

****ShahnamehMap — سند ۱،۲: طرح کسب و کار جامع** #**

****نسخه: ۱،۰****

****تاریخ: ۲۵/۰۵/۱۴۰۳****

****تهیه کننده: تیم بنیان گذاری****

****فهرست مطالب** ##**

****۱. خلاصه اجرایی (بازنویسی عمیق)****

****۲. تعریف مسئله: عمق بخشیدن به درد****

****۳. راه حل: از نقشه تا اکوسیستم****

****۴. تحلیل بازار: اندازه، بخش بندی و رشد****

****۵. B2B2C تا Freemium مدل درآمدی: از****

****استراتژی ورود به بازار و فروش****

****۷. توسعه محصول: نقشه راه فنی****

****۸. تیم اجرایی و ساختار سازمانی****

**برنامه عملیاتی ۳۶ ماهه ** ۹.

**صورت‌های مالی پیش‌بینی شده (کلیدی) ** ۱۰.

**فرضیات صریح کلیدی و ریسک‌ها ** ۱۱.

**سناریوهای شکست و برنامه‌های کاهش ریسک ** ۱۲.

**پیوست‌ها ** ۱۳.

**خلاصه اجرایی (بازنویسی عمیق) ۱. ** ##

پلتفرمی است که **جغرافیای اسطوره‌ای ایران** را ShahnamehMap به یک **زمین بازی دیجیتال تعاملی** تبدیل می‌کند. ما مشکل **"فاصله نسل جدید با میراث مکتوب و ایستای فرهنگی" را با **"بازی‌سازی تجربه اسطوره‌ای" حل می‌کنیم. مشتری ما ابتدا **گیمر ایرانی ۱۸-۳۵ ساله** است که می‌خواهد در نقش "رستم دیجیتال" یا "گردآفرید امروزی" ماجراجویی کند. راه‌حل ما یک **سه‌لایه** است: ۱) نقشه/داده‌پایانه ** (معتبر، ۲) موتور بازی نقش‌آفرینی بومی‌شده، ۳) جامعه سازنده محتوا

در ۱۸ ماه با ۵۰۰ میلیون تومان سرمایه، به **۱۰,۰۰۰ کاربر پرداخت کننده پایه ** (UGC) فعال ** می‌رسیم و یک ** اکوسیستم محتوای کاربر-ساخته با سبب چندوجهی ** Freemium ** را راه می‌اندازیم. مدل درآمدی (اشتراک شخصی، فروش مازول، لایسنس آموزشی) است. بازار اولیه ایران را شامل می‌شود و در فاز بعد RPG حداقل ** ۱,۵ میلیون نفر ** از جامعه به ** دیاسپورا و بازار جهانی اساطیر ** گسترش می‌یابد. مزیت رقابتی ما ** دارایی فکری غیرقابل تکثیر ** (پایگاه داده جغرافیا-اسطوره ساختاریافته) و ** تیم ترکیبی مهارتی ** است.

** سه ریسک اصلی **

۱. فنی: ** عدم ارائه بازی آنلاین پایدار **.
۲. بازار: ** عدم پذیرش از سوی دو گروه گیمرهای حرفه‌ای یا متعصبان **.
- فرهنگی.
۳. درآمدی: ** کوچک بودن سائز بازار ایران برای توجیه سرمایه‌گذاری **.

** تعریف مسئله: عمق بخشیدن به درد ۲. ** ##

**** مسئله سطح اول (آشکار) **۲,۱ ###**

- نسل دیجیتال با شاهنامه به عنوان ****متن شعری طولانی و سخت**** - ارتباط برقرار نمی کند
- مجبورند در ****جهان های غربی**** (D&D مثل) RPG علاقه مندان به - (دریمز اند دراگونز، فورگاتن ریلمز) بازی کنند که ****فاقد عناصر آشنا و هویت فرهنگی**** خودشان است

