷售與分銷管道。目前，DiGi 已經穩健發展出一套以高層次企業及商務領域為目標的多管道分銷脈絡。不過為了避免過份仰賴於任何單一通道，公司已經備妥了各種建立全新非傳統管道的未來計劃，以及加強目前預付和後付分銷管道的策略。透過發掘及發展各種替代或虛擬通



道來推介革新產品和服務，我們希望能策略性達致取得更大市場佔有率的目標。

2002 年展望

基本上，我們對未來的展望依然保持樂觀。有了對通訊及多媒體領域能藉著本地流動通訊業增長強勢而復甦的信心，我們將繼續把注意力集中在提昇領域水準方面，以達到顧客日益升高的期望。DiGi 專為取悅顧客的革新精神、持續的財務增長，以及股東的長期收益，外加政府為了實現新經濟宏願而許下的前瞻性承諾，肯定會在來年增加我們與生俱來的成長潛能。事實上，槓桿了 Telenor 的專業造詣、科技知識以及強大的環球連繫之後，我們已經為安全渡過近期的經濟挑戰設好定位，準備穩健邁向前路。

銘謝

再一次，我僅此向所有在本年度中，持續直接或間接支持 DiGi、為 DiGi 行動貢獻力量的人士，獻上我衷心的謝意。

我們感謝 Telenor 對於 DiGi 的信心，以及透過增加持股權的實際行動，賦予我們的實際投資強勁之支持力量。我們相信雙方的最終目標是緊密連繫在一起的，而我們也將把過去所建立的專業關係，提昇到更高的層次；在 Telenor 明確的指引之下，我們有信心取得更大的成就。

至於在過去艱辛的經濟氣候中一直牽引著我們，為我們設定明確克難方向和目標的董事局及運作委員會成員們，您的無價引導和完備的企業監控制度，是我們腳踏實地成長的處事方針。我們也感激管理層在實施各項長短期商務計劃時全心貢獻的專業操守和團隊精神。

我們當然也非常珍惜和能源、通訊與多媒體部，以及執法單位～馬來西亞通訊與多媒體委員會所建立的緊密合作關係。就算只是共同研究領域的未來發展，我們亦希望能在顧客服務方面維持最高的領域標準，以便實現塑造一個健全知識經濟的國家宏願。

最後，我要向與我們共渡難關的貿易和金融夥伴、熱忱的僱員、忠誠的顧客，以及股東們表示感激。感謝您所有的支持能量；我們相信，有你們和我們一起面對未來的挑戰，我們就能堅守把 DiGi 推向更高頂峰的那份執著。

丹斯里拿督斯里陳志遠

主席

2002 年 4 月 02 日

營運檢討

業績表現重點

在這為期八個月的財政年中，隨Telenor於2001年9月14日把在DiGi的持股權增加到61%後，DiGi亦相對增強其商務焦點，藉此，更專注於先進科技與服務的開發和實施之事務上。為了配合革新兼生活唯上的產品和服務之拓展計劃，DiGi已經把建立更高的品牌信譽，以及提昇公眾對其網絡品質的認知，當成是營銷的策略性焦點。

本財政年度中最受矚目的重點，莫過於新興的企業品牌運動(Corporate Brand Campaign)之推介，而其宗旨則提昇DiGi的品質形像，奠定革新、現代化、具國際服務水準的素質；深信這是建立更高品牌信譽的理想策略，DiGi已經在這力道強勁的運動中，注入了大量的心血，一再重申DiGi瞭解人性及生活方式的品牌特質。更重要的是，DiGi已被視為有能力為各階層的消費者，提供廣泛的世界級產品和服務的供應商，以便改善他們在生活中對流動通訊便利的需求。

