



CEO'S

STATEMENT

2006 was a DiGi Year. Not because everything went our way, but because every challenge thrown at us was transformed into an opportunity and the complexities we encountered were reshaped into simple and innovative solutions. And as the numbers showed, these solutions worked. Our profit after tax rose by 71% from the previous year to touch RM806 million, and revenue grew by 27% to RM3.65 billion.

In an increasingly fast and furious market where subscriber penetration is levelling off and signs of maturity are imminent, the competition has grown intense. Now, more than ever, the ability to respond swiftly and appropriately to the needs of the customer becomes critical and separates the leader in the race. It was through focusing our energies on the marketplace, our customers and competition that we did well in 2006.



2006 merupakan tahun DiGi. Bukan kerana segalanya berjalan seperti dirancang, tetapi kerana setiap cabaran dijadikan peluang dan kerumitan diatasi sebagai penyelesaian-penyelesaian yang mudah dan inovatif. Ternyata dari statistik, usaha kami berhasil. Keuntungan selepas cukai meningkat dari tahun sebelumnya sebanyak 71% sehingga mencecah RM806 juta, dan pendapatan pula bertambah sebanyak 27% ke angka RM3.65 bilion.

Dalam pasaran yang semakin pantas dan agresif di mana kadar penembusan pelanggan semakin mendatar dan tanda-tanda kematangan semakin timbul, saingan telah bertambah sengit. Kini, kemampuan untuk bertindak balas dengan pantas dan bersesuaian dengan kehendak pelanggan menjadi bertambah kritikal dan memisahkan pendahulu dalam perlumbaan ini. Tumpuan kepada pasaran, pelanggan kami serta persaingan membolehkan kami berjaya dengan cemerlang dalam tahun 2006.

Now, more than ever, the ability to respond swiftly and appropriately to the needs of the customer becomes critical and separates the leader in the race

DiGi Business

Rising above

The first quarter of the year delivered a major challenge. We did not secure a 3G spectrum despite our strong bid. Our response was immediate. We rapidly raised our competitive stakes with aggressive new price structures and new concept products with emphasis on branding and services. We also set about defining and capturing new market segments.

The market bore testimony to our efforts. Earnings per share rose to 107.4 sen against 62.8 sen the previous year. Customers responded to our overtures and our market share upped itself from 20% in the previous year to 25% in 2006.

We heeded the Government's call for prepaid registration, terminating 500,000 non-registered accounts in the process. This had only a minor impact on the revenue base. DiGi numbered a healthy 5.3 million subscribers at year-end 2006.

Menjulung ke atas

Suku tahun pertama memberikan cabaran besar. Kami gagal memperolehi spektrum 3G walaupun dengan bidaan yang mantap. Tindak balas kami pantas. Kami lonjatkan taruhan saingan dengan struktur harga baru yang agresif dan produk-produk berkonsep baru dengan penekanan ke atas jenamadan perkhidmatan. Kami juga telah bersedia mengenalpasti dan menawan segmen-segmen pasaran baru.

Pasaran saham menjadi bukti kepada usaha-usaha kami. Pendapatan sesaham meningkat kepada 107.4 sen berbanding kepada 62.8 sen pada tahun sebelumnya. Pelanggan-pelanggan menerima pendekatan kami dan bahagian pasaran kami meningkat dari 20% dalam tahun sebelumnya ke 25% pada 2006.

Kami juga telah mematuhi arahan kerajaan bagi pendaftaran pra-bayar, menamatkan 500,000 akaun tidak berdaftar. Ia hanya memberikan kesan yang kecil ke atas jumlah asas hasil pendapatan. DiGi berangkakan 5.3 juta pelanggan pada penghujung tahun 2006.



DiGi Postpaid

Fresh + relevant

We believe that more and more customers are finding our products innovative, fresh and relevant. Our drive to keep our customers satisfied also means we provide solutions to simplify their user experience both in the prepaid and postpaid markets.

