

BLOK BMC	SOALAN PANDUAN	ANDAIAAN ASAL	REALITI SEMASA	BUKTI / UKURAN	JURANG (GAP)	RISIKO & ISU	KEKUATAN	TINDAKAN / LANGKAH SETERUSNYA
Segmen Pelanggan	Adakah segmen berkembang? Keperluan berubah?	Ibu bapa yang mencari bekal sekolah anak dan hidangan minum petang.	Pemintaan tinggi daripada komuniti setempat yang mencari makanan "fresh" dan murah.	• Tempahan konsisten setiap hari Isnin hingga Ahad. • Roti sering habis sebelum waktu petang.	• Belum mencapai pelanggan di luar kawasan taman/perumahan sendiri. • Tiada data khusus tentang jumlah pelanggan baru vs pelanggan lama.	• Persaingan daripada roti kilang yang mempunyai jangka hayat lebih lama. • Kehilangan pelanggan jika waktu jualan tidak konsisten.	Harga RM1 yang sangat mampu milik untuk semua golongan.	Luaskan jualan ke pejabat berdekatan atau katering kecil untuk majlis.
Tawaran Nilai	Adakah pelanggan mendapat nilai? Mana yang diterima?	Roti yang lembut, gebu, dan sentiasa segar dari oven.	Pelanggan sangat menghargai nilai "Freshly Homemade" dan harga RM1.	• Maklum balas "Roti lembut & gebu". • Jualan pada harga RM1 yang terbukti laku keras.	• Kurang variasi produk (hanya satu jenis roti asas buat masa ini). • Tiada penjenamaan (logo/sticker) pada bungkus roti.	• Kualiti roti mungkin terjejas jika suhu oven tidak terkawal. • Persepsi pelanggan terhadap keselamatan makanan (tiada label tarikh luput).	Roti Lembut & Gebu pada harga RM1 sebiju.	Perkenalkan variasi inti baru secara berkala untukkekalkan minat pelanggan.
Saluran	Saluran mana berkesan? Bagaimana capaian?	Melalui hebahan WhatsApp dan media sosial.	Pemasaran melalui status WhatsApp dan testimoni mulut ke mulut sangat efektif.	• Jumlah "PM" atau mesej WhatsApp yang diterima setiap hari. • Keberkesanan gambar "roti penuh tray" dalam menarik perhatian.	• Pemasaran masih terhad kepada lingkungan kenalan sedia ada. • Tiada sistem katalog produk yang jelas untuk rujukan pelanggan.	• Masalah teknikal pada telefon/WhatsApp boleh memutuskan saluran jualan. • Kandungan media sosial yang tidak dikemaskini menyebabkan pelanggan lupa.	Hubungan terus dengan pelanggan melalui "PM".	Gunakan strategi kandungan 7 hari yang telah dirancang untuk tingkatkan engagement.
Hubungan Pelanggan	Tahap kesetiaan? Kadar kepuasan?	Pelanggan akan membeli setiap hari untuk keperluan harian.	Kesetiaan tinggi kerana kualiti roti yang konsisten ("Roti dia lembut, anak suka").	• Testimoni pelanggan yang dikongsikan sebagai bukti kualiti. • Kekerapan pelanggan bertanya tentang "batch" terbaru.	• Tiada sistem pengumpulan mata ganjaran atau kesetiaan pelanggan. • Komunikasi pelanggan dilakukan secara manual sepenuhnya.	• Sukar menguruskan jangkaan pelanggan jika tempahan terlalu banyak. • Risiko salah faham semasa proses pesanan melalui teks (PM).	Sentuhan peribadi sebagai pengusaha homemade.	Wujudkan sistem "pre-order" tetap untuk pelanggan setia.