利用提昇後的網絡素質，DiGi展開了另一項"網絡涵蓋範圍運動"("Network Coverage Campaign")，當中強調其迅速擴展到全國各地的網絡涵蓋範圍之實際增長率。這項行動的宗旨在於清除公眾對DiGi網絡之誤解，採取了雙面夾攻的政策，突顯DiGi為顧客許下提供高素質網絡的承諾之餘，也在全馬建立了深遠的涵蓋範圍。借助全新企業品牌運動的力量，再配合此精明的市場策略，鞏固了DiGi嚴謹可靠的服務商信譽，進而奠定其領域權威的地位。

儘管本財政年度的後半時期受到區域經濟放緩的沖擊，DiGi依然取得穩定的業績表現，並且維持收益優勢。DiGi的持續

收益，主要來自領域內難得一見的用戶增長率，尤其是面對著強烈市場競爭的預付(prepaid)部份。正當市場佔有率出現邊際下滑之際，在預付流動電話市場從容穩住信實地位的DiGi，再次展現了實質的耐力。其中可預見的是，DiGi的預付流動電話服務，DiGi Prepaid Plus的用戶增長率將繼續飆升，進而提高其流動電話用戶群的數字。很明顯的，身為市場此一部份的先驅，本集團有能力穩固維持原有的地位，並且利用開山鼻祖的優勢，維持可觀的用戶人數。

在疲弱經濟的氣勢下，DiGi在本財政年度中必須面對的是無可避免的流失率上昇局勢，尤其是在後付(postpaid)系統的部份。出現流失率上升，用戶淨成長率下降的現象，主要是因為本集團採納了一套確認真正活躍用戶人數的嚴格檢視程序所致。不過，儘管如此，本集團的DiGi Mobile One後付配套依然能在新用戶的增長率中取得佳績，則拜越來越多的精明消費者完全認可"One Country, One Rate"節省優惠的方針所賜。

本集團的國際傳訊服務 (International Carrier Services)

亦取得明顯的增長，直接提昇此結算於2001年12月31日的八個月財政年度的國際直撥電話(IDD)之交通量，增加了其收益數字。與上一財政年度比較，這部份代表了國際直撥電話在使用率和收益的強勁增長。此外，DiGi的國際撥電卡(International Calling Card)，或眾所周知的chatz，除了在本年度中持續取得積極的利潤之外，也在同類產品的部份，樹立了市場領導者的地位；它在市場造成的購買趨勢，主要歸功於能節約通話成本的特性，以及可以輕易通過多個分銷管道購買的便利。



為了主動發掘各種可以改善及擴張原有銷售管道的機會，本集團繼續把焦點集中在便利和簡易途徑的開發，藉以向顧客介紹及呈獻優質的增值產品與服務。為了把觸角延伸到更廣泛的市場，尤其是高層次的企業與商務用戶，DiGi 亦已仔細斟酌，小心落實其雙面夾攻的策略：一方面開發各種後付系統的替代管道，諸如 Whoops! 和 Star Codes (通稱 USSD 添額卡) 卡，另一方面則極力拓展目前的 DiGi 零售中心。這些持續行動，已經更深遠兼有效地滲透入各個特定層次的市場，並且把商機鎖定在其它有潛能的顧客。

雖然放緩的經濟環境直接沖擊了消費者對整體通訊領域的信心，不過，本集團已經採取了應對的策略性前瞻措施，以確保用戶人數和利潤能持續增殖。在某個程度上來說，這些措施決定了 DiGi 優質增值產品和服務的現有需求，尤其是流動通訊和國際傳訊服務這兩個項目，已經成了本集團全面財務表現的中心支柱。在回顧的八個月財政年度期間，DiGi 把焦點集中在本身的核心業務領域後，不但成功在受侵蝕的市場環境中穩健紮緊陣腳，而且還