**** مسئله سطح دوم (ساختاری) **۲,۲ ###**

- شکاف عرضه ****در بازار، یا**** محصولات فرهنگی ایستا (کتاب، ****** - مستند) وجود دارد ****یا**** بازی های ویدیویی پرخرج با ریسک بالا. ****هیچ پلتفرم میانی**** برای ****تعامل عمیق، مشارکتی و روایی**** با اساطیر ایران وجود ندارد

- پراکندگی داده ****اطلاعات جغرافیایی، شجره نامه ها و روابط**** - شخصیت های شاهنامه ****پراکنده و غیردیجیتال**** است. حتی محققان نیز ابزار تعاملی برای کشف این ارتباطات ندارند

**** مسئله سطح سوم (عاطفی-هویتی) **۲,۳ ###**

جوان ایرانی میان ****هویت بازیگری در جهان‌های فانتزی بیگانه**** و -
****احساس تعلق به میراث بومی خود**** دوپاره شده است. او ****تشنه**
قصه‌گویی به زبان خودش ****** است ولی ابزارش کنسول‌ها و قواعد بیگانه‌اند.
معلم‌ان و فرهنگیان ****** ابزار جذاب و مدرنی برای انتقال این میراث ****** -
ندارند و در رقابت با جذابیت‌های دیجیتال بازنده‌اند.

بزرگ بین **** (Experience Gap) نتیجه: **** یک ****شکاف تجربه****
میراث فرهنگی ایران و فرم‌های دیجیتال سرگرمی مدرن وجود دارد که ما
قصد پر کردن آن را داریم

****راه‌حل: از نقشه تا اکوسیستم ۳. ** ##**

راه‌حل ما یک ****پلتفرم سه‌لایه**** است که به تدریج تکمیل می‌شود

**** (Shahnameh Data Core) لایه ۱: هسته دانش ** ###**

**** (Graph Database) چیست: **** یک **** پایگاه داده گراف **** *
ساختاریافته که موجودیت‌های شاهنامه (شخصیت‌ها، مکان‌ها، موجودات،
اشیاء، رویدادها) و روابط بین آن‌ها (متولد شد در، جنگید با، فرزند، سفر کرد
به) را مدل می‌کند

(Single Source of Truth) ارزش: **** این لایه ** منبع حقیقت **** *
API است. هم برای نقشه تعاملی استفاده می‌شود، هم به صورت **** (Truth)** *
در اختیار کارکترها و داستان‌ها قرار می‌گیرد تا همه چیز **** از نظر**
اسطوره‌شناسی سازگار **** باشد**

(Explore Mode) ** خروجی برای کاربر: ** **** نقشه تعاملی کشف **** *
که کاربر می‌تواند ببیند "دیو سپید در کجا کشته شد؟" و "چه شخصیت‌هایی
از سیستان آمدند؟"

**** (RPG Experience Engine) لایه ۲: موتور تجربه ** ###**

**** یک سیستم بازی نقش‌آفرینی دیجیتال **** که قواعدش ****** *
رایج‌ترین و درست‌ترین **** اقتباس و بومی‌سازی **** شده است (D&D 5e از
نژادها: **** نه الف و دورف، که ** پهلوان، دیو، پری، انسان فرهمند، **** *
**** کاویانی، ایرانی ****

کلاس‌ها: ** نه ویزارد و رنجر، که ** جنگاور، تیرانداز، رادمرد، ** *
**. جادو-دانا، آتش پرست

ایتم‌ها: ** نه شمشیر+۱، که ** گرز گاوسر، زرهی هفت‌بند، ** *
**. کشکول شیوا

ارزش: ** کاربر ** وارد نقش می‌شود **، تاس می‌ریزد، مبارزه ** *
می‌کند، تصمیم اخلاقی می‌گیرد و نتیجه اعمالش را در ** دنیایی آشنا اما
قابل بازی ** می‌بیند.

**(Creator Community) لایه ۳: جامعه خالق ** ###

چیست: ** مجموعه ** ابزارها و بازارهایی ** که به کاربران پیشرفته ** *
:اجازه می‌دهد

۱. (Campaign Builder) کمپین/ماجرای ** جدید خلق کنند ** *

۲. کاراکتر/ایتم/موجود ** جدید طراحی کنند ** *

۳. ** تولیدات خود را ** بفروشند یا به اشتراک بگذارند

(Marketplace).

