

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?	Keluarga, suri rumah, pelajar, pekerja pejabat, pelanggan majlis.	Segmen semakin berkembang – repeat customer , tempahan majlis meningkat.	Repeat order tinggi di WhatsApp & Facebook, tempahan musim perayaan meningkat.	Kurang tahu cara perkenal produk ke korporat	Bergantung kepada pelanggan sekitar Rawang sahaja.	Pelanggan setia, rekemen dari pelanggan dari mulut ke mulut.	Target corporate gift & bina katalog .
Tawaran Nilai	Adakah pelanggan masih mendapat nilai seperti yang dijangka? Nilai mana yang diterima atau tidak?	Biskut premium, homemade rasa profesional & harga mampu milik.	Pelanggan berpuashati dengan rasa, rangup, melt-in-mouth & pembungkusan yang menarik.	Testimoni positif & repeat order tinggi.	Belum banyak produk signature baru.	Bosan produk kalau tiada inovasi.	Resepi tersendiri, dipercayai.	Buat kombo box.
Saluran	Saluran mana yang berkesan atau tidak? Bagaimana kos, capaian dan kadar penukaran?	WhatsApp Business, Facebook.	komunikasi dengan pelanggan lebih banyak di WhatsApp dan Facebook	Majoriti order masuk melalui WhatsApp.	Belum maksimumkan TikTok & Shopee.	Masih bergantung pada tempahan manual.	Cepat response & jaga hubungan baik dengan pelanggan.	Automate katalog WhatsApp.
Hubungan Pelanggan	Tahap kesetiaan pelanggan? Kadar aduan dan kepuasan pelanggan?	Layanan mesra, repeat order melalui reminder & promo.	Pelanggan setia, suka recommend kepada orang lain	Repeat customer tinggi, testimoni organik.	Tiada sistem loyalty rasmi.cth loyalty card	Pelanggan boleh pergi ke pesaing jika tiada engagement	Personal touch, trusted brand.	Perkenal loyalty card / referral reward.
Aliran Pendapatan	Bagaimana pendapatan sebenar berbanding ramalan? Campuran pendapatan berulang vs sekali?	Jualan biskut dahlia, cookies premium, borong event & perayaan.	Pendapatan konsisten, naik ketara musim perayaan.	Lonjakan jualan Raya,musim perayaan, Event2 dan cuti sekolah(majlis).	Masih mencari tempahan korporat.	Pendapatan berkurang jika bukan musim perayaan.	Ada sijil home-based dari KKM.	Menambah baik pembungkusan dan persembahan produk.
Sumber Utama	Apakah sumber kritikal yang digunakan berbanding jangkaan? Kos, kebolehcapaian, keupayaan?	Resepi tersendiri, dapur rumah, peralatan baking, bahan premium, tenaga kerja keluarga.	Semua sumber mencukupi & berfungsi dengan baik.	Tempahan dapat dipenuhi tepat masa.	Kapasiti terhad jika order besar serentak.	Tertekan jika tidak dapat memenuhi tempahan pelanggan.	Kos rendah tetapi tetap menjaga kualiti.	Upgrade peralatan & tambah pembantu part-time.
Aktiviti Utama	Aktiviti mana yang benar-benar pemacu utama? Aktiviti mana yang membazir atau melambatkan?	Baking, bungkus, marketing, tempahan & delivery.	Baking & customer handling paling kritikal.	Kelajuan response & stok produk yg sentiasa ada.	Pemasaran yang tidak sistematik.	Operasi kerja yang berlebihan.	Mengutamakan kualiti produk	Standardkan SOP & jadual content marketing.
R a k a n K o n g s i Utama	Adakah rakan kongsi memberikan nilai? Kos-faedah dan risiko daripada kerjasama?	Supplier baking, courier, reseller, kedai runcit, event organizer.	Supplier & courier stabil, reseller growing.	Supply bahan konsisten, delivery lancar.	Belum ada strategic partner corporate.	Bergantung kepada supplier tunggal.	Hubungan baik & fleksibel.	Tambah backup supplier & cari corporate partner.
Struktur Kos	Bagaimana struktur kos sebenar berbanding rancangan? Kos tetap vs berubah, margin keuntungan?	Bahan mentah, packaging, utiliti, pemasaran, logistik.	Kos terkawal, margin sihat.	Cashflow positif, stok sentiasa bergerak.	Kos bahan naik ikut pasaran.	Peningkatan harga mentega & coklat.	Operasi rumah → overhead rendah.	Belian pukal lebih menjimatkan.