By offering new and simple ideas like One Low Flat Rate to prepaid users anywhere, anytime, and on any network, we encouraged people to call loved ones and friends without worrying about the cost. The innovative Family Unlimited Plan also helped us raise the bar for the postpaid market. On the business front, we encouraged the concept of mobility by offering cost-efficient, simple plans that enhanced the competitiveness of business users.

In addition to a range of fresh new products, we also wanted to create an emotional connection with our customers. Our Yellow Coverage Fellow, now a DiGi icon, while focusing on coverage, also appeals to audiences with his warm and fuzzy persona.

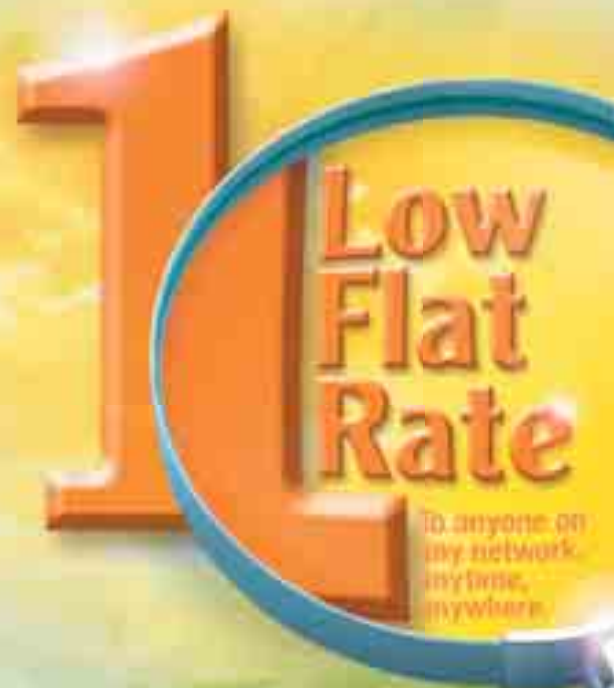
...more and more customers are finding our products innovative, fresh and relevant. Our drive to keep our customers satisfied also means we provide solutions to simplify their user experience...

Segar + relevan

Kami percaya lebih ramai pelanggan akan mendapati bahawa produk-produk kami berinovatif, segar dan relevan. Dorongan kami untuk memastikan para pelanggan berpuas hati juga membuatkan kami menyediakan penyelesaian-penyelesaian untuk mempermudah pengalaman penggunaan mereka di dalam kedua-dua pasaran Prabayar dan pasca bayar.

Dengan menawarkan idea baru dan mudah seperti Satu Kadar Rata Rendah kepada pengguna-pengguna Prabayar di mana-mana sahaja dan pada bila-bila masa, kami telah menggalakkan pengguna untuk membuat panggilan kepada yang disayangi dan rakan-rakan tanpa merisaukan kos. Pelan Family Unlimited juga telah membantu kami meningkatkan piawaian untuk pasaran pasca bayar. Untuk perniagaan, kami menggalakkan konsep pergerakan mudah dengan menawarkan kos yang efisien, pelan-pelan mudah yang dapat meningkatkan daya saing di kalangan pengguna-pengguna perniagaan.

Di samping barisan produk baru yang segar, kami juga ingin mewujudkan kaitan emosi dengan para pelanggan kami. Yellow Coverage Fellow kami, kini merupakan ikon DiGi, selain dari penumpuan kepada liputan, juga menjadi tarikan kepada umum dengan watak yang riang dan ramah.



The idea of enriching customer experience extends beyond providing super products. Customer service remains a top priority with us. In 2006, we continued on our dual strategy of communicating critical and timely information to our Customer Service Team while striving for operational excellence on the service front. It proved to be a challenging but rewarding year for us.

We also worked on improving face-to-face customer experience at DiGi Centres located nationwide. A two-year refurbishment exercise was completed in 2006. This has ushered in new and better DiGi Service counters, improved sales through system automation and upgraded knowledge and skill sets amongst our staff. These counters also contributed to 10% of the overall prepaid registration exercise.

