

## PRD (Product Requirements Document)

# # \*\*۱. می‌دهد؟ ارائه می‌داند و چه ارزشی چیست؟

نوبت‌نو یک سیستم نوبت‌دهی هوشمند و تخصصی است که به طور خاص برای مطب‌های پزشکی شلوغ در شهر شیراز طراحی شده است. ارزش اصلی این سیستم در ارائه \*\*شفافیت لحظه‌ای\*\* است - بیماران می‌توانند در هر لحظه وضعیت واقعی نوبت‌ها را مشاهده کنند، بدانند چند نفر قبل از آنها در صف انتظار هستند، و زمان تخمینی نوبت خود را به دقت بدانند. این سیستم نه تنها برای بیماران مفید است، بلکه به پزشکان کنترل بهتری بر مدیریت مطب می‌دهد و استرس و حجم کار منشی‌ها را به طور چشمگیری کاهش می‌دهد.

# # \*\*۲. کدام مشکل واقعی را حل می‌کند؟

مشکل اصلی که نوبت‌نو حل می‌کند، \*\*انتظار طولانی و بدون اطلاع بیماران در مطب\*\* است. در مطب‌های شلوغ شیراز، بیماران معمولاً ساعتها منتظر می‌مانند بدون اینکه بدانند دقیقاً چه زمانی نوبتشان می‌شود. این مسئله چندین پیامد منفی دارد - بیماران ناراضی و عصبانی می‌شوند -

فضای انتظار مطب شلوغ و پراسترس می‌شود -

پزشکان نمی‌توانند برنامه روزانه خود را به خوبی مدیریت کنند -

منشی‌ها زیر فشار تماس‌های مکرر بیماران برای پرسیدن وضعیت نوبت قرار می‌گیرند -

سیستم‌های موجود یا فقط نوبت‌دهی آنلاین ساده ارائه می‌دهند (بدون اطلاع از وضعیت لحظه‌ای) یا سیستم‌های مدیریت مطب پیچیده و گران هستند که برای یک مطب تک‌پزشکی مناسب نیستند.

# # \*\*۳. هدف کاربران و مخاطبان\*\*

# ## \* \*\* ۳/۱ . پزشکان مالک مطب (تصمیم‌گیرندگان اصلی) -  
پزشکان متخصص در شیراز که روزانه بیش از ۴۰ بیمار ویزیت می‌کنند -  
از سیستم فعلی نوبتدهی خود ناراضی هستند -  
به دنبال راه حلی عملی برای کاهش شکایت بیماران و بهبود مدیریت زمان هستند -  
حاضرند ماهانه ۳۰۰۰-۵۰۰ هزار تومان برای چنین سیستمی پرداخت کنند -

# ## \* \*\* ۳/۲ . منشی‌های مطب (کاربران اصلی روزانه) -  
روزانه با بیماران در تعامل مستقیم هستند -  
زیر فشار تماس‌های تلفنی مکرر و سوالات بیماران قرار دارند -  
نیاز به سیستم ساده و کاربرپسند دارند که یادگیری آن آسان باشد -  
بیشترین استفاده را از سیستم خواهند داشت -

# ## \* \*\* ۳/۳ . بیماران (مستخدمین نهایی) -  
به ویژه بیماران شاغل که وقت محدودی دارند -  
بیماران مسنی که ممکن است با تکنولوژی راحت نباشند -  
بیماران جدیدی که با فرآیند نوبت‌گیری مطب آشنا نیستند -  
همه کسانی که از انتظار طولانی در مطب خسته شده‌اند -

