

****تا ماه ۱۸ — نسخه ۱,۰ (Burn Plan) سند برنامه مصرف بودجه** #**

و (Runway) هدف: ** این سند، برنامه ماه به ماه مصرف سرمایه اولیه **
نحوه مدیریت آن را تا ماه ۱۸م — نقطه عطف کلیدی برای رسیدن به
یا نیاز به دور جدید سرمایه گذاری ****Product-Market Fit (PMF)****
— مشخص می کند. تمرکز بر شفافیت، انعطاف پذیری و مدیریت مبتنی بر
داده است.

****خلاصه اجرایی** ##**

- * **** (Beginning Cash):**** ۲,۵ میلیارد تومان در دسترس ******
- (و پیش بینی جریان نقدی Unit Economics فرض بر اساس محاسبات).
- * **** ماه ۱۸ ** (KPIs با فرض تحقق) پیش بینی شده Runway****
- * **** موجودی نقد پیش بینی شده در پایان ماه ۱۸: **** ۲۰۰~ میلیون تومان ******
(حداقل ذخیره ایمنی).
- * **** هدف اصلی تا ماه ۱۸: **** رسیدن به **** ۱۰,۰۰۰ کاربر فعال ماهانه ****
- با **** نرخ ریزش زیر ۸% **** و **** نرخ تبدیل به کاربران پولی ** (MAU)**

اولیه است و مذاکره برای دور سرمایه‌گذاری PMF ۶٪، که نشان‌دهنده
را ممکن می‌سازد (Series A) بعدی

وجودی نقد نباید در هیچ ماهی از ** (Red Line): خط قرمز **
ذخیره ایمنی ۳۰۰ میلیون تومانی ** پایین‌تر رود. در صورت وقوع،
بلافاصله اجرا می‌شود ** (Contingency Plan) طرح اضطراری

** فرضیات کلیدی برنامه ** ##

1. درآمد: در ۱۲ ماه اول درآمد ناچیز است. از ماه ۱۳ به بعد، با **
فعال‌سازی مدل پولی، درآمد به‌طور جدی آغاز می‌شود
2. کارمزدها: هزینه‌های پرداخت (درگاه، تسهیم) ۳٪ از تراکنش‌ها **
3. تورم: افزایش هزینه‌ها (به‌ویژه حقوق) سالانه ۳۰٪ در نظر گرفته **
شده است

4. کلیدی نظارتی KPIs **

- * (MAU) رشد: تعداد کاربران فعال ماهانه KPI **
- * (Churn Rate) تعامل: نرخ ریزش ماهانه KPI **

* **KPI (Conversion Rate) درآمدی: ** نرخ تبدیل به کاربر پولی (%).

* **KPI (CAC) بازاریابی: ** هزینه جذب کاربر (CAC Payback Period).

** برنامه مصرف بودجه ماه به ماه (جدول اصلی) ** ##

** (اعداد به میلیون تومان) **

هدف | ** حقوق و دستمزد ** | ** زیرساخت فنی ** | MAU | ماه |
فروش ** | ** حقوقی / اداری ** | ** | ** (Marketing) بازاریابی
** ابزارها / نرم افزار ** | ** هزینه کل ماه ** | ** درآمد ماه ** | ** خالص
| ** جریان نقدی ماه ** | ** موجودی نقد تجمعی

-----	:-----	:-----	:-----	:--
----- | :----- | :----- | :----- | :-----

1	1,000	140	5	15	
	.	8	3	**171**	.
		** (171) **		**2,329**	
2	2,000	140	5	20	
	.	8	3	**176**	.
		** (176) **		**2,153**	
3	3,500	140	7	25	
	.	8	3	**183**	2
		** (181) **		**1,972**	
4	4,500	140	7	25	
	.	8	3	**183**	5
		** (178) **		**1,794**	
5	5,500	140	7	25	
	.	8	3	**183**	10
		** (173) **		**1,621**	
		6	7,000	140	10
.	8	3		**191**	20
		** (171) **		**1,450**	

| ** | **.* | **.۱۴.* | **.۴۱** | **.۸۴.* | | **اول نیمه
 ۳۷** | **.۱،۰۸۷** | **.۱۸** | **.۴۸** ** | ** (۱،۰۵۰) ** | |

