

## 2.3 : Roadmap

نقشه راه محصول و شرکت  
ProDecks استارتاپ  
دوره ۲۴ ماهه - تاریخ: ۱۴۰۳/۱۱/۱۵

### فهرست مطالب

- چارچوب و فلسفه نقشه راه
- فرضیات کلیدی و محدودیت‌ها
- نقشه راه محصول (Product Roadmap)
- نقشه راه شرکت (Company Roadmap)
- وابستگی‌ها و ریسک‌های هماهنگی
- منابع مورد نیاز
- معیارهای موفقیت و نقاط عطف
- مواردی که عمداً انجام نمی‌دهیم

### چارچوب و فلسفه نقشه راه

#### ProDecks فلسفه نقشه‌برداری در ۱.۱

نقشه راه ما یک سند زنده و قابل تکرار است نه یک لیست آرزوهای ثابت. ما از استفاده می‌کنیم Now-Next-Later چارچوب

- آنچه در ۳ ماه آینده قطعاً انجام می‌دهیم: (Now) حال
- آنچه در ۳-۹ ماه آینده احتمالاً انجام می‌دهیم: (Next) بعد
- آنچه بعد از ۹ ماه ممکن است بررسی کنیم: (Later) آینده

#### اصول اولویت‌بندی ۱.۲

ما ویژگی‌ها را بر اساس چهار معیار ارزیابی می‌کنیم:

- چه قدر برای مشتریان ما ارزش ایجاد می‌کند؟ (Customer Value) ارزش مشتری ۱.
- چه تأثیری بر درآمد و رشد ما دارد؟ (Business Value) ارزش کسب‌وکار ۲.
- چه مقدار زمان و منابع نیاز دارد؟ (Effort Required) تلاش مورد نیاز ۳.
- چه ریسک‌هایی همراه آن است؟ (Risk & Uncertainty) ریسک و عدم قطعیت ۴.

#### دوره‌های زمانی ۱.۳

- کوتاه‌مدت: ۰-۶ ماه (برنامه اجرایی قطعی)
- میان‌مدت: ۷-۱۸ ماه (برنامه احتمالی با قابلیت تنظیم)
- بلندمدت: ۱۹-۲۴ ماه (جهت‌گیری استراتژیک)

### فرضیات کلیدی و محدودیت‌ها ۲.

