ارزش: ** پلتفرم از یک ** محصول ** به یک ** اکوسیستم ** ** *
تبدیل می‌شود. رشد توسط کاربران پیش می‌رود. ما فقط زمین بازی و قواعد
اولیه را می‌سازیم

**** (Customer Journey) مسیر مشتری ****

۱. کاربر رایگان از ****نقشه/دایره المعارف**** جستجو می کند (ارزش فوری).
۲. یک ****کاراکتر رایگان**** می سازد و در یک ****ماجرای ابتدایی کوتاه**** بازی می کند (درگیر شدن).
۳. برای دسترسی به ****ماجراهای بلند، ابزار ساخت یا محتوای ویژه****، ****اشتراک می خرد**** (تبدیل).
۴. پس از ماه ها بازی، خودش شروع به ****ساخت ماجرا برای دیگران**** می کند و ممکن است از بازارگاه ****درآمد کسب کند**** (تبدیل به خالق).

**** تحلیل بازار: اندازه، بخش بندی و رشد ۴. ** ##**

همه فارسی زبانان علاقه مند به فرهنگ و **** (TAM): بازار کل ۴,۱ ** ###** بازی در جهان (~۵۰ میلیون نفر).

فارسی‌زبانان با دسترسی به **:(SAM) بازار قابل دسترس ۴,۲***
اینترنت و آشنایی با بازی‌های دیجیتال در ایران و دیاسپورا (~۲۰ میلیون
نفر).

در ۳ سال اول **:(SOM) بازار قابل خدمت‌رسانی ۴,۳***

برآورد از (ایران:~۱,۵ میلیون نفر RPG بخش ۱: گیمرهای ** *

به فارسی، اعضای سرورهای D&D انجمن‌های آنلاین، فروش کتاب‌های قانون
(دیسکورد).

RPG منبع:** نظرسنجی داخلی از ۵ جامعه بزرگ تلگرامی ** *

با تم ایرانی " RPG مجموعاً ۸۰,۰۰۰ عضو) نشان داد ۷۰٪ به "یک سیستم)
علاقه‌مندند.

بخش ۲: دانش‌آموزان و مدارس دوره متوسطه:**~۱۰,۰۰۰ مدرسه ** *

(با تمرکز بر ۱۰۰۰ مدرسه نمونه و غیردولتی در فاز اول).

منبع:** مصوبه‌های آموزش و پرورش برای "تقویت هویت ملی" و ** *

."استفاده از فناوری در آموزش

بخش ۳: دیاسپورا و علاقه‌مندان جهانی به اساطیر:** حداقل ** *

برآورد از جامعه‌های فانتزی/اسطوره‌شناسی در پلتفرم‌های (۵۰۰,۰۰۰ نفر
Reddit) جهانی مانند

Persian" منبع: ** جستجوی کلیدواژه‌هایی مانند ** *
نشان‌دهنده Reddit در گوگل ترند و "Shahnameh" "Mythology"
علاقه پایدار است.

** رقابت ۴,۴ ** ####

دیجیتال متمرکز بر RPG رقبای مستقیم: ** هیچ ** هیچ پلتفرم ** *
شاهنامه وجود ندارد.

** رقبای غیرمستقیم ** *

۱. رقیب از نظر **: (ها TTRPG و سایر) Dungeons & Dragons **
جذب زمان و توجه گیمرها. ** پاسخ ما: ** ارائه تجربه ** مکمل ** نه
بازی می‌کنند هم D&D جایگزین. بسیاری از گیمرها هم
ما "تم" متفاوتی ارائه می‌دهیم. ShahnamehMap.

۲. بازی‌های ویدیویی ایرانی: ** مانند "شنزار" یا "مهمان". ** پاسخ **
ما: ** تمرکز بر ** بازی روایی-اجتماعی بر بستر وب **, نه گرافیک سنگین
کنسولی. هزینه تولید ما بسیار کمتر و قابلیت به‌روزرسانی مداوم بالاتر است.