	۷	۸،۵۰۰	۱۴۵		۱۰	۳۵
.	۸		۳		**.۲۰۱**	۳۵
			** (۱۶۶) **		**.۱،۲۸۴**	

	۸	۱۰،۰۰۰	۱۴۵		۱۲	۳۵
.	۸		۳		**.۲۰۳**	۵۰
			** (۱۵۳) **		**.۱،۱۳۱**	

	۹	۱۱،۰۰۰	۱۴۵		۱۲	۳۵
.	۸		۳		**.۲۰۳**	۷۰
			** (۱۳۳) **		**۹۹۸**	

	۱۰	۱۲،۰۰۰	۱۴۵		۱۲	۳۵
.	۸		۳		**.۲۰۳**	۹۰
			** (۱۱۳) **		**۸۸۵**	

	۱۱	۱۳،۰۰۰	۱۴۵		۱۲	۳۵
.	۸		۳		**.۲۰۳**	۱۱۰
			** (۹۳) **		**۷۹۲**	

	۱۲ ۱۴,۰۰۰ ۱۴۵	۱۲	۳۵
۰	۸	۳	**۲.۳** ۱۳۰
	** (۷۳) **	** ۷۱۹ **	

| ** | **۰** | **۲۱۰** | **۷۰** | **۸۷۰** | | نیمه دوم **
 ۴۸۵** | **۱,۲۱۶** | **۱۸** | **۴۸** ** | ** (۷۳۱) ** | |

	۱۳ ۱۵,۰۰۰ ۱۵۰	۱۵	۴۰
۵	۱۰	۵	**۲۲۵** ۲۰۰
	** (۲۵) **	** ۶۹۴ **	

	۱۴ ۱۶,۰۰۰ ۱۵۰	۱۵	۴۰
۵	۱۰	۵	**۲۲۵** ۲۵۰
	۲۵	** ۷۱۹ **	

	۱۵ ۱۷,۰۰۰ ۱۵۰	۱۵	۴۰
۵	۱۰	۵	**۲۲۵** ۳۰۰
	۷۵	** ۷۹۴ **	

	۱۶ ۱۸,۰۰۰ ۱۵۵	۱۵	۴۰
۵	۱۰	۵	**۲۳۰** ۳۵۰
	۱۲. **	** ۹۱۴ **	

		۱۷	۱۹,۰۰۰	۱۵۵	۱۵	۴۰
۵	۱۰	۵	**۲۳۰**	۴۰۰		
		۱۷۰	**۱,۰۸۴**			
		۱۸	۲۰,۰۰۰	۱۵۵	۱۵	۴۰
۵	۱۰	۵	**۲۳۰**	۴۵۰		
		۲۲۰	**۱,۳۰۴**			
نیمه سوم** **۹۱۵** **۹۰** **۲۴۰** **۳۰** **						
۶۰ **۳۰** **۱,۳۶۵** **۱,۹۵۰** **۵۸۵**						

نکته:** موجودی نقد تجمعی در پایان ماه ۱۸، **۱,۳ میلیارد تومان** ** پیش‌بینی می‌شود که بخشی از آن مربوط به درآمدهای انباشته شده در ۶ ماه آخر است.