Usaha memperkayakan pengalaman pelanggan tidak terhad kepada penawaran produk-produk yang unggul. Khidmat pelanggan terus menjadi keutamaan kepada kami. Pada tahun 2006, kami melanjutkan dwi strategi kami untuk memberi maklumat secara kritikal dan pada masa yang tepat kepada Pasukan Perkhidmatan Pelanggan kami serentak dengan usaha gigih untuk mencapai kecemerlangan operasi perkhidmatan.

Kami juga berusaha untuk meningkatkan mutu pengalaman pelanggan bertemu muka di pusat-pusat DiGi di seluruh negara. Kerja-kerja pengubahsuaian semula telah disempurnakan pada tahun 2006. Ini mewujudkan kaunter-kaunter yang baru dan lebih baik, meningkatkan jualan melalui sistem automasi dan mempertingkatkan pengetahuan serta kemahiran di kalangan kakitangan kami. Kaunter-kaunter ini juga telah menyumbangkan 10% kepada keseluruhan pendaftaran prabayar.

DiGi Prepaid



With a massive organisational change and restructuring completed in 2005, we focused on transforming our structure to complement the new DiGi work culture. Our new business premises, D'House, actualises DiGi's way of working - dynamic, simple and creative. We built a space that is neither limited by fixed seating arrangements, fixed phone lines nor by personalised spaces. Anyone can sit anywhere. Here, our people can live and breathe the DiGi values. We believe that such a space and culture will also attract like-minded employees.

In these times when competition for talent is intense, retention is a critical issue. We concentrated on upping the retention rate by honing leadership skills and enhancing opportunities for growth and advancement within the company. Looking forward, we want to further develop nimbler customer-sensitive people who are not only able to respond to the market but contribute significantly to our competitiveness.



Dengan perubahan organisasi dan penstrukturan semula secara besar-besaran yang telah dilakukan pada tahun 2005, kami memberi penumpuan kepada penukaran struktur untuk mewujudkan budaya kerja baru DiGi. Premis perniagaan baru kami, D'House, menyerlahkan cara DiGi bekerja - dinamik, mudah dan kreatif. Kami telah membina ruang yang tidak dihadkan oleh susunan tempat duduk yang tetap, talian tetap telefon juga tanpa ruang peribadi yang tertentu. Setiap kakitangan diberi kebebasan untuk duduk di mana-mana jua. Di sini, kakitangan kami mencerminkan nilai-nilai DiGi. Kami percaya dengan ruang dan budaya yang sebegini akan menarik kakitangan yang berfikiran serupa.

Dalam keadaan di mana saingan untuk bakat adalah sengit, pembendungannya adalah satu isu yang kritikal. Kami telah menumpukan perhatian kepada peningkatan kadar pembendungan dengan cara mengasah kemahiran kepimpinan dan menambahkan peluang-peluang untuk berkembang dan maju di dalam Syarikat. Memandang ke depan, kami ingin mengembangkan lagi kakitangan yang lebih peka kepada pelanggan yang bukan sahaja mampu bertindak-balas dengan pasaran malah juga mampu memberikan sumbangan yang besar terhadap daya saing kami.



Quality + coverage

On the service operations side, we struck a healthy balance between maximising production without compromising quality or on-air services, while reducing operational expenditure. This was achieved through Service Operational Excellence which focuses on higher production quality, network security and vendor management.

With roll-out of active and passive probes, the Service Operations Centre enjoyed higher visibility on performance and almost real-time service, allowing faster response times. Outages were reduced and trouble-shooting responses to customer complaints hastened through 12-hour shifts and transfers for technical personnel. As a result, network stability was maintained in excess of 90% across the regions.

In 2006, we achieved highest BTS site roll-outs. We added 688 BTS sites to bring numbers up to 3,500. To support rapid network growth, upgrades were continuously done for core switching and transmission nodes to improve network quality and reduce the rate of drop calls. Overall, we had higher network utilisation with increased network quality. In the area of mobile high-speed data, we expanded EDGE (Enhanced Data rates for GSM Evolution) into the main towns to the north and east of the peninsula, Sabah and Sarawak. Population coverage for EDGE grew from 45% to 57%.