# # \* \*\* ۴ . ویژگی‌های اصلی و الزامی نسخه اول -  
# ## \* \*\* ۴/۱ . مازول مدیریت نوبت‌ها (هسته سیستم)

**# #: ثبت نوبت جدید\***

امکان ثبت نوبت توسط منشی از طریق رابط کاربری ساده -

ثبت اطلاعات بیمار (نام، شماره تلفن، توضیحات) -

انتخاب زمان نوبت از تقویم تعاملی -

تعیین نوع ویزیت (عادی، پیگیری، اورژانس) -

جستجوی سریع بیماران ثبت شده قبلی -

**# #: مدیریت نوبت های موجود\***

مشاهده لیست نوبت های روز جاری -

امکان ویرایش یا حذف نوبت ها -

جستجو بر اساس نام بیمار یا شماره تلفن -

تغییر وضعیت نوبت (در انتظار، در حال ویزیت، انجام شده) -

**# #: نمایش وضعیت لحظه ای\***

صفحه وب عمومی که وضعیت نوبت ها را نشان می دهد -

نمایش شماره نوبت فعلی در حال ویزیت -

نمایش لیست نوبت های بعدی با زمان تخمینی -

به روز رسانی خودکار هر ۳۰ ثانیه -

طرahi ریسپانسیو برای موبایل و دسکتاپ -

**# #: مازول مدیریت اورژانس .۴/۲\*\***

## \*\* درج اورژانس # #####

- امکان اضافه کردن بیمار اورژانسی به صفحه

- تعیین سطح اولویت اورژانس (بالا، متوسط، پایین)

- محاسبه خودکار تأثیر بر زمان نوبت‌های بعدی

- تنظیم مجدد زمان‌های تخمینی به صورت خودکار

## \*\* اطلاع‌رسانی اورژانس #####

- ارسال پیامک به بیمارانی که نوبت آنها تحت تأثیر قرار می‌گیرد

- نمایش هشدار واضح در صفحه وضعیت

- امکان افزودن توضیح درباره دلیل تأخیر

## \*\* سیستم اطلاع‌رسانی خودکار .۳/۴ #####

### \*\* پیامک‌های خودکار #####

- پیامک تأیید نوبت بلافاصله پس از ثبت

- یادآوری نوبت یک روز قبل از موعد

- اطلاع‌رسانی وقتی ۳ نوبت به بیمار مانده

- اطلاع‌رسانی در صورت تأخیرهای غیرمنتظره

### \*\* تنظیمات اطلاع‌رسانی #####

- امکان فعال/غیرفعال کردن هر نوع پیامک

- تنظیم زمان‌بندی ارسال پیامک‌ها

- مشاهده گزارش ارسال پیامک‌ها

\*پنل مدیریت پزشک .۴/۴ # # # #

\*\*مشاهده گزارشات # # # #

- گزارش روزانه تعداد نوبت‌ها

- گزارش زمان‌های انتظار بیماران

- گزارش غیبت‌ها و کنسلی‌ها

- گزارش عملکرد منشی

\*\*تنظیمات کلی # # # #

- تنظیم ساعت کاری مطب

- تعیین زمان تقریبی هر ویزیت

- مدیریت کاربران (اضافه/حذف منشی)

- تنظیم پیامک‌های پیشفرض

\*\*محدوده محصول: چه چیز‌هایی الان ساخته نمی‌شوند .۵ # #

\*\*ویژگی‌های تعویق‌افتداده به نسخه‌های بعدی .۱ # # # #

\*\*اپلیکیشن موبایل بیمار # # # #

- در نسخه اول فقط صفحه وب ریسپانسیو ارائه می‌شود -

دلیل: تمرکز بر حل مشکل اصلی، منابع محدود -

زمان احتمالی اضافه شدن: نسخه ۳ (۶ ماه بعد) -

\*\*: سیستم پرداخت آنلاین \* # # # #

- بیماران همچنان حضوری پرداخت می‌کنند -

دلیل: پیچیدگی فنی و نیاز به یکپارچه‌سازی با درگاه‌های پرداخت -

زمان احتمالی اضافه شدن: نسخه ۳ (۶ ماه بعد) -

\*\*: پرونده الکترونیک کامل بیمار \* # # # #

فقط اطلاعات نوبتدهی ذخیره می‌شود -

دلیل: تمرکز بر نوبتدهی، حفظ سادگی سیستم -

زمان احتمالی اضافه شدن: نسخه ۴ (۹ ماه بعد) -

\*\*: گزارش‌های تحلیلی پیش‌رفته \* # # # #

فقط گزارش‌های پایه ارائه می‌شود -

دلیل: اولویت‌بندی ویژگی‌های اصلی -

زمان احتمالی اضافه شدن: نسخه ۲ (۳ ماه بعد) -

\*\*: یکپارچه‌سازی با نرم‌افزارهای مالی \* # # # #

سیستم مستقل عمل می‌کند -

دلیل: نیاز به تحقیق بیشتر درباره نیازهای بازار -

زمان احتمالی اضافه شدن: نسخه ۴ (۹ ماه بعد) -

\*دلالی تعویق عمدى این ویژگی‌ها . # ## # \*\*۵/۲

\*\*: تمرکز بر حل مشکل اصلی # ## # #

هدف اصلی نسخه اول حل مشکل \*شفافیت\* است. اگر سعی کنیم همه چیز را یکجا حل کنیم، احتمال شکست افزایش می‌باید.