۳. اپلیکیشن‌های آموزش شاهنامه: ** مانند کتاب‌های الکترونیک. **
** پاسخ ما: ** ما ** بازی ** هستیم، نه کتاب درسی. کاربر ما برای سرگرمی
می‌آید، نه تکلیف.

****B2B2C تا Freemium مدل درآمدی: ۵. **##**

و بر اساس ****ارزش متفاوت (Layered)**** مدل درآمدی ما ****چند لایه**
برای بخش‌های مختلف بازار ****** است.

****Freemium مدل – (B2C) لایه ۱: کاربران شخصی **###**

****:(Free Tier) رایگان ** ***

* دسترسی کامل به نقشه و دایره‌المعارف *

* ساخت تا ۳ کاراکتر *

* **(Starter Campaigns)** بازی در ۱-۲ ماجرای ابتدایی *

****:** اشتراک ماهانه "پهلوان" (~۹۹۰۰ تومان) **** ***

* کاراکترهای نامحدود *

* دسترسی به ****کتابخانه کامل ماجراهای رسمی **** (۵+ ماجرای بلند) *

* امکان ****میزبانی کمپین آنلاین **** برای دوستان *

.پشتیبانی اولویت‌دار *

* ** اشتراک سالانه "اسطوره" (~۹۹,۰۰۰ تومان): ** معادل ۲۰٪ تخفیف ** *
+. یک ماجرای اختصاصی رایگان سالانه

مثلاً ماجرای **: (A La Carte) فروش یک‌باره ماژول‌های ویژه ** *
** "هفت‌خان رستم" ** با جزئیات بالا: ~۴۹,۰۰۰ تومان. (برخی کاربران فقط یک ماجرا را می‌خواهند، نه اشتراک)

کمیسیون – (Creator Economy) لایه ۲: خالقان محتوا ** ###
** Marketplace

* سازندگان محتوای کاربری (کاراکتر، ماجرا، ایتِم) می‌توانند تولیدات خود
بفروشند ** (Marketplace) را در ** بازارگاه

* ما ** ۳۰٪ از هر فروش ** را به عنوان کمیسیون برمی‌داریم. (استاندارد
صنعت: استیم ۳۰٪، اپ استور ۳۰٪)

* این لایه در بلندمدت می‌تواند به ** جریان درآمد غالب ** تبدیل شود

** لایسنس سالانه – (B2B) لایه ۳: مؤسسات آموزشی ** ###

* ** پکیج "آموزشی-مدارس" **: ~۲۹۹,۰۰۰ تومان به ازای هر مدرسه در
سال.

- * شامل: پنل مدیریت معلم، دسترسی نامحدود برای دانش‌آموزان یک کلاس، ماجراهای آموزشی منطبق بر کتاب درسی، ابزار گزارش‌گیری.
- * پکیج "کتابخانه/موزه": ** قیمت متفاوت بر اساس اندازه مؤسسه ** *

** (B2B2B) داده/API لایه ۴ (آینده): لایسنس *** ###

- * فروش دسترسی به ** پایگاه داده ساختاریافته شاهنامه ** (لایه ۱) به شرکت‌های بازی‌سازی، پژوهشگران یا ناشران.
- * این بخش پس از تثبیت پلتفرم فعال می‌شود *

** :پیش‌بینی ترکیب درآمد در پایان سال سوم **

- * از اشتراک‌های شخصی ۵۰٪ *
- * از کمیسیون بازارگاه ۳۰٪ *
- * B2B. از لایسنس‌های ۲۰٪ *

** استراتژی ورود به بازار و فروش ۶. ** ##

*** ** (Core Penetration) فاز ۱ (ماه ۶-۱): نفوذ به هسته ***

RPG هدف: جذب ۵,۰۰۰ کاربر ثبت‌نامی از جامعه **هسته‌ای** *
ایران.

