

BLOK BMC	SOALAN PANDUAN	ANDAIAN ASAL	REALITI SEMASA	BUKTI / UKURAN	JURANG (GAP)	RISIKO & ISU	KEKUATAN	TINDAKAN / LANGKAH SETERUSNYA
Segmen Pelanggan	Siapa target utama? Adakah segmen berkembang?	Penduduk setempat di sekitar Nilai sahaja.	Pelajar kolej/universiti dan pekerja kilang yang mencari makanan bajet.	• Ramai pelanggan muda (pelajar) datang waktu petang. • Pekerja singgah waktu balik kerja.	• Belum tembusi pasaran pejabat/korporat untuk tempahan pukal mesyuarat. • Kurang pelanggan dari luar kawasan Nilai.	• Kehilangan pelanggan pelajar semasa cuti semester. • Pesaing baru yang menawarkan harga serupa.	Lokasi strategik di laluan pelajar dan pekerja.	• Buat promosi "Pakej Bajet Pelajar". • Edar risalah digital di grup WhatsApp komuniti Nilai.
Tawaran Nilai	Apa nilai unik? Masalah apa diselesaikan?	Menjual ayam goreng yang murah semata-mata.	Makanan yang murah, panas (freshly fried), dan pelbagai pilihan (one-stop center).	• Ayam goreng sentiasa habis lacin. • Pelanggan membeli pelbagai jenis kuih sekali gus.	• Pembungkusan (plastik biasa) kurang menarik dan berminyak. • Tiada label jenama pada bungkus kuit vendor.	• Persepsi "murah bermaksud tidak berkualiti". • Makanan cepat sejuk jika tidak disimpan dengan baik.	Harga RM1.00 & RM1.50 adalah "killer product" yang sukar ditandingi.	• Tukar ke pembungkusan kertas yang lebih bersih. • Letak sticker "Gerai Puan Aziah" pada bungkus utama.
Saluran (Channels)	Bagaimana pelanggan tahu dan beli?	Pelanggan "walk-in" yang lalu lalang sahaja.	Mulai dikenali melalui mulut ke mulut (word of mouth) dan status WhatsApp.	• Pelanggan bertanya dalam WhatsApp "bukak tak hari ni?". • Jualan vendor laju habis.	• Tiada kehadiran di platform penghantaran (FoodPanda/Grab) kerana isu margin. • Lokasi gerai tiada dalam Google Maps/Waze.	• Pelanggan luar sukar cari lokasi. • Bergantung penuh pada cuaca (jika hujan, walk-in kurang).	Pemasaran mulut ke mulut yang sangat kuat dalam komuniti.	• Daftar lokasi gerai di Google Maps. • Buat akaun TikTok untuk tunjuk ayam goreng panas.
Hubungan Pelanggan	Bagaimana menjaga hati pelanggan?	Layanan mesra di gerai sahaja.	Pelanggan rasa dihargai dengan layanan pantas dan harga murah.	• Ramai pelanggan tetap yang datang setiap hari/minggu. • Pelanggan selesa memilih kuih sendiri (self-service).	• Tiada cara untuk hubungi pelanggan jika gerai tutup mengejut. • Tiada program kesetiaan rasmi.	• Pelanggan beralih arah jika layanan lambat waktu puncak. • Kesiapan baki wang semasa waktu sibuk.	Suasana gerai yang santai dan mesra pelanggan.	• Buat kad "Cop/Loyalty" (Beli 10 percuma 1). • Minta pelanggan simpan no telefon untuk update menu.
Aliran Pulangan	Dari mana duit masuk?	Jualan tunai harian ayam goreng.	Keuntungan dari volum tinggi ayam goreng & komisen jualan vendor.	• Aliran tunai positif setiap hari. • Modal pusingan cepat diperoleh semula.	• Masih ramai guna tunai, melambatkan proses bayaran. • Margin keuntungan vendor agak kecil per unit.	• Risiko kecurian atau salah kira wang tunai. • Susah nak kesan untung bersih sebenar tanpa rekod.	Pusingan tunai (cashflow) yang sangat laju.	• Sediakan QR Pay (DuitNow) di kaunter. • Buat kira-kira untung rugi asing (ayam vs vendor).
Sumber Utama	Apa aset paling penting?	Peralatan menggoreng dan bahan mentah.	Vendor kuih/dessert yang boleh dipercayai & pekerja yang cekap.	• Bekalan kuih sentiasa ada variasi. • Kualiti ayam goreng terjaga.	• Kurang tenaga kerja jika Puan Aziah sakit/bercuti. • Ruang pameran (meja/rak) agak terhad.	• Kebergantungan tinggi kepada pembekal ayam (harga naik). • Vendor dessert berhenti hantar stok.	Jaringan vendor yang pelbagai menjadikan gerai menarik.	• Tambah meja lipat untuk pameran kuih. • Latih seorang pembantu untuk menggoreng.
Aktiviti Utama	Apa kerja harian paling penting?	Menggoreng ayam dan menjual.	Mengurus stok vendor (QC), perap ayam, dan layan pelanggan.	• Ayam sentiasa digoreng "batch by batch". • Kuih disusun rapi setiap pagi.	• Tiada sistem inventori, kadang-kadang stok vendor terlebih/terkurang. • Masa menunggu lama bila ayam baru nak goreng.	• Kualiti ayam tidak konsisten jika tersalah banchuan tepung. • Makanan basi jika tidak terjual hari itu.	Kemahiran menggoreng ayam yang rangup dan sedap.	• Buat jadual anggaran jualan untuk vendor. • Sediakan SOP perapan ayam.
Rakan Kongsi Utama	Siapa pembekal/partner?	Pembekal ayam mentah di pasar.	Pembekal ayam, Penjual kuih (home-bakers), Pembekal minyak masak.	• Hubungan baik dengan ramai vendor kecil di Nilai. • Bekalan ayam konsisten.	• Tiada kontrak rasmi dengan vendor (hanya janji mulut). • Pembekal bahan mentah tiada pelan sandaran (backup).	• Vendor tarik diri tiba-tiba. • Harga bahan mentah naik mendadak.	Sokongan komuniti peniaga kecil (vendor) yang saling membantu.	• Cari pembekal ayam alternatif sebagai backup. • Tetapkan syarat kualiti ringkas untuk vendor baru.
Struktur Kos	Apa kos paling besar?	Kos beli ayam dan minyak masak.	Kos bahan mentah, gas, plastik pembungkusan & bayaran vendor.	• Kos ayam turun naik ikut harga pasaran. • Penggunaan minyak masak yang banyak.	• Tidak ambil kira kos tenaga kerja sendiri (gaji Puan Aziah). • Pembaziran minyak jika tidak ditapis/jaga.	• Untung makin nipis jika harga barang naik tapi harga jual kekal RM1. • Kos tersembunyi (elektrik/air rumah) jika prep di rumah.	Kos operasi rendah (tiada sewa kedai mahal/gerai tepi jalan).	• Beli minyak masak dan tepung secara pukal. • Rekod semua perbelanjaan harian dengan disiplin.