採取了強烈的措施以維持領域中的定位。

業務的重點

網絡

透過長遠的策略性措施，DiGi 的網路品質在本年度中循序提昇，而且，已經全面操作的 GSM1800 系統也勝任了為公司其它商務單位提供高容量核心網路支援的任務。DiGi 網路品質帶來的成果，不止是明顯提昇的使用率，而且，也 DiGi 在擴張網路範圍時所採取的 "best where we are" ("做到最好") 策略，產生相輔相承的一致表現。事實上，DiGi 網路的全面改進程度，已經清楚反映在國際研究機構 Salomon Smith Barney 的個別獨立研究內，並且記錄在該機構於 2001 年 11 月份出版的報告中。這項研究以大馬整個流動電話網路領域為對象，設定各種尺度，對本地的網路進行了全面的測試；遴選結果，DiGi 的網路品質以實質超越其它同行而勝出 (2001 年 11 月 9 日 "Kicking the Tires - Not All Networks are Created Equal" 第 42-47 頁)。事實上，本集團向來優先注重擴張網路，以便落實全心提供



超高水平服務來取悅顧客的堅定使命；因此，對於調查結果，並不感到意外。

DiGi 在本財政年度，或者應該說全年的主要網絡焦點，是專注在現有網絡的監控和升級行動，以國際水準作為基準點，進而滿足顧客精打細算的要求。隨著顧客人數持續增長，我們的 GSM1800 系統功能之高容量特質，形成了 DiGi 與生俱來的市場競爭強項，平穩地為用戶提供超凡的網絡品質。我們在本財政年度中達致的主要參數包括：網絡利用率及電話銜接成功率達 96%，而電話中途迷失率則低於 2%。這些表現的標記，明顯反映了 DiGi 已經發揮所長，竭盡所能把 GSM 1800 網絡的優點極度量化，以便達到領域內的各項表現標準。

此外，DiGi 預設的用戶增長率必定使通訊流量更為繁忙，在確認了網絡未來能力的關鍵需求後，本集團已經在重新壯大網絡功能的設計方面，投下可觀的資金，以便大幅度減低網絡中斷的情況。公司為了尊重對顧客的承諾而採取的這項前瞻性投資行動，是 DiGi 的典型行事策略，而且，也說明了 DiGi 的未來任務，已經超越了迎接更高市場佔有率的目標。

流動電話服務

DiGi 秉持著以客為尊的策略，透過拓展旗下各種生活唯上的現代化產品和服務，提昇品牌的知名度，進而鞏固市場佔有率。因此，DiGi 在本財政年度中的市場攻略，主要圍繞在利用企業品牌運動，建立品牌信譽，以便俘獲更廣泛的市場群眾。這場風尚、合時的品牌運動，不但創造了和顧客之間的感性契約，贏得他們的信任，而且，也吸引了更廣泛的群眾，進而迅速使 DiGi 成為現有及潛在流動電話用戶的偏愛選擇。此外，全新的品牌定位也獲得所有顧客和公眾綜合接觸點的支持，以實踐品牌的單一承諾～"We know how different people are. And what it takes to keep them connected."("瞭解人性的差異，就知道他們為何相互連繫")。

至於數據服務方面，DiGi 於 2001 年 6 月份首度推出與西爾康電訊 (Celcom) 合作的系統通用 SMS 時，再度創下另一個業界第一的記錄；並且在三個月後，全向完成與本地所有業者互通的工程。

通過發起這項增值兼節約的服務，DiGi 在提昇流動通訊的層次，以及增加手機用戶通訊方式的選擇之餘，也為領域的成長，劃定了前進的路線。SMS 的靈活特質，不但讓手機用戶可以邊通話邊收發簡訊，而且還可以利用完全私隱的安全平台，寄發重要的訊息和電話號碼。從商業的角度來看，現在的公司，可以透過 SMS 即時轉交員工們的電子郵件，或者為他們提供重要的資訊；這項科技，再一次重申 DiGi 立志為顧客的行動方便注入心血的承諾。