***: کانال‌ها *

حضور ** (Community Marketing): بازاریابی جامعه‌محور *
فارسی. معرفی محصول توسط D&D فعال در دیسکورد/تلگرام گروه‌های
** (Influencer GMs) ** گیم‌مسترهای تأثیرگذار

تولید محتوای تخصصی: ساخت ویدیوهای "چگونه با قواعد" *
شاهنامه‌ای بازی کنیم؟" در یوتیوب/آپارات

دادن اعتبار رایگان برای هر ** (Referral): برنامه معرفی دوستان *
معرفی موفق.

تومان $20,000 < CAC$ کلیدی: هزینه جذب کاربر KPI ** *

*** ** (Horizontal Expansion) فاز ۲ (ماه ۱۸-۷): گسترش افقی ***

هدف: گسترش از گیمرهای سخت‌افزار به **علاقه‌مندان عمومی** *
فرهنگ و **مؤسسات آموزشی**.

****کانال‌ها** ***

* ****بازاریابی محتوای آموزشی:**** همکاری با صفحه‌های "تاریفیک" یا ****** *
".ایران‌شناسی" در اینستاگرام برای معرفی جنبه اکتشافی-آموزشی پلتفرم

فروش مستقیم به مدارس:****** تهیه بروشور و دمو و تماس با ****** *
معلمان ادبیات و تاریخ مدارس غیردولتی

* ****شرکت در جشنواره‌های بازی‌های فکری و فرهنگی:**** با یک غرفه ****** *
تعاملی

* ****کلیدی:**** تبدیل ۱۰٪ از کاربران رایگان به پرداخت‌کننده KPI ****** *

**** (Global Reach) فاز ۳ (ماه ۳۶-۱۹): گسترش جهانی ** ###**

هدف:****** ورود به بازار ****دیاسپورا**** و ****علاقه‌مندان جهانی**** *
****اساطیر****.

****کانال‌ها** ***

* ****ترجمه کامل پلتفرم به انگلیسی:**** (Localization) بومی‌سازی ****** *

* ****Reddit (در انجمن‌های r/rpg, r/mythology, Twitter/X مانند **بازاریابی در پلتفرم‌های جهانی**** *
، استارت در پلتفرم‌هایی مانند Twitter/X، r/mythology، ****itch.io****.

همکاری با خالقان محتوای جهانی: ** ارسال نسخه رایگان به ** *

"Overly Sarcastic Productions" (مثل) صاحبان کانال‌های یوتیوب در حوزه اساطیر

کلیدی: ** کسب ۵,۰۰۰ کاربر خارج از ایران KPI ** *

** توسعه محصول: نقشه راه فنی ۷. ** ##

** فاز ۱: پایه‌گذاری (ماه ۶-۱) - تثبیت هسته ** ###

** (ماه ۳-۱) Q1 ** *

تکمیل ** پایگاه داده گراف ** با حداقل ۲۰۰ موجودیت و ۵۰۰ رابطه *

** توسعه ** سیستم احراز هویت و پنل کاربری *

** (Turn-Based) توسعه ** موتور تاس‌ریزی و سیستم نوبت‌گیری *

پایه.

** (توسعه یافته MVP) خروجی: نسخه ۱,۰ ** *

** (ماه ۶-۴) Q2 ** *

- * توسعه **سیستم چت و صدا** در اتاق بازی *
 - ** (GM Tools) ساخت **ابزار مدیریت کمپین برای گیم‌مستر *
 - * راه‌اندازی **مارکت پلیس پایه** (فقط دانلود رایگان) *
 - * **خروجی: نسخه ۱,۵ (قابل بازی گروهی)** *
- *** فاز ۲: تکامل (ماه ۷-۱۸) - "اکوسیستم" ***
- * **Q3-Q4 (ماه ۷-۱۲):** *
 - * بصری** (کشیدن و رها کردن) Campaign Builder ** توسعه *
 - * **افزودن **سیستم اقتصاد درون بازی و کیف پول کاربر *
 - * برای نسخه ** (Teacher Dashboard) توسعه ** پنل مدرس *
- B2B.
- * **خروجی: نسخه ۲,۰ (پلتفرم کامل)** *
 - * **Q5-Q6 (ماه ۱۳-۱۸):** *
 - * بومی‌سازی (لوکالایزیشن)** کامل به انگلیسی ** *
 - * ** (Scalability) بهینه‌سازی موتور برای **مقیاس‌پذیری *
 - * برای مشاهده کاراکترها و React Native ** توسعه ** اپ موبایل *
- نقشه

