- Siti Nurulamirah -

| BLOK BMC | SOALAN PANDUAN | ANDAIAN ASAL | REALITI SEMASA | BUKTI / UKURAN | JURANG (GAP) | RISIKO & ISU | KEKUATAN | TINDAKAN / LANGKAH SETERUSNYA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Segmen Pelanggan** | *Adakah segmen pelanggan berkembang atau berkurang? Adakah keperluan mereka berubah?* | Segmen utama ialah pelanggan-pelanggan yang membeli di pasar bunga cengkih, kualalipis | Kamai pelanggan yang terdiri daripada pekerja pejabat sekitar dan pelanggan pelanggan yang bukan hanya membeli bahan² basah di pasar bunga cengkih | Pemerhatian : lebih 50% pelanggan sekarang datang dari pekerja pejabat sekitar | Segmen berubah daripada pelanggan² yang dtg membeli kepada pekerja pejabat² sekitar | Jika hari cuti (sabtu/ahad) jualan menurun sedikit | Lokasi kedai yang strategik berdekatan dengan pejabat², pasar awam x pasaraya besar. | Focus promosi pada pelanggan sekitar selain pekerja ~~pejabat²~~ ~~kedai~~ pejabat sekitar |
| **Tawaran Nilai** | *Adakah pelanggan masih mendapat nilai seperti yang dijangka? Nilai mana yang diterima atau tidak?* | pelanggan mahu menu-menu sarapan yang sedap. | pelanggan menghargai rasa menu-menu sarapan yang sedap x 'portion' makanan yg sesuai dgn harga | maklum balas pelanggan yang positif melalui perbualan berdepan dgn ~~cus~~ pelanggan x tuan kedai. | nilai lebih dihargai pada menu² sarapan yang sedap, bukan hanya pada 'portion' x harga murah | Jika menu-menu sarapan tidak sedap. pelanggan akan lari | menu-menu sarapan yang biasa tapi sedap. | Tambah menu-menu sarapan pagi yang pelbagai |
| **Saluran** | *Saluran mana yang berkesan atau tidak? Bagaimana kos, capaian dan kadar penukaran?* | Jualan terus dari kedai. | Perlu promote lebih di social media selain daripada malan terus dari kedai | ~~malam~~ malam akan lebih menguat seluruhnya membuat 'iklan' di social media / group komuniti | saluran online - iklan untuk promosi kedai perlu kerap 'posting'. | Jika terlalu promote. tetapi tempat makan/ tempat duduk pelanggan terhad (tidak mencukupi ruang) | sudah diketahui kewujudan kedai yang telah diperasi | tambahkan iklan promosi dan buat pertambahan versi x mega untuk ruang makan pelanggan. |
| **Hubungan Pelanggan** | *Tahap kesetiaan pelanggan? Kadar aduan dan kepuasan pelanggan?* | pelanggan akan datang semula jika menu² sedap x harga yang berpatutan | ada pelanggan setia tapi ada juga berpindah ke pesaing berhampiran | setiap hari pelanggan yang sama akan datang membeli menu-menu sarapan | hubungan pelanggan akan kekal pada harga yang berpatutan x menu yang sedap | Pelanggan mudah membandingkan menu-menu dengan kedai pesaing yang lain | ada pelanggan tetap/ setia yang akan membeli | wujudkan 'diskaun' dari segi kuantiti untuk pelanggan tetap (bagi kuantiti yg lebih) |
| **Aliran Pendapatan** | *Bagaimana pendapatan sebenar berbanding ramalan? Campuran pendapatan berulang vs sekali?* | Jualan harian dijangka RM 150 - RM250. sehari / 8 pagi - 12 tghari | pendapatan harian sekitar RM200 - RM220 seluruhnya menu sarapan yang sama. | pendapat bulanan purata ~~RM 700~~ 4,400 - sasaran asal RM ~~5,600~~ 5,500 | pendapatan tidak capai sasaran asal | menu yang sama/kuantiti menu yang dijual sama boleh menurunkan jualan harian. | walaupun turun, jualan masih stabil setiap hari | menambah menu-menu sarapan yang berbeza/ pelbagai. |
| **Sumber Utama** | *Apakah sumber kritikal yang digunakan berbanding jangkaan? Kos, kebolehcapaian, keupayaan?* | bahan mentah mudah diperoleh dari pembekal. | kadang-kadang ~~&~~ stok bahan mentah kehabisan stok / harga bahan mentah meningkat. | kekadang dalam satu bulan akan terputus stok | Andaian kos stabil / stok bahan mentah tidak tepat | kehabisan stok / harga akan mengganggu operasi | hubungan baik dengan pembekal | cari pembekal alternatif / yang lain seluruhnya pembekal utama kehabisan stok |
| **Aktiviti Utama** | *Aktiviti mana yang benar-benar pemacu utama? Aktiviti mana yang membazir atau melambatkan?* | memasak, menjual, melayan pelanggan digerai ~~dan~~ ~~'cash on delivery'~~ | aktiviti utama kekal seperti andaian asal tambahan perlu mengurus 'cash on delivery' x catering pejabat sekitar | jumlah pesanan online untuk cash on delivery + catering meningkat dalam 10% setiap bulan. | tambahan kerja perlu keluar menguruskan cash on delivery. @ catering untuk pejabat ~~sekitar~~. | - kekurangan tenaga kerja<br>- kedai terpaksa tutup seluruhnya tempah catering melebihi had (kapasiti). | pengurusan kedai fleksibel dan mudah menyesuaikan diri | - mencari tenaga kerja yang membantu seandainya tempahan 'cod' x catering bertambah. |
| **Rakan Kongsi Utama** | *Adakah rakan kongsi memberikan nilai? Kos-faedah dan risiko daripada kerjasama?* | Pembekal - pembekal pasaraya x tempatan | pembekal tetap tidak berubah. | Hubungan baik dengan setiap pembekal tempatan x pasaraya berdekatan | risiko kenaikan harga bagi musim kerayaan | tiada pilihan yang banyak untuk pembekal | hubungan baik dengan pembekal | Bina rangkaian dengan pembekal² lain. |
| **Struktur Kos** | *Bagaimana struktur kos sebenar berbanding rancangan? Kos tetap vs berubah, margin keuntungan?* | kos bahan mentah sekitar 30% | kos meningkat sekitar 40% - 50% | rekod kos tunjuk keuntungan bersih sekitar 20% | margin rendah dari asal | kenaikan kos bahan mentah | masih mampu bertahan walaupun kos meningkat | semak harga jualan utk imbang kos x margin. |