

3.2 ICP + Personas

مشتری ایده‌آل و پرسوناهای کاربران

استارت‌آپ ProDecks

نسخه 1.0 - تاریخ: 1403/11/15

فهرست مطالب

- مقدمه و فلسفه تعریف مشتری ایده‌آل
- (مشتری ایده‌آل) ICP چارچوب تعریف
- مشتری ایده‌آل سطح ۱: استودیوهای مستقل نوپا
- مشتری ایده‌آل سطح ۲: استودیوهای در حال رشد
- پرسونای ۱: مدیر استودیو (تصمیم‌گیرنده اصلی)
- پرسونای ۲: توسعه‌دهنده فنی (کاربر اصلی)
- پرسونای ۳: هنرمند/طراح (کاربر تخصصی)
- پرسونای ۴: تولیدکننده محتوا (ادغام‌کننده)
- نقش‌های تأثیرگذار اما غیرمستقیم
- (Customer Journey Map) نقشه سفر مشتری
- اعتبارسنجی و به‌روزرسانی پرسوناها
- کاربرد عملی در استراتژی‌های محصول و بازار

مقدمه و فلسفه تعریف مشتری ایده‌آل

ProDecks اهمیت تعریف دقیق مشتری در 1.1

و پرسوناها (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
- پیام‌رسانی 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

ProDecks اصول تعریف پرسونا در 1.2

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

ساختار ارائه 1.3

هر پرسونا شامل این بخش‌هاست:

- شناسه و اطلاعات دموگرافیک