****خروجی: نسخه ۲,۵ (آماده برای بازار جهانی)** ***

****معماری فنی (کلیدی)*****

*** ** (نقشه SEO برای عملکرد و) React.js + Next.js:فرانت‌اند** ***

*** ** Node.js + Express:بک‌اند** ***

*** ** PostgreSQL (داده‌های تراکنشی):دیتابیس** ***

(دیتابیس گراف برای روابط شاهنامه)

*** **Real-time:Socket.io (برای اتاق‌های بازی)** ***

*** ** + هاستینگ:کلاد ایرانی (مثل دیجی‌کالا کلاد) برای پایگاه اصلی** ***

جهانی برای سرویس به دیاسپورا CDN

*** ** RPGتصمیم کلیدی:استفاده از**موتورهای متن‌باز موجود** ***

به جای ساخت از صفر، تا زمان توسعه را (Foundry VTT مانند پایه‌های)

کاهش دهیم.

****تیم اجرایی و ساختار سازمانی ۸.** **##**

- * ** مهندس نرم افزار با ۸ سال سابقه، **:CTO) بنیان گذار/مدیر فنی ** *
- مسئول معماری فنی و توسعه موتور بازی D&D. گیم مستر باتجربه
- * ** کارشناس ارشد ادبیات **:CCO) بنیان گذار/مدیر محتوا و روایت ** *
- فارسی، نویسنده و گیم دیزاینر. مسئول بومی سازی قواعد، طراحی ماجراها و روابط با جامعه محتوایی
- * ** کارآفرینی، MBA **:CEO) بنیان گذار/مدیر اجرایی و مارکتینگ ** *
- سابقه در استارت آپ های فناوری و بازاریابی دیجیتال. مسئول استراتژی کسب و کار، جذب سرمایه و مارکتینگ
- * ** پس از جذب **.Flat) ساختار در ۱۸ ماه اول: تیم **مسطح ** *
- ، اولین استخدام ها به ترتیب: یک **توسعه دهنده A سرمایه سری
- **.UX/UI فول استک **، یک **دیجیتال مارکتر **، یک **طراح

** برنامه عملیاتی ۳۶ ماهه (مشخصات کلیدی). ۹. ** ##

| ** (OKRs) دوره ** | ** اهداف کلیدی ** | ** شاخص های موفقیت ** |

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

ماه ۶-۱** | ساخت محصول قابل بازی گروهی و جذب هسته اولیه. | - ** |
CAC < ۲۰,۰۰۰ -> کاربر ثبت نامی ۵,۰۰۰ -> انتشار نسخه ۱,۵
| تومان.

ماه ۱۲-۷** | راه اندازی بازارگاه و جریان درآمد. | - ۱,۰۰۰ کاربر ** |
عقد ۵۰ -> Campaign Builder راه اندازی -> پرداخت کننده
| آزمایشی B2B قرارداد

ماه ۱۸-۱۳** | تثبیت اکوسیستم و آماده سازی برای بین المللی. | - ** |
انتشار -> درآمد از بازارگاه ۳۰٪ -> ۱۰,۰۰۰ کاربر پرداخت کننده
| نسخه انگلیسی

ماه ۲۴-۱۹** | نفوذ به بازار جهانی و توسعه موبایل. | - ۵,۰۰۰ کاربر ** |
رسیدن به نقطه سر به سر -> انتشار اپ موبایل -> بین المللی
(Breakeven). |

ماه ۳۶-۲۵** | تبدیل شدن به پلتفرم پیشرو در ادبیات-بازی منطقه. | - ** |
گسترش به سایر متون اساطیری -> ۵۰,۰۰۰ کاربر پرداخت کننده
برای گسترش به رسانه های دیگر B جذب سرمایه سری -> (اوستا، ...)
| (پادکست، انیمیشن تعاملی)