\*\*: منابع محدود تیم توسعه # ## # #

تیم کوچک است و باید بر روی ویژگی‌های با بیشترین تأثیر تمرکز کند.

\*\*: اعتبارسنجی اولیه # ## # #

قبل از سرمایه‌گذاری روی ویژگی‌های پیشرفته، باید مطمئن شویم که هسته محصول مورد پذیرش بازار قرار می‌گیرد.

\*\*: یادگیری تدریجی # ## # #

با انتشار نسخه اول و دریافت بازخورد کاربران، بهتر می‌توانیم نیازهای واقعی برای نسخه‌های بعدی را شناسایی کنیم.

\*\* معیارهای موفقیت و پذیرش محصول . # # \*\*۶

\*\* معیارهای کمی . # ## \*\*۶/۱

**# # # # كاربری \*\*:**

- کاهش زمان انتظار بیماران از متوسط ۱۲۰ دقیقه به ۶۰ دقیقه -

- کاهش ۶۰٪ تماس‌های تلفنی به مطب برای پرسیدن وضعیت نوبت -

- استفاده ۷۰٪ بیماران از صفحه وضعیت لحظه‌ای -

- ثبت نوبت جدید در کمتر از ۳۰ ثانیه توسط منشی -

**# # # # رضایت \*\*:**

- رضایت ۹۰٪ منشی‌ها از سادگی سیستم -

- رضایت ۸۵٪ پزشکان از کنترل بهتر بر مدیریت مطب -

- رضایت ۸۰٪ بیماران از کاهش زمان انتظار -

- امتیاز +۴ از ۵ در نظرسنجی‌های ماهانه -

**# # # # فنی \*\*:**

- در ماه ۹۹.۵٪ (Uptime) زمان فعالیت سیستم -

- زمان پاسخ زیر ۲ ثانیه برای ۹۵٪ درخواست‌ها -

- عدم وجود باگ‌های بحرانی در محیط عملیاتی -

- پشتیبانی از ۱۰۰ کاربر همزمان در هر مطب -

**# # # # كسب و کار \*\*:**

- نگهداری ۸۵٪ مشتریان در ماه ششم -

- جذب ۳۰ مطب فعال در ۶ ماه اول -

- درآمد ماهانه ۱۰/۵ میلیون تومان در ماه ششم -

- نرخ رشد ۵۰٪ ماهانه مشتریان جدید -

\*\*معیارهای کیفی .۶/۲ # ## #

\*\*تجربه کاربری # ## #

منشی‌های با مهارت کامپیوتری متوسط بتوانند در ۲ ساعت آموزش مسلط شوند -  
بیماران مسن بتوانند از صفحه وضعیت استفاده کنند -  
باشد و نیاز به راهنمای پیچیده نداشته باشد intuitive رابط کاربری -  
سیستم در شرایط مختلف (اینترنت ضعیف، شلوغی زیاد) به خوبی کار کند -

\*\*تأثیر بر کار پزشکان # ## #

پزشکان احساس کنترل بیشتری بر برنامه روزانه خود داشته باشند -  
حجم شکایت بیماران کاهش محسوسی پیدا کند -  
امکان برنامه‌ریزی بهتر برای وقت‌های استراحت و ناهار فراهم شود -  
داده‌های مفید برای تحلیل عملکرد مطب جمع‌آوری شود -