تفکیک و توضیح هزینه‌ها ##

حقوق و دستمزد (بیشترین سهم) ۱۰ ###

- * تیم هسته (ماه‌های ۱۲-۱):** ۵ نفر ثابت ** *
- * میلیون ۶۰ **: (CTO) مدیر فنی ۱ ** *
- * میلیون ۴۰ **: Full-Stack توسعه‌دهنده ۱ ** *
- * مدیر محتوا/شاهنامه‌شناس: ** ۴۰ میلیون ۱ ** *
- * مدیر جامعه و بازاریابی: ** ۳۵ میلیون ۱ ** *
- * مدیر محصول/پروژه: ** ۴۵ میلیون ۱ ** *
- * کل: ** ۲۲۰ میلیون (با احتساب بیمه و مالیات ≈ ۱۴۰ میلیون ** *
- .خالص در ماه‌های اول)
- * به تیم اضافه ** UI/UX افزایش تیم: ** در ماه ۱۳، یک **طراح ** *
- .می‌شود (افزایش ۱۰ میلیونی در خط حقوق)

** زیرساخت فنی ۲. **###

- * مقیاس از ۵ به ۱۵ میلیون **: (پلتفرم ایرانی/AWS) هاستینگ ابری ** *
- .تومان با رشد کاربران
- * رایگان تا یک حد، سپس ≈ ۲ **: (Map API) سرویس‌های نقشه ** *
- .میلیون

- * است و در اینجا COGS جزء) درگاه پرداخت: ** کارمزد تراکنش ** *
- .هزینه ماهانه ≈ 1 میلیون + (لحاظ نشده
- .بک آپ و امنیت: ** ≈ 2 میلیون ** *

*** **۳. (Marketing) بازاریابی

- * تبلیغات هدفمند: ** شبکه‌های اجتماعی، موتورهای جستجو. بودجه با ** *
- .افزایش می‌یابد MAU رشد
- * ویدیو، مقاله، ** (Content Marketing): تولید محتوای جذب ** *
- .اینفوگرافیک
- * همکاری با اینفلوئنسرها/صفحات: ** هزینه ثابت در قبال معرفی ** *
- * برگزاری رویداد آنلاین (وبینار بازی‌نویسی با شاهنامه): ** هزینه ** *
- occasional.

*** **۴. فروش (از ماه ۱۳ فعال می‌شود)

- * هزینه تهیه مواد ** (Sales Enablement): فعال‌سازی فروش ** *
- .تبلیغاتی برای مدل پولی، صفحات فرود ویژه
- * اعتبار برای کاربرانی ** (Referral Program): مشوق‌های معرفی ** *
- .که دوستانشان را معرفی می‌کنند

*** ۵. حقوقی، اداری و رگولاتوری ***

ثبت شرکت و مشاوره حقوقی اولیه: ۲۰ میلیون (یک باره در ماه ** *

اول).

مشاوره حقوقی مستمر: ۲ میلیون در ماه ** *

حسابداری و مالیات: ۲ میلیون در ماه ** *

هزینه‌های دفتر (کوچک/کوورکینگ): ۴ میلیون در ماه ** *

*** ۶. ابزارها و نرم‌افزارها ***

۱ میلیون ≈ **: (Notion, Slack) مثل ابزارهای همکاری ** *

۱ میلیون ≈ **: (Figma, Adobe) ابزارهای طراحی ** *

≈ **: (Google Analytics, Hotjar) ابزارهای آنالیتیکس و تست ** *

۱ میلیون

افزایش در ماه‌های بعد: اضافه شدن ابزارهای مدیریت جامعه و ** *

CRM.

Trigger (Contingency Plan)

است. **هر KPIs به معنی واکنش سریع به انحراف از Runway مدیریت مربوطه فعال trigger بیاید، (Alert Level) زیر سطح هشدار KPI می شود.

**Trigger 1: (MAU) رشد کاربر ۸۰٪ هدف ماهانه باشد کمتر از ۲ ماه متوالی.

**اقدام فوری (ماه بعد) ** *

1. **بازاریابی: بودجه تبلیغات هدفمند ۵۰٪ کاهش می یابد. تمرکز بر

بازاریابی ارگانیک و محتوایی افزایش می یابد

2. **بررسی محصول: جلسه فوری برای شناسایی موانع جذب کاربر

(، ارزش پیشنهادی Onboarding).