**** صورت‌های مالی پیش‌بینی شده (کلیدی) ۱۰. ** ##**

**** فرضیات مالی (سال اول) ****

ماهانه (ARPPU): میانگین درآمد به ازای هر کاربر پرداخت‌کننده *
۱۵,۰۰۰ تومان

نرخ تبدیل کاربر رایگان به پرداخت‌کننده: ۲٪ در ماه *

هزینه عملیاتی ماهانه (غیر از حقوق): ~ ۱۰ میلیون تومان *

پیش‌بینی ساده‌شده سال اول (با فرض جذب سرمایه ۵۰۰ میلیون **
**): تومان)

ماه ۶: ** ۵,۰۰۰ کاربر کل - < ۱۰۰ کاربر پرداخت‌کننده - < درآمد ** *
ماهانه: ۱,۵ میلیون تومان

ماه ۱۲: ** ۲۰,۰۰۰ کاربر کل - < ۴۰۰ کاربر پرداخت‌کننده - < ** *
درآمد ماهانه: ۶ میلیون تومان

ماه ۱۸: ** ۵۰,۰۰۰ کاربر کل - < ۱,۰۰۰ کاربر پرداخت‌کننده - < ** *
درآمد ماهانه: ۱۵ میلیون تومان

با درآمد ماهانه ~۲۵ میلیون تومان و ****:(Breakeven) نقطه سر به سر****
هزینه‌های ثابت ~۱۵ میلیون تومان، پیش‌بینی می‌شود در ****ماه ۲۴**** به
سودآوری عملیاتی برسیم.

****فرضیات صریح کلیدی و ریسک‌ها ۱۱.****

| ****فرض کلیدی**** | ****ریسک مرتبط**** | ****شدت**** | ****احتمال**** |

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

در ایران وجود دارد که حداقل ۲٪ به **RPG** بازار: ****۱,۵ میلیون گیر**** |
محصول ما علاقه نشان می‌دهند (۳۰,۰۰۰ کاربر). | بازار واقعی کوچک‌تر است
| یا محصول را نمی‌پسندد. | بالا | متوسط

فنی: ****** می‌توان موتور بازی پایدار با تیم و بودجه فعلی در ۱۲ ماه ****** |
ساخت. | مشکلات فنی پیچیده باعث تأخیر یا کاهش کیفیت شدید می‌شود. |
| بالا | متوسط

مالی: ** کاربران ایرانی برای این نوع محتوا ماهانه ~ ۱۰,۰۰۰ تومان ** |
پایین تر (Willingness to Pay) پرداخت می کنند. | تمایل به پرداخت
| است. | متوسط | بالا

فرهنگی: ** نهادهای فرهنگی بازی سازی شاهنامه را تحقیر یا تخریب ** |
نمی بینند. | فشار یا محدودیت از سوی نهادهای رسمی. | متوسط | پایین-
| متوسط

در ۳ (Wizards of the Coast مثل) رقابتی: ** رقبای بزرگ جهانی ** |
سال اول وارد این نیچ نمی شوند. | رقیب بزرگ با سرمایه کلان وارد بازار شود.
| | بالا | پایین

** سناریوهای شکست و برنامه های کاهش ریسک ۱۲. ** ##

** "سناریوی شکست شماره ۱: "بازار سوت می زند" ***

چه اتفاقی می افتد: ** پس از ۱۲ ماه، تنها ۵۰۰ کاربر پرداخت کننده ** *
جذب شده و رشد متوقف می شود

ریشه احتمالی: ** محصول ** خیلی برای گیمرها ساده ** و ** *

** خیلی برای فرهنگیان مبتذل ** است. ما در ** هیچ کدام ** خوب نیستیم.

** :کار می کنیم که شکست نخوریم ** *

تست بازار مداوم: ** قبل از توسعه هر قابلیت بزرگ، از طریق ** ۱.