在本財政年度內，DiGi 籌劃了數場互動競賽活動，以提昇 SMS 的使用頻率，其中包括：DiGi" 盜墓迷(Tomb Raider) SMS 競賽"、Wrestlemania、MTV 促銷活動，以及聯合本地2001年度樂壇大獎(Anugerah Industri Muzik 2001)舉辦的實時互動電視節目競賽等。簡訊文化越來越受本地社會歡迎的趨勢，一再顯



示未來 GPRS 和 3G 服務正式面市時，成長率將火速飆升的潛能。迄今，DiGi 已經和它的企業顧客開始了 GPRS 的分組交換試用實驗；並且會繼續努力為顧客提供能長期節省花費的各種增值服務。

為了讓 Prepaid Plus 配套的用戶能享有更多種更方便的添額服務選擇，DiGi 力求開發新的替代分銷管道。其中和馬銀行(Maybank)的合作關係，已經在去年的報告中提到；目前，本集團已經建立了另一項夥伴關係～與主導銀行之一的大眾銀行(Public Bank Berhad)聯手，讓雙方的共有顧客，透過全國的大眾銀行或大眾金融自動提款機，進行虛擬的添額交易。DiGi 也是首家推出 Whoops! 預付添額服務的電訊服務商；遍佈全國的500台電子數碼讀取機(EDC)，無須經過個人密碼或提款卡的鑒定程序，就能直接為用戶添額。另一項在去年9月份推出的革新添額新選擇～StarCodes，則是減低依賴互動語音回應(Interactive Voice Response)的快速方式，以便舒緩與日俱增的顧客增長率。除了以上這些方便有效的添額方式之外，DiGi 正與 Convenience Shopping 私人有限公司(即是 7-11 便利店的持有人兼經營者)建立的夥伴關係，也使 DiGi 成為我國首家提供廿四小時添額服務的電子通訊公司。顯而易見的，類似的主動意願，已經讓 DiGi 保持了領先的優勢；而更重要的是，能藉此加強其優質的服務，進而鞏固預付聲勢背後的成功因素。

我們的用戶通常很快就意識到的一個事實，就是 DiGi 可以為身處國外的用戶，提供更廣泛的 GSM1800 或 GSM900 系統網絡漫遊服務。在全球 80 多個國家與 DiGi 合作的國際漫遊夥伴總數，在新

添了 32 家后，已經達到 131 家的記錄，因此 DiGi 被視為擁有廣泛國際漫遊服務範圍的領域翹楚。公眾的積極回應，加上環球各電訊服務商紛紛向外找尋漫遊夥伴的趨勢，勢必壯大 DiGi 國際漫遊服務的名單。

DiGi Prepaid Plus

儘管同行業者不斷推出各種後付配套的優惠，DiGi 依然在此一部份取得鼓舞的記錄。年輕用戶的市場尤甚~他們越來越樂意接受預付系統，而且對服務的需求也日益挑剔；因此，DiGi 透過新近的企業品牌策略，乘勢鞏固其 Prepaid Plus 配套的品牌定位。利用市場對 DiGi 品牌創新風尚的強烈認知，本集團繼續努力突顯品牌革新、現代化、國際水準和生活唯上的形像，希望獲取更多市場觀眾的認同。

因此，我們在印刷和電子媒體上，進行了一連串重申 DiGi Prepaid Plus 配套



新形像的宣傳活動，其中包括和 Mix FM 電台聯手主辦的 "DiGi Madonna Music Maniac" 互動電台促銷節目、與 Hitz FM 電台推出的 "SMS Radio"、"Saturday Shoutouts" 和 "Hitz Top 30" 遊戲環節；Radio Era 電台則攜手製作 "Salam Era" 節目。此外，在本財政年度推出的其它誘人特惠有 "DiGi Bonus Airtime" (紅利通話時間) 和 "cash in on talkin'" (越談越省) 促銷，宗旨皆在於鼓勵用戶多加利用 Prepaid Plus 的節約功能。