\*\*وابستگی‌های بین تیمی .۷ # ##

\*\*وابستگی به تیم فروش .۱ # ## #

\*\*مواد آموزشی # ## #

راهنمای تصویری استفاده از سیستم برای منشی‌ها -

ویدیوهای آموزشی کوتاه (۲-۵ دقیقه) -

چک لیست راهاندازی سریع -

پاسخ به سؤالات متدائل -

#:مواد فروش \*\* #####

دموى زنده از سیستم برای نمایش به پزشکان -

بروشور معرفی محصول -

مطالعات موردى از مشتریان پایلوت -

برای نشان دادن ارزش مالی ROI محاسبهگر -

#:آموزش تیم فروش \*\* #####

آشنایی کامل با تمام ویژگی های سیستم -

آموزش پاسخ به اعتراضات رایج -

آموزش ارائه دموی مؤثر -

آشنایی با رقبا و مزیت های رقابتی نوبتنو -

#:وابستگی به تیم حقوقی . ٧/٢ \*\* #####

#:قراردادها و موافقتنامه ها \*\* #####

قرارداد استاندارد با مطب ها -

شرایط استفاده برای بیماران -

سیاست حفظ حریم خصوصی -

## توافقنامه سطح خدمات - (SLA)

### \*\*:# ملاحظات قانونی \*\*

مطابقت با قوانین حفاظت از داده‌های ایران -

رعایت مقررات تجارت الکترونیک -

شرایط فسخ قرارداد -

مسئولیت‌های طرفین -

### \*\*:# وابستگی به تیم داده .۳/۷\*\*

### \*\*:# داده‌های آزمایشی \*\*

داده‌های واقعی از مطب‌های پایلوت برای تست -

سناریوهای مختلف استفاده برای تست بار -

داده‌های نمونه برای توسعه و تست -

### \*\*:# تحلیل داده \*\*

تحلیل رفتار کاربران در نسخه پایلوت -

شناسایی الگوهای استفاده -

تعیین معیارهای عملکرد بهینه -

پیش‌بینی نیازهای آینده -

### \*\*:# گزارش‌گیری \*\*

- تعریف شاخص‌های کلیدی عملکرد

- طراحی داشبوردهای نظارتی

- ایجاد سیستم هشدار خودکار

- گزارش‌های ماهانه عملکرد

\*\*وابستگی به تیم پشتیبانی . # # # \*\*۷/۴

\*\*: آماده‌سازی پشتیبانی # # # #

- آموزش تیم پشتیبانی بر محصول

- ایجاد پایگاه دانش (Knowledge Base)

- طراحی فرآیندهای پشتیبانی

- راه اندازی سیستم تیکتینگ

\*\*: کانال‌های ارتباطی # # # #

- راه اندازی چت آنلاین درون برنامه

- شماره تلفن پشتیبانی

- ایمیل پشتیبانی

- سیستم تیکت آنلاین

\*\*های کلیدی محصول # # # # #

\*\*های کاربری KPI # # # # #

## #### فعالیت (Activation):\*\*

- نرخ فعالسازی: درصد منشی‌هایی که در روز اول + ۱۰ نوبت ثبت کنند -
- زمان تا فعالسازی: متوسط زمان تا اولین ثبت نوبت موفق -
- نرخ تکمیل ثبت: درصد فرم‌های ثبت نوبت تکمیل شده -

## #### استفاده (Usage):\*\*

- درصد منشی‌هایی که روزانه از سیستم استفاده کنند: (DAU) کاربران فعال روزانه -
- میانگین نوبت‌های ثبت‌شده روزانه: تعداد نوبت‌های ثبت‌شده به ازای هر مطب -
- عمق استفاده: تعداد ویژگی‌های مورد استفاده به ازای هر کاربر -

## #### رضایت (Satisfaction):\*\*

- میانگین امتیاز نظرسنجی‌های ماهانه: (CSAT) امتیاز رضایت مشتری -
- احتمال توصیه محصول به دیگران: (NPS) نرخ توصیه -
- نظرات مثبت: تعداد نظرات مثبت در نظرسنجی‌ها -

## ### های فنی KPI . ۲/۸ \*\*

## #### کارایی (Performance):\*\*

- زمان بارگذاری صفحه: متوسط زمان بارگذاری صفحات اصلی -
- های حیاتی API متوسط زمان پاسخ: API زمان پاسخ -
- نرخ خطأ: درصد درخواست‌های ناموفق -

