

۳،۲ |ICP — JTBD — ShahnamehMap

نسخه: ۱,۰

تاریخ: ۲۵/۰۶/۱۴۰۳

مقدمه: هدف سند##

این سند سه چارچوب مکمل را برای درک عمیق مشتریان
ShahnamehMap: تعریف می‌کند

مشخصات سازمانی/جمعیتی مشتریانی که **(ICP) مشتری ایدهآل** ۱. بیشترین ارزش را برای ما ایجاد می‌کنند

نمونه‌های ملموس و داستانی از **(Personas) پرسوناهای کاربری** ۲. کاربران نهایی با اهداف، دردها و رفتارهای مشخص

نیازهای اساسی و **(JTBD) کارهایی که باید انجام شود** ۳. "کارکردی" که مشتریان هنگام انتخاب محصول ما به دنبال انجام آن هستند.

، پیام‌های بازاریابی، (PRD) خروجی این سند مستقیماً بر **طراحی محصول** و فرآیند فروش** اثر خواهد گذاشت

(Ideal Customer Profile - ICP) بخش ۱: مشتری ایده‌آل

*** گیمرهای شخصی - B2C (ICP بخش) اولیه

* جمعیت‌شناختی (Demographics):**

* سن: ۱۸ تا ۳۵ سال

* موقعیت جغرافیایی: ایران (شهرهای بزرگ و دانشگاهی در مرحله اول)

* زبان: فارسی (سلط)

* وضعیت اقتصادی: دارای درآمد شخصی (شاغل یا دانشجو با کمک هزینه)

* سبک زندگی و "B2C برای) فروش‌شناسی (Firmographics):** عضویت

* حوزه علاقه/فعالیت: عضو فعال یا غیرفعال حداقل یکی از جوامع، بازی‌های D&D (تلگرام/دیسکورد) آنلاین مرتبط با: بازی‌های نقش‌آفرینی، رایانه‌ای فانتزی، صفحات ادبیات/اساطیر ایرانی در شبکه‌های اجتماعی

* ** (In-App Purchase) سابقه هزینه: * سابقه خرید درون برنامه ای *

در بازی های موبایل یا اشتراک سرویس های دیجیتال (اسپاتیفای، فیلم نت)

* ** (Behavioral): * رفتاری

* ** کانال کشف: * شبکه های اجتماعی (اینستاگرام، ردیت فارسی)، *

جستجوی گوگل برای "بازی ایرانی بر اساس شاهنامه"، توصیه از طرف
دوستان در گروه های گیم.

* ** انگیزه: * به دنبال تجربه سرگرمی عمیق، اجتماعی شدن با *

دوستان حول یک فعالیت مشترک، و کشف هویت فرهنگی خود در قالبی
مدرن.

* ** مطلوب: * کاربر فعال هفتگی (Engagement) میزان درگیری *

(ساعته ۲ session لاقل یک).

ICP (مدارس - B2B بخش) ثانویه ***

* ** جمعیت شناختی (نهادی)

* ** نوع: * مدارس دوره دوم متوسطه (دبیرستان) * غیر دولتی، نمونه *

* دولتی، یا هیئت امنایی.

* ** موقعیت جغرافیایی: * کلان شهرها (تهران، اصفهان، مشهد، شیراز) *

و مراکز استان ها

اندازه:*** حداقل ۲۰ دانشآموز در مقطع متوسطه دوم** *

* *** فروشناسی (Firmographics):**

* *** بودجه فناوری/فرهنگی:*** دارای ردیف بودجه مشخص برای ". فعالیت‌های پرورشی"، "توسعه فناوری آموزشی" یا "تقویت هویت ملی

* *** تجهیزات:*** دارای لابراتوار رایانه یا امکان دسترسی دانشآموزان ** به تبلت/لپ‌تاپ

* *** رفتاری (نهادی)

* *** کanal کشف:*** نمایشگاه‌های آموزش و فناوری، معرفی توسط * مشاوران آموزشی، بازاریابی مستقیم (تماس تلفنی/ایمیلی)