DiGi Mobile One

儘管 DiGi 必須面對後付市場流失率漸增的挑戰，DiGi 的 Mobile One 配套，依然憑著其創新的 "One Premier"、"One Power" 和 "One Friends" 用戶計劃，持續取得緩慢但穩健的用戶增長率。DiGi 曾經在特定的期限中，採取了一套嚴格的鑒定程序，以取決活躍後付系統用戶的確實人數，結果直接影響了增長率。不過，本集團也相應採取了強烈的措施，重新嚴謹評估本身的用戶招募程序，以及繼續全新搭配辦公室方案的服務內容，以便維繫成長率的數據。在越來越多的企業和商業用戶發現並懂得善加利用 DiGi 後付計劃的節約特質後，本集團對此一部份的穩健增長，更具信心。

流動互聯網 - djuice™

年初的一場 "djuice-Mania" 巡迴活動，為 DiGi 的 djuice™ 配套帶來了節節上昇的用戶增長率；隨後的多項活動，更提昇了此服務配套在市場內的知名度。其中包括與嘉通院線合作的聯合促銷節目，例如電影 "Dude, Where's my Car?" 和 "Final Fantasy" 的首映禮，就鼓勵用



戶利用djuice™提供的電影行動訂票服務(Mobile Movie-Booking)，在體驗djuice™的多元功能之餘，也為自己贏取免費的入門票。

在本財政年度中，DiGi 挾著行動點歌服務(Mobile Dedications)空前受歡迎的優勢，乘機推出另外數項革新的創意功能。在(去年)7月份，集團推介了超值優惠的DiGi行動下載(DiGi Mobile Downloads)，讓用戶在各自具兼容性的諾基亞(Nokia)手機中，下載強調個人特色的鈴聲、電話標誌、來電者組別，以及圖像訊息等功能。這項透過DiGi的網址、WAP 和 SMS 平台，廿四小時為用戶待命的服務，不但在領域締造了創新的記錄，而且，再次突顯DiGi的亙古承諾～成為不斷為顧客提供各種非傳統替代管道的電訊公司。有了各種鼓勵用戶親身體驗djuice™個人化繽紛功能的環境，此新世代服務，肯定會在未來繼續增長。

國際服務

DiGi 在本財政年度中繼續增長的國際傳訊服務，卻也必須面對國際電訊連接與轉接市場的激烈競爭；業務上的敵手，包括

了各家新生的應用服務供應商(ASP)，以及其它國內外的傳訊機構。

大體上來說，本財政年度八個月期間的各項會計匯率皆趨於穩定，這主要是因為匯率近乎是以"成本計算"的價格。不過，一些例外的情況依然出現在那些電訊市場依然相當"封閉"且繼續維持高價位的國家。儘管大部份的會計匯率都接近底限，市場依然繼續要求獲得更低、更具競爭性的價格。這個趨勢，將使業者的整體利潤幅度承受下滑的壓力。

除此之外，馬來西亞通訊與多媒體委員會將在本本地批發市場核發更多應用服務供應商執照的決定，也使本地市場的競爭升溫，直接對國內長途電話(STD)和國際直撥電話的撥出率造成更大的侵蝕沖擊。這將造成傳訊商必須刺激通訊交通量以維持收益的趨勢。因此，領域中某些已經注入大量資本，而且單單仰賴批發業務維生的傳訊商，自然被迫終止營業。

面對著這些市場因素的挑戰，DiGi 在執行其刺激國際直撥電話撥出量的策略方面，採取了穩重扎實的步驟。有了先前與國外各家合作傳訊商聯手建立的海底電纜網絡，如亞太電纜網絡(APCN)、中美電纜(China-US Cable)以及東南亞－中東－西歐電纜網絡(SMW-3)為基建，DiGi 就能繼續與更多的國外通訊服務商建立直接的夥伴關係。以上為通訊交通供互通路線的直接電纜網絡，擁有可靠的功能及優良的品質，DiGi 系統的通訊交通量也理所當然地增加，轉而促使DiGi 必須擴展及國際交換的功能。因此，DiGi 在2001年4月份為其ISC-1基建升級；而ISC-2的升級工程，亦在今年1月杪完成。