Aliran Pendapatan	Berbanding ramalan? Pendapatan berulang?	Pendapatan harian daripada jualan roti secara unit (RM1/unit).	Aliran tunai cepat kerana stok sering habis dengan pantas.	• Rekod jualan harian (bilangan unit terjual x RM1). • Pengurangan stok dalam tray yang sangat cepat.	• Sumber pendapatan tunggal tanpa produk sampingan (cth: jem/spread). • Tiada rekod keuntungan bersih yang teliti selepas tolak semua kos.	• Kenaikan kos bahan mentah akan mengecutkan margin yang sedia ada nipis. • Risiko kerugian jika roti tidak habis dijual pada hari yang sama.	Model perniagaan "Siapa cepat dia dapat" memastikan stok tidak tersimpan lama.	Tawarkan "Pek Kombo" (cth: 11 biji RM10) untuk tingkatkan nilai setiap transaksi.
Sumber Utama	Sumber kritikal? Kos & keupayaan?	Bahan mentah (tepung, yis) dan kemahiran mengadun roti.	Bergantung sepenuhnya kepada oven rumah dan tenaga kerja manual pemilik.	• Peralatan dapur rumah yang digunakan setiap hari. • Ketersediaan stok bahan mentah di dapur.	• Ruang pengeluaran (dapur rumah) yang terhad untuk skala besar. • Kekurangan peralatan industri (mixer/oven besar) untuk meningkatkan volum.	• Kerosakan peralatan utama (oven) akan menghentikan seluruh operasi. • Kelelahan fizikal pemilik kerana menguruskan semua proses seorang diri.	Produk dijamin segar dan buatan tempatan yang berkualiti.	Pertimbangkan untuk menambah mesin pengadun yang lebih besar jika tempahan meningkat.
Aktiviti Utama	Pemacu utama? Mana yang membazir?	Proses pembuatan roti, pembungkusan, dan promosi harian.	Aktiviti pemasaran (post gambar/caption) adalah pemacu utama tempahan harian.	• Kelancaran proses "Buat sendiri, bungkus sendiri". • Kekerapan posting harian mengikut pelan 7 hari.	• Waktu untuk pemasaran sering terganggu oleh waktu memasak/menguli. • Tiada sistem pengurusan inventori bahan mentah yang sistematik.	• Kecederaan atau masalah kesihatan pemilik akan menjejaskan pengeluaran. • Risiko kegagalan "batch" roti (tidak naik/hangus) yang merugikan kos.	Proses pembuatan yang teliti memastikan roti kekal lembut.	Sediakan jadual waktu membakar roti yang tetap supaya pelanggan tahu bila waktu "fresh".
Rakan Kongsi Utama	Nilai rakan kongsi? Risiko kerjasama?	Pembekal bahan bakeri tempatan dan pelanggan sebagai ejen hebahan.	Bergantung kepada bekalan bahan yang stabil untuk mengekalkan harga RM1.	• Hubungan dengan pembekal bahan bakeri berdekatan. • Sokongan daripada pelanggan yang memberikan ulasan positif.	• Tiada rakan kongsi untuk penghantaran (COD), hanya bergantung kepada self-pickup. • Belum ada kerjasama dengan kedai-kedai tempatan.	• Kelewatan bekalan bahan mentah boleh menjejaskan jadual pengeluaran. • Peningkatan harga secara mendadak oleh pembekal tunggal.	Sokongan komuniti setempat yang kuat melalui perkongsian testimoni.	Bina hubungan dengan kedai runcit berdekatan untuk letak stok (consignment).
Struktur Kos	Kos sebenar vs rancangan? Margin?	Kos bahan mentah, pembungkusan plastik, dan utiliti (gas/elektrik).	Margin kecil setiap unit, memerlukan volum jualan yang tinggi untuk keuntungan besar.	• Anggaran kos bahan mentah bagi setiap "batch" roti. • Bil utiliti yang berkaitan dengan penggunaan oven.	• Kos pengangkutan untuk membeli bahan mentah belum diambil kira. • Tiada peruntukan kos untuk penggantian peralatan yang rosak.	• Inflasi menyebabkan harga tepung dan minyak naik secara tiba-tiba. • Risiko kewangan jika jualan tidak mencukupi untuk menampung kos tetap.	Kos pemasaran yang sifar kerana menggunakan platform percuma.	Pantau harga bahan mentah (cth: harga mentega/tepung) secara mingguan.