اقدام اگر پس از ۳ ماه بهبود نیافت: **استخدام جدید (به ویژه در

بخش بازاریابی) متوقف می شود *

بالای ۱۲٪ برای کاربران (Churn Rate) نرخ ریزش: Trigger 2: ***
**ماه‌های ۶-۲ باشد

اقدام فوری: ** کل بودجه بازاریابی جدید **متوقف** می‌شود. تمام **
:معطوف می‌گردد **Retention تمرکز تیم به **بهبود

1. برای بررسی دلایل ریزش (Task Force) تشکیل تیم ویژه.
2. سرمایه‌گذاری روی ویژگی‌های افزایش تعامل (نوتیفیکیشن، ایونت،
محتوای جدید) به جای جذب کاربر جدید.
3. راه‌اندازی کمپین "بازگشت" برای کاربران از دست رفته.

نرخ تبدیل به کاربر پولی (از ماه ۱۳) کمتر از ۳٪: Trigger 3: ***
**باشد

اقدام فوری: ** *

1. فروش: ** هزینه‌های فعال‌سازی فروش قطع می‌شود **.
2. محصول: ** تیم فنی تمام تمرکز خود را روی بهبود فرآیند **
.تست قیمت‌گذاری می‌گذارد A/B پرداخت، ارائه ارزش شفاف و
3. ممکن است مدل درآمدی به طور موقت به **حمایت داوطلبانه
.یا **قیمت‌گذاری پایین‌تر** تغییر کند ** (Donation)

حیاتی): موجودی نقد به زیر ۳۰۰ میلیون تومان) **Trigger 4 ###
**.(ذخیره ایمنی) برسد

(Survival) است و **طرح اضطراری کامل KPIs مستقل از trigger این
فعال می شود ** (Mode)

1. کلیه هزینه های بازاریابی و فروش قطع می شود **
2. حقوق تمام کارکنان به مدت ۳ ماه ۳۰٪ کاهش می یابد (با توافق و **
.شفافیت کامل). مدیران کاهش بیشتری خواهند داشت
3. هزینه های اداری و ابزارهای غیرضروری ** حذف می شوند (دفتر کار **
به دورکاری کامل تبدیل می شود)
4. تمرکز ۱۰۰٪ تیم بر ایجاد درآمد فوری ** از طریق **
".پیش فروش دسترسی به "کارزار بزرگ رستم و سهراب *
ارائه خدمات مشاوره شخصی سازی شاهنامه ای برای گروه های بازی *
جستجوی فعال برای شریک تجاری یا خریدار *
5. اگر پس از ۶۰ روز وضعیت بهبود نیابد: ** آغاز فرآیند تعطیلی منظم **
پروژه.

****و نقاط هشدار Runway نمودار **##**

(در اینجا یک نمودار خطی توصیفی ارائه می شود)

...

موجودی نقد (میلیون تومان)