و نظرسنجی، پذیرش آن را می سنجیم (Prototype) نمونه های اولیه

تفکیک کانال: ** دو ورودی مستقل برای دو گروه می سازیم: یک ** ۲.

** ورودی "ماجرای جویی" ** برای گیمرها (با تأکید بر قواعد و چالش) و یک

** ورودی "اکتشافی" ** برای فرهنگیان (با تأکید بر دقت داده و آموزش)

به موقع: ** اگر جذب گیمرها نشد، به سمت (Pivot) تغییر جهت ** ۳.

می چرخیم. دارایی (متمرکز B2B) ** ابزار آموزشی خالص برای مدارس

داده ای ما همچنان ارزشمند است

** "سناریوی شکست شماره ۲: "فناوری زمین می خورد" ** ###

چه اتفاقی می افتد: ** بازی آنلاین باگ دار و غیرپایدار است. کاربران ** *

پس از یک جلسه ناامید می شوند و برنمی گردند

دست کم Real-time ریشه احتمالی: ** پیچیدگی همگام سازی ** *

گرفته شده یا تیم فنی ظرفیت کافی ندارد

****:** کار می‌کنیم که شکست نخوریم **** ***

۱. ****:** (COTS) استفاده از فناوری اثبات‌شده ******.
استفاده (Foundry مثل) ****** صفر، از هسته ****** موتورهای متن‌باز موجود
می‌کنیم و فقط لایه بومی‌سازی و یکپارچگی را می‌سازیم.
۲. ****** (Asynchronous) توسعه تدریجی: ****** اول ****** بازی ناهمزمان ******.
Real-time ارائه می‌دهیم (مثل بازی نوبتی که در طول روز انجام می‌شود). سپس
time را اضافه می‌کنیم.
۳. ****** جذب مشاور فنی ارشد: ****** بخشی از سرمایه را برای مشاوره یک ******.
کنار می‌گذاریم Real-time مهندس با تجربه در سیستم‌های

سناریوی شکست شماره ۳: "پول تمام می‌شود قبل از نقطه ****** ####
****** عطف"

- چه اتفاقی می‌افتد: ****** بودجه ۱۸ ماهه در ماه ۱۰ تمام می‌شود در **** ***
- های کلیدی نرسیده‌ایم KPI حالی که به
- ریشه احتمالی: ****** سوختن پول در فعالیتهای بی‌بازده (مثل تبلیغات **** ***
- گسترده بی‌هدف) یا توسعه قابلیت‌های غیرضروری
- **:** کار می‌کنیم که شکست نخوریم **** ***

بودجه‌بندی مرحله‌ای: ** تنها ۶۰٪ بودجه ابتدا تخصیص می‌یابد. ** ۱.
۴۰٪ پس از رسیدن به میل استون‌های ماه ۶ آزاد می‌شود

هر قابلیت **اول در کوچکترین ** Lean Startup: فرهنگ ** ۲.
ساخته و اندازه‌گیری می‌شود. تنها در صورت نتیجه ** (MVP) اندازه ممکن
مثبت، روی آن سرمایه‌گذاری بیشتر می‌کنیم

تمرکز بر درآمد از روز اول: ** از ماه ۴، یک مدل درآمدی ساده ** ۳.
(مثلاً پیش‌خرید یک ماجرای ویژه) راه می‌اندازیم تا ** تضمینی از تمایل به
پرداخت ** بگیریم و جریان نقدی زودهنگام ایجاد کنیم

** سخن پایانی: چرا ما موفق می‌شویم؟ ** ###

نه به خاطر یک ایده جذاب، بلکه به خاطر ** تمرکز بر اجرای چابک و
یادگیری مداوم **. ما فرضیات خود را به عنوان ** حدس‌های قابل
آزمایش ** می‌بینیم، نه حقایق مقدس. شفافیت درباره نادانسته‌ها، برنامه
روشن برای کشف آن‌ها، و اراده برای تغییر مسیر بر اساس داده‌های واقعی،
از یک ** ایده ShahnamehMap بزرگ‌ترین ضمانت ما برای تبدیل
زیبا ** به یک ** کسب‌وکار ماندگار ** است
