

## 3.2 ICP + Personas

مشتری ایدهآل و پرسوناهای کاربران  
استارتاپ ProDecks  
نسخه 1.0 - تاریخ: 1403/11/15

### فهرست مطالب

1. مقدمه و فلسفه تعریف مشتری ایدهآل
2. (مشتری ایدهآل) ICP چارچوب تعریف
3. مشتری ایدهآل سطح ۱: استودیوهای مستقل نوپا
4. مشتری ایدهآل سطح ۲: استودیوهای در حال رشد
5. پرسونای ۱: مدیر استودیو (تصمیمگیرنده اصلی)
6. پرسونای ۲: توسعه‌دهنده فنی (کاربر اصلی)
7. پرسونای ۳: هنرمند/طراح (کاربر تخصصی)
8. پرسونای ۴: تولیدکننده محتوا (ادغام‌کننده)
9. نقش‌های تأثیرگذار اما غیرمستقیم
10. نقشه سفر مشتری (Customer Journey Map)
11. اعتبارسنجی و بهروزرسانی پرسوناها
12. کاربرد عملی در استراتژی‌های محصول و بازار

### 1. مقدمه و فلسفه تعریف مشتری ایدهآل

#### 1.1 اهمیت تعریف دقیق مشتری در ProDecks

و پرسوناهای (ICP) در بازار پراکنده و متنوع بازی‌سازی، تعریف دقیق مشتری ایدهآل: کاربران حیاتی است زیرا

- منابع محدود؛ نمی‌توانیم همه را راضی کنیم، باید بر بهترین مشتریان تمرکز کنیم
- بیامرسانی مؤثر: ارتباط دقیق با دردهای واقعی مشتریان
- توسعه محصول هدفمند: ساخت ویژگی‌هایی که واقعاً استفاده می‌شوند
- فروش کارآمد: تمرکز بر مشتریانی که احتمال خرید بالاتری دارند

#### 1.2 اصول تعریف پرسونا در ProDecks

- مبتنی بر داده: بر اساس مصاحبه‌های واقعی با ۲۰ استودیوی بازی‌سازی
- قابل اجرا: هر پرسونا باید مسقیماً بر تصمیمات محصول تأثیر بگذارد
- پویا: بهروزرسانی منظم بر اساس یادگیری‌های جدید
- ملموس: نام، عکس، داستان زندگی واقعی

#### 1.3 ساختار ارائه

: هر پرسونا شامل این بخش‌های است  
شناسه و اطلاعات دموگرافیک

