- Uptime: درصد زمان در دسترس بودن سیستم

# ##### کیفیت (Quality):\*\*

- تراکم باگ: تعداد باگ‌های یافتشده به ازای هر ۱۰۰۰ خط کد

- rollback نرخ موفقیت استقرار: درصد استقرارهای موفق بدون

- پوشش تست: درصد کد تحت پوشش تست‌های خودکار

- زمان حل باگ: متوسط زمان رفع باگ‌های بحرانی

# ## # \*\*۸/۳. KPI‌های کسب‌وکار:\*\*

# ##### نگهداشت (Retention):\*\*

- نرخ نگهداشت مشتری: درصد مشتریانی که پس از ۱، ۳، ۶ ماه باقی می‌مانند

- میانگین مدت زمانی که مشتری از محصول استفاده می‌کند: (LTV) طول عمر مشتری

- درصد مشتریانی که در یک دوره مشخص محصول را ترک می‌کنند: (Churn) نرخ ریزش

# ##### نمو (Growth):\*\*

- نرخ رشد مشتریان: درصد رشد ماهانه تعداد مشتریان

- تبدیل شده به مشتری leads نرخ تبدیل: درصد

- سرعت فروش: متوسط زمان از اولین تماس تا فروش موفق

# ##### اقتصادی (Economic):\*\*

- درآمد ماهانه از اشتراک‌ها: (MRR) درآمد ماهانه تکراری

کل درآمد مورد انتظار از یک مشتری - (LTV) ارزش طول عمر مشتری -  
متوسط هزینه جذب هر مشتری جدید (CAC) هزینه جذب مشتری -  
نسبت ارزش مشتری به هزینه جذب آن CAC به LTV نسبت -

\*\*ریسک‌ها و برنامه کاهش آن‌ها . # # \*\*۹

\*\*ریسک‌های فنی . # # # \*\*۹/۱

\*\*ریسک ۱: مشکلات مقیاس‌پذیری # # # # #  
شرح: سیستم با افزایش تعداد کاربران دچار افت عملکرد شود -  
احتمال: \*\*متوسط -  
تأثیر: \*\* بالا -  
اقدام کاهش: طراحی معماری مقیاس‌پذیر از ابتدا، تست بار منظم -

\*\*ریسک ۲: مشکلات امنیتی # # # # #  
شرح: نشت اطلاعات بیماران یا حمله سایبری -  
احتمال: \*\* کم -  
تأثیر: \*\* بسیار بالا -  
اقدام کاهش: بررسی امنیتی منظم، رمزنگاری داده‌ها، بیمه مسئولیت -

\*\*ریسک ۳: وابستگی به سرویس‌های ثالث # # # # #  
شرح: خرابی سرویس پیامک یا سایر سرویس‌های وابسته -

احتمال: \*\* متوسط -

تأثیر: \*\* متوسط -

اقدام کاهش: \*\* استفاده از چند سرویس جایگزین، طراحی برای تحمل خطای -

ریسک‌های بازار. # ## \*\*۹/۲ #

ریسک ۴: مقاومت در برابر تغییر # ## #

شرح: \*\* پزشکان و منشی‌ها به سیستم قدیمی عادت کرده‌اند -

احتمال: \*\* بالا -

تأثیر: \*\* متوسط -

ROI اقدام کاهش: \*\* دوره آزمایشی رایگان، آموزش کامل، نشان دادن -

ریسک ۵: ورود رقبای قوی # ## #

شرح: \*\* شرکت‌های بزرگتر با سرمایه بیشتر وارد بازار شوند -

احتمال: \*\* متوسط (در ۱۸-۲۱ ماه آینده) -

تأثیر: \*\* بالا -

اقدام کاهش: \*\* ایجاد وفاداری مشتری، توسعه ویژگی‌های منحصر به فرد، تمرکز بر شیراز -

ریسک ۶: پذیرش پایین بازار # ## #

شرح: \*\* بازار آماده پذیرش چنین سیستمی نباشد -

احتمال: \*\* کم (بر اساس تحقیقات) -

تأثیر: \*\* بالا -

اقدام کاهش: \*\* تست بازار با پایلوت، قیمت‌گذاری مناسب، آموزش بازار -

\*\* ریسک‌های عملیاتی . # # # # # ۹/۳

\*\* ریسک ۷: مشکلات پشتیبانی # # # # #

شرح: \*\* ناتوانی در پاسخگویی به موقع به مشکلات کاربران -

احتمال: \*\* متوسط -

تأثیر: \*\* بالا -

اقدام کاهش: \*\* استخدام تیم پشتیبانی آموزش‌دیده، ایجاد پایگاه دانش، سیستم تیکتینگ -

\*\* ریسک ۸: کیفیت پایین محصول # # # # #

شرح: \*\* باگ‌های زیاد یا تجربه کاربری ضعیف -

احتمال: \*\* کم -

تأثیر: \*\* بالا -

اقدام کاهش: \*\* تست گسترده، بازخورد کاربران پایلوت، بهبود مستمر -

\*\* نقشه راه محصول . # # # # # ۱۰ (Product Roadmap)