迄今，馬來西亞通訊與多媒體委員會總共發出了十五張應用服務供應商的執照；而持照公司也已把執照規定的範圍延伸至最高的極限，為用戶提供以網上語音協定 (VoIP) 科技為基礎的長途電話及國際直撥服務，在削減接入成本之餘，也相對提高了批發領域的競爭。能即時應變的 DiGi 對此趨勢已經採取了主動的順應策略～為上述業者提供國際轉接功能，從中取得不俗的業績。

DiGi 的 chatz 國際撥電卡在 2001 年 5 月份至 12 月份之間不斷成為業務的焦點增長。此外，本集團在逐步由衛星銜接過渡到光纖科技的過程中，也直接節省了數目可觀的衛星收發機租用費。

固定電話線網絡服務

Equal Access

本集團的 Equal Access 服務在本財政年度的首要焦點，是在於鑒定其活躍的用戶群。這項為期八個月的評估程序，執行了一場"大掃除"行動，淘汰零收益的顧客，藉此提昇活躍戶口的每用戶平均收益，進而保持此部份的收益水平。

為了有效識別及保留高素質的顧客，本集團繼續在建立緊密顧客關係方面努力，同時也實施各種創新的忠誠計劃，培養高亢的顧客忠誠度。譬如，DiGi 在本財政年度中，推出了一套分別表揚二百位最活躍之商務用戶和家庭用戶的忠誠計劃，為這些值得獎勵的顧客，獻上驚喜的回饋，以表達 DiGi 的謝意。

BizLine 服務

DiGi 在 2001 年 12 月份推出革新的 "BizLine" 服務，讓其它持照網絡服務商 (OLNO) 的用戶也能使用 DiGi 的網絡。這項新產品不但鼓勵更多的用戶體驗 DiGi 網絡的優質服務，而且也繼續鞏固 DiGi 的定位，突顯其承諾用便捷兼節約的產品和服務來取悅顧客的形象。

固定電話線服務

儘管電訊領域全面放緩，DiGi 的固定電話線服務依然在本財政年度中取得漸進的收益增長。這一項成長的佳績，主要來自其行銷隊伍為了落實擴展滲透率的策略而推介的賬戶管理方案。有鑑於此，本集團採納了嚴謹的權宜之計，用光纖或更新穎的連繫科技，取代過時的無線電波，大幅度改善了固定電話線的服務品質，





以便因應市場對線路可靠度的最新需求。將流動電話線的各種革新副產品，以及多項增值國際服務與固定電話線服務全面結合的輔助策略，已經替 DiGi 贏得了有能力為商務和企業市場提供用戶化方案的實質口碑。

顧客服務

在經濟氣候不明朗的環境下，顧客服務處在 2001 年 5 月 1 日起至 12 月 31 日止的這段期間，的確是走過了艱辛的路途。透過屬下核心單位如顧客關愛單位 (CCU)、DiGi 中心運作 (DiGi Centre Operations) 單位、品質條規與訓練單位 (QPT)，以及顧客關係管理 (CRM) 單位的共同努力，顧客服務處成功地實施了數項改善全體表現的首要措施，協助 DiGi 達致為客戶提供頂級服務的目標。

當電話中心仍然以語音介面為首時，本財政年度出現了越來越多 DiGi 用戶使用網站介面模式等支援管道的趨勢。為了有效處理一貫偏高的電話數量，該單位繼續尋找各種具備成本效應的途徑，以便在提昇服務的品質和精確度之餘，也能振奮員工

的士氣。全國各 DiGi 中心的運作方式就是最佳的寫照～它們在本財政年度中如數達致各項主要表現指數 (Key Performance Indicators) 目標的壯舉，是在後付與預付收費系統雙雙升級之後，一項值得表揚的業績表現。