In our drive towards future-proofing our network towards NGN (Next Generation Networks) via IP Transformation, we engineered and delivered IP/MPLS (Internet Protocol/Multi Protocol Label Switching) into our core network and ensured compliance to IPv6 – the latest global standard for IP. Last but not least, we established connectivity to MyIX (Malaysia Internet Exchange), which is aimed at improving cost and resource efficiency for the Internet in Malaysia.

We continue to seek alternative broadband options. In 2006, we partnered with Airzed to provide WiFi services to our customers at selected locations nationwide.

We are pleased that Telenor plays an active role in sharing their knowledge and experience, particularly from the perspective of advanced mobile communications technology.



Kualiti + liputan

Dari segi operasi perkhidmatan, kami dapat menemukan imbalan yang sihat di antara memaksimumkan pengeluaran tanpa mengabaikan mutu ataupun liputan perkhidmatan di samping mengurangkan perbelanjaan operasi. Ini dihasilkan melalui Service Operational Excellence yang menumpukan kepada mutu pengeluaran yang lebih tinggi, sekuriti rangkaian dan pengurusan vendor.

Dengan adanya penyiasatan yang aktif dan pasif, Pusat Khidmat Operasi telah mencapai prestasi yang lebih jelas dan hampir kepada perkhidmatan masa sebenar, memungkinkan jarak masa tindak balas yang lebih pantas. Kerosakan dapat dikurangkan dan pencarian punca masalah dapat dipercepatkan melalui syif 12 jam dan pemindahan bagi kakitangan teknikal. Hasilnya, kestabilan rangkaian dapat dikekalkan lebih dari 90% kawasan serantau.

Dalam tahun 2006, kami telah berjaya mendirikan tapak bilangan terbesar bagi Stesen Transmisi Tapak baru (STT). Sebanyak 688 tapak STT ditambah sehingga menjangkau angka 3,500. Untuk menampung pertumbuhan pantas rangkaian, penaikan taraf dilakukan secara berterusan ke atas switching utama dan nod-nod transmisi untuk meningkatkan mutu rangkaian serta pengurangan kadar kegagalan panggilan. Secara amnya, kami mendapat penggunaan rangkaian yang lebih tinggi dengan mutu rangkaian yang meningkat.



Dari segi perkhidmatan data kelajuan tinggi, kami telah memperluaskan perkhidmatan EDGE (Enhanced Data rates for GSM Evolution) ke bandar-bandar utama di utara dan timur semenanjung, Sabah dan Sarawak. Liputan penduduk untuk EDGE meningkat dari 45% ke 57%.

Dalam hala kami ke arah mewujudkan rangkaian kalis-masa NGN (Next Generation Network) melalui transformasi IP, kami merekacipta dan membawa IP/MPLS (Internet Protocol/Multi Protocol Label Switching) ke rangkaian utama kami dan memastikan kesesuaian dengan IPv6 – piawai global IP yang terkini. Akhir sekali, kami telah mengukuhkan penyambungan dengan MyIX (Malaysia Internet Exchange), yang disasarkan untuk mempertingkatkan efisiensi kos dan sumber Internet di Malaysia.

Kami masih berusaha mencari pilihan alternatif jalur lebar. Dalam tahun 2006, kami berganding bahu dengan Airzed untuk menyediakan perkhidmatan WiFi kepada para pelanggan di lokasi terpilih seluruh negara.

Kami berbesar hati kerana Telenor telah memainkan peranan aktif dalam berkongsi pengetahuan dan pengalaman, terutamanya dari perspektif teknologi maju komunikasi mudah alih.

Industry + regulatory

The Government, recognising the immense potential for the country to take a regional lead and assume global competitiveness, unveiled MyICMS 886, a strategy prepared by the Ministry of Energy, Water and Communications (MEWC). This five-year plan sets into motion significant initiatives which will define and grow the ICT industry and fuel Malaysia's desire to become the regional centre for communications and multimedia services. As an industry leader, we see ourselves playing a significant role to build Malaysia into a regional industry hub.