\*\* نسخه ۲/۰ (فعلی) — هسته سیستم . # # # # # ۱۰/۱

زمان انتشار: \*\* مرداد ۱۴۰۳

تمرکز: \*\* حل مشکل اصلی شفافیت\*

\*\* ویژگی‌های اصلی\*

- ثبت و مدیریت نوبت‌ها

- نمایش وضعیت لحظه‌ای به بیماران

- مدیریت اورژانس‌ها

- اطلاع‌رسانی خودکار پیامکی

- گزارش‌های پایه عملکردی

\*\*نخه ۲/۱ — بهبود تجربه .\*\*۱۰/۲ # # #

زمان انتشار: \*\*آبان ۱۴۰۳\*\*

تمرکز: \*\*بهبود تجربه کاربری و افزودن ویژگی‌های درخواستی\*\*

\*\*ویژگی‌های جدید\*

- رابط کاربری پیشرفته‌تر

- گزارش‌های تحلیلی بهتر

- تنظیمات پیشرفته‌تر

- یکپارچه‌سازی با تقویم‌ها

- بهبود عملکرد موبایل

\*\*نخه ۳/۰ — ویژگی‌های پیشرفته .\*\*۱۰/۳ # # #

زمان انتشار: \*\*بهمن ۱۴۰۳\*\*

تمرکز: \*\*افزودن ارزش‌های جدید\*

\*\*ویژگی‌های جدید\*

- اپلیکیشن موبایل بیمار

- سیستم پرداخت آنلاین

گزارش‌های تحلیلی پیشرفته -

سیستم امتیازدهی بیماران -

مدیریت پیشرفته نوبت‌های تکرارشونده -

\*\*نخه ۴۰ — اکوسیستم .۱۰/۴ # ##

زمان انتشار: \*\*اردیبهشت ۱۴۰۴

تمرکز: \*\*تبدیل به پلتفرم کامل\*\*

\*\*ویژگی‌های جدید\*\*

یکپارچه‌سازی با سیستم‌های مالی -

پرونده الکترونیک ساده -

- API توسعه‌دهندگان

بازارگاه خدمات پزشکی -

تحلیل‌های پیشرفته داده -

## \*\*۱۱. جمع‌بندی

\*\*ارزش پیشنهادی منحصر به فرد .۱۱/۱ # ##

نوبتنو با تمرکز بر \*\*شفافیت لحظه‌ای\*\* مشکل واقعی و دردناک انتظار طولانی بیماران در مطب را حل می‌کند. این سیستم نه یک پلتفرم عمومی نوبت‌دهی است و نه یک سیستم مدیریت مطب پیچیده و گران، بلکه راحل تخصصی برای یک مشکل خاص در یک بازار جغرافیایی مشخص است.

## \*\*۱۱/۲. رویکرد متمرکز و تدریجی

نشان می‌دهد که تیم محصول به جای ساخت "همه چیز برای همه"، بر روی حل \*\*یک PRD این مشکل به خوبی\*\* تمرکز کرده است. ویژگی‌های تعویق‌افتداد نه از روی بی‌دقیقی، بلکه از روی عدم و با استرانژی مشخص به تأخیر افتاده‌اند.

#### \*متنی بر داده و تحقیق # ## # ۱۱/۳ \*\*

تمامی تصمیمات در این سند بر اساس ۶ ماه تحقیق بازار، مصاحبه با پزشکان و منشی‌ها، و ۳ ماه آزمایش پایلوت با ۸ مطب واقعی گرفته شده‌اند. این رویکرد احتمال موفقیت محصول را به طور قابل توجهی افزایش می‌دهد.

#### \*قابل اندازه‌گیری و شفاف # ## # ۱۱/۴ \*\*

های محصول امکان نظارت مستمر بر عملکرد را KPI معیار‌های موفقیت به وضوح تعریف شده‌اند و فراهم می‌کنند. این شفافیت به تیم اجازه می‌دهد تا بر اساس داده تصمیم‌گیری کند و نه بر اساس حدس و گمان.

#### \*ماهانگی بین تیمی # ## # ۱۱/۵ \*\*

وابستگی‌های مشخص به تیم‌های دیگر نشان می‌دهد که موفقیت محصول تنها به تیم توسعه وابسته نیست، بلکه نیاز به همکاری نزدیک با تیم‌های فروش، حقوقی، داده و پشتیبانی دارد.

این سند نقشه راهی است برای ساخت محصولی که واقعاً مشکلی را حل می‌کند، کاربران از آن راضی هستند، و از نظر اقتصادی پایدار است. هرگونه انحراف از این نقشه راه باید با دقت بررسی و توجیه شود.