

[SIARAN PERS]

Pasti Puas, Pasti di Blibli dengan Pelayanan Customer Care Level Global

Blibli meraih total 39 awards di bidang customer care sepanjang tahun 2022

Jakarta, 27 Desember 2022 – [PT Global Digital Niaga Tbk \('Blibli'; 'Perseroan': atau kode saham BEL: 'BELI'\)](#) berkomitmen untuk terus memperkuat *operational excellence* di tiap lini perusahaan, khususnya di bidang *customer service*, demi memberi pengalaman Pasti Puas, Pasti di Blibli di setiap aktivitas belanja pelanggan. Komitmen ini pun mengantarkan Blibli meraih berbagai prestasi gemilang di pengujung tahun 2022. Salah satu yang menjadi *highlight* adalah keberhasilan Blibli meraih sejumlah penghargaan terbanyak pada ajang Global Top Performers Ranking - Asia Pacific 2022 yang digelar oleh ContactCenterWorld.com. Apresiasi tersebut kian melengkapi prestasi besar yang diraih *customer care* Blibli di pengujung tahun, yakni dengan raihan total 11 penghargaan meliputi 7 medali emas, 3 medali perak, dan 1 medali perunggu dari 17 kategori pelayanan pelanggan yang dinominasikan serta menang 7 nominasi pada sektor korporat.



Tim Customer Care Blibli menutup tahun 2022 dengan perolehan penghargaan terbanyak pada ajang Global Top Performers Ranking - Asia Pacific 2022 yang digelar oleh ContactCenterWorld.com. Dengan total 39 pengakuan industri di tahun ini, customer care Blibli menjadi pilar penting dalam menjaga standar layanan pelanggan terdepan di industri dengan DNA customer care melayani dengan empati.



“Seluruh penghargaan yang diraih tersebut merupakan prestasi bagi segenap tim *customer care* Blibli yang konsisten menjaga DNA perusahaan dalam melayani dan memberi solusi dengan penuh empati dan setulus hati setiap harinya,” ujar **Lisa Widodo, COO dan Co-Founder Blibli**. “Apresiasi ini menjadi motivasi bagi kami untuk terus menjaga dan meningkatkan standar layanan pelanggan dan ke depannya menjadi acuan standar pelayanan di industri,” Lisa menambahkan.

Khusus untuk deretan prestasi pada Global Top Performers Ranking - Asia Pacific 2022, Blibli dinilai mampu membangun tim *customer care* yang dapat menjamin integritas, empati, dan layanan *personalized* dalam menjawab berbagai kebutuhan pelanggan. Hal tersebut penting karena menurut tinjauan firma audit KPMG, bahwa integritas, empati, dan layanan yang *personalized* adalah faktor-faktor utama yang mempengaruhi dan mendorong loyalitas pelanggan¹. Penguatan kapabilitas ini pun jadi bagian dari strategi Blibli dalam mengembangkan layanan *customer care* yang memprioritaskan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Selain itu, torehan penghargaan pada ajang Global Top Performers Ranking - Asia Pacific 2022 juga menjadi bukti nyata kualitas layanan *customer care* Blibli yang unggul melebihi standar industri. Mengusung layanan pelanggan berbasis empati yang *high tech, high touch, dan personalized*, Blibli mengukuhkan eksistensinya sebagai *e-commerce of choice* dengan pelayanan pelanggan yang melampaui harapan setiap saat. Hal ini dibuktikan dengan capaian 98% pelanggan yang menunggu kurang dari 20 detik untuk dapat tersambung saluran telepon dengan agen *customer care* Blibli, tanggapan *email* kurang dari satu jam, serta respon rata-rata media sosial yang kurang dari 10 menit. Seluruh kemampuan tersebut melebihi ekspektasi umum pelanggan menurut riset McKinsey, yang berkisar rata-rata satu jam waktu tunggu untuk tanggapan *call center* di berbagai *platform*².