本集團明確瞭解到，培訓是為顧客提供頂級服務品質的關鍵因素，因此，全力在相關訓練計劃和工作營方面投資。以扮演著親善大使的 DiGi 中心服務員為主的培訓活動，主要以提供出眾的顧客服務、提昇公眾對 DiGi 之品牌、新產品和服務素質的認知為最終目標。作為規劃、建立及培養預期顧客服務規範的前奏動作，DiGi 已經開始實施一套全方位的顧客服務培訓計劃，為負責顧客服務的前線僱員裝備應有的知識和能力，以及向他們灌輸各種以客為尊的處事之道。目前所有的業務活動，使得本集團必須繼續仔細重新架構原有的程序，加添屬下顧客服務代表們的能力，以便能在來年順利進入完全自動化的工作程序。

為了鞭策本身實現整體的宏願，以及達致各項短程目標，DiGi 的品質、條規與訓練部門在顧客服務處扮演了非常重要的角色，確保後者採納合理兼對症下藥的運作原則，以及妥當地制定有力的擴展組件、高效率的商務程序和健全的支援架構。在邁向以上目標的過程中，該部門除了盡全力兼顧必要工具的開發與實施，以便支援運作與系統 (Operation & System) 之步驟和程序的順利執行之外，也透過全備的技能和知識訓練，讓前線的僱員自我裝備。

為了擁有更精確的顧客服務平台，且從中徹底瞭解其功能，品質、條規與訓練部已經採取了對應措施，推出採納顧客個人經

驗的服務水準追蹤計劃。品質、條規與訓練部的成員不但開發並執行各種實時的程序，以便支援DiGi新促銷和服務的推介行動，而且還能透過即時鑒定兼馬上處理現有服務表現的所有間隙，進而維持高水平的服務素質。此外，該部門也正與資訊工藝處攜手計劃一項以內部互聯網(Intranet)為主的線上作業工具，以落實即時使用資訊的便捷程序。

與此同時，顧客關係管理部門鑒定、吸引、保留及增長有盈利效應的顧客關係之整體使命，已經在本財政年度建立了幾個關鍵的區域。其中，顧客知識管理單位繼續開發及維持一個全備的顧客資訊中央收藏庫，讓公司其他的相關僱員可以簡便提取同一個顧客的概況資料。這個單位的其中一項重要任務就是每月進行各種統計報告，以便預測顧客行為，替公司的保留顧客運動提供備戰工具。無論是公司為了更靈活運用顧客資料而佈署的商業智能系統，或者是通過內部或外來獨立單位進行的顧客與流失率趨勢調查，皆必須借助統計報告的各項數據。

為了加強有盈利效應之顧客關係而制定的顧客忠誠計劃，大體上的架構是針對流失率危險區以及高層次的顧客群。其中幾項忠誠活動的設計，是以顧客的"價值"為標準，為他們提供全面的忠誠獎勵和回饋，並且讓更主要的顧客享有各種優先服務。這些計劃將不斷被檢討，以確保忠實的顧客能產生一貫的個人感激心態。當顧客的焦點開始由"交易"轉移到"關係"時，我們的"顧客一對一溝通"(Customer One-to-One Communication)單位已經即時採取行動，開發一套全面環繞著顧客生活圈子的策略，對應挑戰。到目前為止，在本財政年度中共進行了數波行動，其中最主要的是確認一套行事架構，以便能在特定的活動或時間內，採用最合適的溝通媒體與訊息，與特定的顧客群溝通。

此外，與此相輔相承的電子顧客關係管理(e-CRM)平台的開發重點，則集中在開創一項整合型的顧客接觸點，在確保所有管道能提供一貫的顧客經驗之外，也協助



多項特異形式的溝通管道，轉移至完整顧客接觸中心。這些諸如線上顧客服務(OCS)的互動管道，將以更高的效率繼續延伸功能，以提昇顧客的便利並減低成本。

未來計劃

DiGi 已經作好準備，繼續保持培育核心業務的焦點，全心開發實用的商品，以面對未來的挑戰。在崇尚超凡兼個人化顧客服務的策略之引導下，DiGi 在提供新興與生活唯上的產品和服務時，將保持一貫的主動姿態，進而替未來的行動紮根。