|

* شروع* | ۲۵۰۰

| \

| \

| \

| \

| \

| \

| \

| \

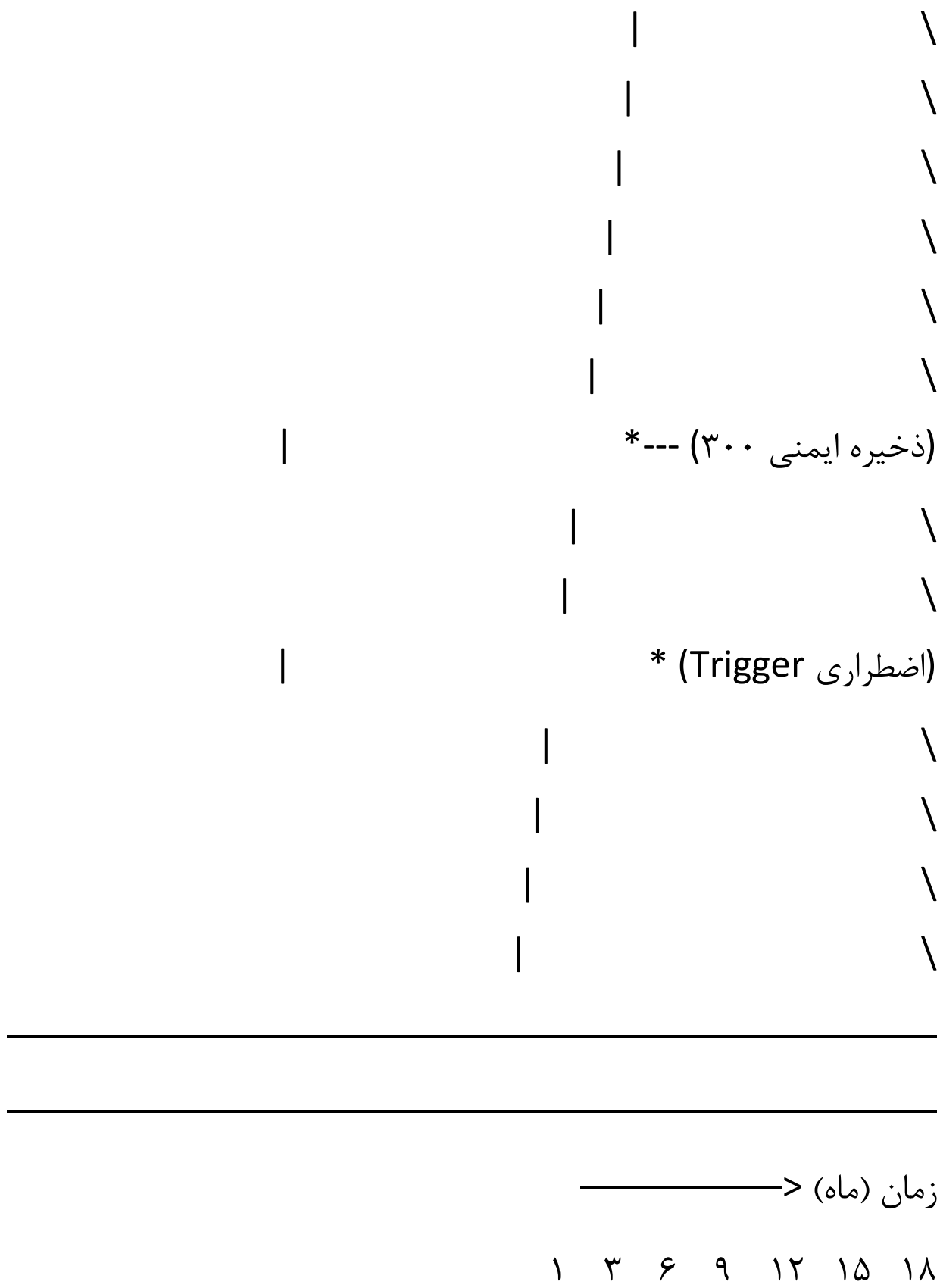
| \
| \
| \
| \
| \
| \
| \
| \

| (خوب KPIs پیش‌بینی با) *-----*

| \ \
| \ \
| \ \

| \ (نقطه سربه‌سر نقدی ~ماه ۱۴) *

| \
| \
| \
| \
| \



نشان می‌دهد که با بودجه ۲,۵ میلیارد Burn Plan نتیجه‌گیری: ** این ** داریم. کلید PMF تومان، ** ۱۸ ماه زمان ** برای رسیدن به معیارهای موفقیت، ** مدیریت فعال و مبتنی بر داده ** است، نه صرفاً پایبندی به یک ها و طرح اضطراری، ابزارهای لازم برای محافظت از Trigger. طرح ثابت و افزایش شانس بقا و موفقیت نهایی پروژه را فراهم می‌کنند Runway