Rangkaian capaian positif yang diraih Blibli Loyalty Team Service (BLITS) pada ajang Global Top Performers Ranking - Asia Pacific 2022, salah satunya, dinilai karena memiliki pendekatan unik dan membawa angin segar di industri dalam menghadirkan pelayanan sepenuh hati bagi pelanggan. Selain itu, BLITS juga dianggap berkomitmen tinggi dalam menjawab kebutuhan dan memenangkan hati pelanggan melalui inisiatif-inisiatif menarik, seperti AHA Moment, inisiatif mengirimkan hadiah di berbagai momen spesial pelanggan, serta ADVES (Adventurous Vegas) berupa gamifikasi *self-development* diperuntukkan bagi agen *customer care* dalam mengasah talenta untuk meraih gelar *top agent* setiap bulannya.

Penghargaan ini juga menjadi buah dari komitmen berkelanjutan Blibli dalam mengembangkan sumber daya manusia yang berkualitas dan mencetak talenta unggul sebagai calon pemimpin masa depan. Adapun beberapa raihan medali emas pada Global Top Performers Ranking - Asia Pacific 2022 di antaranya adalah:

- Best Contact Center Operator
- Best Use of Social Media
- Best CX Champion
- Best Contact Center Design
- Best Quality Team
- Best VIP Service Team
- Best Recruitment Camps

¹ KPMG, 2021, [Orchestrating Experiences Global Customer Experience Excellence Research 2021](#)

² [Mickinsey Research: 2022](#)



Deretan prestasi yang diraih Blibli di pengujung tahun ini melengkapi total 39 penghargaan yang diterima Blibli sepanjang tahun 2022, khususnya atas kemampuannya dalam memberikan pelayanan pelanggan terbaik. Sebelumnya, Blibli juga telah menerima penghargaan di sejumlah ajang bergengsi lainnya seperti The Best Contact Centre Indonesia 2022 dan Genesys Customer Innovation Awards 2022.

“Ke depan, Blibli akan terus memastikan *operational excellence* dan layanan *customer care* terdepan agar pelanggan bisa menikmati pengalaman retail terbaik dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan aman, nyaman, dan pasti puas. Hal ini pun sejalan dengan komitmen kami dalam memperkuat posisi Blibli sebagai *platform* perdagangan *omnichannel* dan gaya hidup terpercaya, dengan ekosistem terintegrasi yang konsisten menghadirkan pengalaman Pasti Puas, Pasti di Blibli,” kata Lisa menutup.

Tentang PT Global Digital Niaga Tbk (Blibli)

Didirikan tahun 2011, PT Global Digital Niaga Tbk (“Blibli” atau “Perseroan”; BEI: “BELI”) merupakan pelopor ekosistem perdagangan dan gaya hidup omnichannel terdepan di Indonesia yang fokus melayani konsumen ritel dan institusi lewat konektivitas digital. Blibli mengintegrasikan pengalaman online dan offline melalui layanan e-commerce dan toko fisik untuk beberapa mitra merek terkemuka. Selain itu, Blibli juga berkolaborasi dengan lebih dari 27.000 toko yang melayani fitur Blibli InStore dan Click&Collect, serta didukung oleh infrastruktur rantai pasok, termasuk jaringan pergudangan dan logistik yang dikembangkan secara nasional dan meningkatkan layanan pengiriman langsung lewat layanan BES Paket, dan berbagai mitra logistik pihak ketiga.

Pada tahun 2017, Blibli mengakuisisi tiket.com untuk memperluas layanan hingga perjalanan, akomodasi, dan pengalaman gaya hidup. Pada tahun 2021, ekosistem omnichannel Blibli semakin lengkap dengan penambahan produk segar dan kebutuhan sehari-hari bagi pelanggannya melalui akuisisi PT Supra Boga Lestari Tbk (BEI: RANC) – perusahaan pengelola sejumlah supermarket seperti Ranch Market dan Farmers Market. Pada tahun 2022, Blibli menempati peringkat pertama kategori *consumer electronics* dan makanan segar (*fresh products*) B2C omnichannel menurut Frost & Sullivan, serta memiliki layanan pelanggan 24/7.

Blibli memiliki *unified omnichannel ecosystem* yang disebut sebagai Blibli Tiket terdiri dari entitas anak, tiket.com dan Ranch Market, untuk menegaskan sinergi ekosistem yang memberikan kemudahan serta nilai tambah bagi pelanggan, dengan menyediakan layanan lebih lengkap, bermanfaat juga terintegrasi di setiap channel dan platform.

Saham Blibli diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham "BELI"

Untuk informasi lebih lanjut, silakan kunjungi: <https://about.blibli.com/id>