DiGi 在未來的幾個月內，將特別關注銷售與分銷管道的擴張層面。在確認了顧客享受到的便利，是激發顧客信心和忠誠度的首要因素後，DiGi 已經許下承諾，要發掘更多以客為尊的創新管道，向各個階層的顧客介紹旗下注重生活的現代化產品和服務。因此，現有的分銷管道亦不斷受監控及重新評估，以確立新興獨特市場部份的行事效率和焦點。本集團將繼續開發各種非傳統的分銷管道，例如與多家金融機構和零售鎖鏈建立夥伴關係，為現有及新顧客提供實質和虛擬的添額便利。藉此，本集團希望能提高顧客滿意度，並且從中減低流失率。更重要的是，透過有效建立銷售與分銷管道的行動，DiGi 再次展現對於顧客便利的永恆焦點～進而轉變成開發以上多項替代選擇的幕後推動力。

本集團將悉心為高盈利效應的顧客群開發各種切身的加值優惠，藉以提高收益。儘管本區域和領域的經濟大體放緩，本集團卻決不會在顧客的承諾方面妥協，並且將繼續提供各項崇尚生活的服務，以實踐 DiGi 革新兼現代化的品牌特色。藉此，DiGi 遠比其它同行業者掌握更多的優勢，而且，本集團最新大股東～Telenor 所投入的資援和科技承諾，也使 DiGi 深深受惠。推介了以 WAP 為主的各項服務，目前正在進行 GPRS 試用實驗的 DiGi，

已經準備就緒，期待在 3G 科技的應用被落實之際，推出更多突破性的應用項目。憑著強勁的科技實力及穩固的財務狀況，DiGi 已經妥當佈署了必須的擴展組件，成為本地領域鋒芒畢露的逐鹿者。我國政府將在來年透過"選美會"的方式核發 3G 的執照；以上優勢，將有助於 DiGi 在競選中的排名。

本集團也將繼續維持改善網絡品質的投資焦點，以便達致即具成本效應又能滿足現今精明顧客的世界水準。藉此，DiGi 的 GSM1800 網絡將再次被提昇，以確保處理能力可隨激增的顧客人數和交通流量而提高，並且帶領 DiGi 的顧客成為電訊服務領域的先進用戶。透過在我國各主要城市 and 高速公路的範圍內，提供更完善的服務供使用層面，DiGi 已經全面武裝，準備站上馬來西亞電訊領域之領導者的位置。

展望

隨著分析家認為區域內的經濟會在 2002 年下半部份改善的看法，加上大馬流動電話服務會出現更高滲透率的預測，本領域整體上皆期待另一個成長期的來到。身為世界級服務供應商的 DiGi 所擁有的信譽和名聲，將不斷提昇，而對於 DiGi 各項革新兼便利之產品和服務的需求，也會相對增加；DiGi 自信已經採納了正確的策略，以便進一步開發、接納和確保穩定的用戶增長率。因此，本集團對未來的展望繼續維持積極樂觀，而且，Telenor 對 DiGi 商業計劃所許下的重大承諾，將使前景變得更明朗。

憑著 DiGi 在挑戰期所散發的回彈特質，本集團樂觀的認為，DiGi 的品牌定位提昇、網絡品質改善，及分銷管道的效率，就是它穩健成長的牆角石，能幫助它穩當安渡目前的放緩環境。更不容忽視的是，憑著它的良好服務記錄、堅定不移的待客之道，以及秉持運作策略的原則，DiGi 在本區域的長遠成長潛能，肯定是積極且振奮的。