Following a review of the Access List (2003) in 2005, new prices for the period 2006-2008 were effected from February 15, 2006. The industry also engaged the Government on reviewing Universal Services Provision policies in April.

Working together with the MEWC as well as the Malaysian Communications and Multimedia Commission and the industry, we participated in a successful nationwide prepaid registration exercise. Following an upgrade of our fixed ISP network, we were also able to support the next phase of the IPv6.

Industri + kawalselia

Kerajaan, dalam mengenalpasti keupayaan besar negara untuk menjadi pemimpin serantau serta untuk meneruskan daya saing global, telah memperkenalkan MyICMS 886, satu strategi yang disediakan oleh Kementerian Tenaga, Air dan Komunikasi (KTAK). Pelan lima tahun ini bertujuan melaksanakan inisiatif penting yang akan mendefinisikan dan meningkatkan industri ICT serta merangsang keinginan Malaysia untuk menjadi pusat serantau bagi perkhidmatan komunikasi dan multimedia. Sebagai pemimpin industri, kami melihat peranan yang bermakna yang dapat dimainkan oleh DiGi untuk menjadikan Malaysia sebagai pusat industri serantau.

Susulan kepada tinjauan semula Access List (2003) dalam tahun 2005, harga-harga baru bagi tempoh 2006-2008 dikuatkuasakan daripada 15 Februari 2006. Industri ini juga telah bersama-sama dengan kerajaan membuat tinjauan semula ke atas dasar-dasar Universal Services Provision (USP) pada bulan April.

Bekerja bersama-sama dengan KTAK serta Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia dan industri ini kami telah mengambil bahagian dalam menjayakan program pendaftaran pra-bayar seluruh negara. Susulan kepada peningkatan pelanggan tetap ISP, kami juga telah dapat menampung fasa lanjutan IPv6.

We expect 2007 to be an exciting year. We will be competitive, keeping true to our pillars of innovation, simplicity and best value.

2007, another DiGi year

We are living through times of great change. As the mobile communications industry here grows ever more dynamic and responsive, people are adapting just as quickly, and becoming more sophisticated in their demands.

In this competitive climate, however, our biggest advantage is our ability to adapt and drive changes. Since it is our organisational model, we recognise change and are geared towards managing it.

We expect 2007 to be an exciting year. We will be competitive, keeping true to our pillars of innovation, simplicity and best value. We will work hard to maintain our customer base while articulating and courting new segments; to plan and launch revolutionary new products and improve and expand current services. We will work smart, focusing on cost control and operational excellence. This is our commitment to Malaysians and Malaysia, and to our role in realising the nation's aspiration to becoming the regional ICT hub.

Morten Lundal

Chief Executive Officer
3 April 2007



2007, tahun untuk DiGi

Kami kini melalui masa yang penuh dengan perubahan. Dengan berkembangnya industri telekomunikasi mudah alih yang penuh dinamik dan responsif, manusia juga menyesuaikan diri dengan pantas, begitu juga dengan permintaan dan keperluan mereka.

Dalam suasana kompetitif ini, kelebihan besar kami adalah kemampuan untuk menyesuaikan diri dalam melakukan perubahan. Oleh kerana ini adalah model organisasi kami, kami dapat mengenalpasti perubahan dan bersedia menanganinya.

Kami menjangkakan 2007 sebagai tahun yang menarik. Kami akan tetap bersaing, berpegang kepada asas-asas inovasi, mudah dan nilai terbaik. Kami akan bekerja keras untuk mengekalkan pelanggan yang sedia ada di samping menawan segmen-segmen baru; untuk merancang dan seterusnya melancarkan produk-produk baru yang unggul serta mempertingkatkan dan mengembangkan perkhidmatan semasa. Kami akan bekerja dengan bijak, memberi penumpuan terhadap kawalan kos serta kecemerlangan operasi. Ini adalah komitmen kami kepada seluruh rakyat dan negara Malaysia, serta peranan kami merealisasikan cita-cita negara untuk menjadi pusat ICT serantau.

Morten Lundal

Ketua Pegawai Eksekutif
3 April 2007