* *** انگیزه (نهاد):*** ارتقای شاخص‌های کیفیت آموزشی، ارائه نوآوری در تدریس، اجرای پروژه‌های مقرن‌به‌صرفه و جذاب برای دانشآموزان

* *** تصمیم‌گیرندگان:*** معاون پرورشی یا آموزشی، دبیران ادبیات و * تاریخ

*** (User Personas)** بخش ۲: پرسوناهای کاربری

پرسونا ۱: "آرمان" – گیمر مشتاق و فرهنگ‌دوست (کاربر اصلی، ***# # #) ** تصمیم‌گیرنده، پرداخت‌کننده)

* عکس:*** مرد جوان با هودی مرتبط با بازی *

* دمو‌گرافیک:*** ۲۵ ساله، دانشجوی مهندسی کامپیوتر تهران، ساکن * خوابگاه

* کامپیوتری بازی کرده. دو RPG بیوگرافی:*** از نوجوانی بازی‌های * بازی می‌کند (با قواعد D&D سال است که با دوستانش به صورت غیررسمی ترجمه‌دست‌وپاشده). همزمان به دلیل خانواده‌ای اهل کتاب، با داستان‌های شاهنامه آشناست ولی هرگز نتوانسته ارتباط عمیقی با آن برقرار کند

* **:اهداف*

* حماسی و منسجم*** با دوستانش RPG تجربه یک ***کمپین * احساس هویت*** در جهان بازی؛ خسته شده از بازی در نقش الف * و دورف در دنیاهای خارجی

* پیدا کردن یک ***جامعه آنلاین*** از افراد هم‌فکر برای تبادل ایده و ماجرا.

* **:دردها و ترس‌ها** *

* خسته‌کننده و زمان‌بر است D&D یک جلسه (Prepare) آماده‌کردن

- * هماهنگ کردن زمان بازی حضوری با دوستاش سخت است
 - * احساس می‌کند داستان‌های غربی بیگانه هستند و نمی‌تواند با قهرمانانش همذات‌پنداری کند
 - * شلوغ و قواعد UI استفاده کرده اما Roll20 از سایتی مثل پیچیده برای دوستان تازه‌کارش سنگین بود
 - * بازی کنیم، هم عبارت کلیدی: "کاش یه جایی بود که هم داستان رسم و سهراپ رو خودمون تجربه کنیم"
-
- * پرسونا ۲: "فریبا" – معلم نواور (تصمیم‌گیرنده و سفیر، ### ** پرداخت‌کننده سازمانی)
 - * عکس: زن میانسال، با ظاهری حرفه‌ای و دوست‌داشتنی
 - * دموگرافیک: ۴۲ ساله، دبیر ادبیات فارسی با ۱۵ سال سابقه در یک مدرسه غیردولتی معتبر در اصفهان
 - * بیوگرافی: همیشه به دنبال روش‌های خلاقانه برای تدریس است تا دانش‌آموزانش را با ادبیات کهن ارتباط دهد. با فناوری راحت است و از ابزارهای دیجیتال در کلاس استفاده می‌کند. تحت فشار مدیریت برای ارائه کارنامه فعالیت‌های نوآورانه است
- * اهداف **

* علاقهمند کردن** دانشآموزان نسل زد به شاهنامه** *

* ارائه یک **پروژه گروهی جذاب و مدرن** که هم ادبیات، هم کار گروهی و هم تفکر استراتژیک را آموزش دهد.

* صرفه‌جویی در زمان** برای طراحی یک فعالیت درسی تعاملی از ** صفر.

* دردها و ترس‌ها** *

* دانشآموزان شاهنامه را "خسته‌کننده" و "منسوخ" می‌دانند *

* (PDF پاورپوینت،) **ابزارهای آموزشی موجود یا **بسیار خشک هستند یا **کاملاً بی‌ربط** (بازی‌های خارجی)

* نگران است که استفاده از "بازی" در کلاس از سوی اولیا یا مدیریت به عنوان "بی‌اهمیتی به درس" تلقی شود

* وقت برای یادگیری نرم‌افزارهای پیچیده طراحی بازی را ندارد

* عبارت کلیدی: **"چطور می‌تونم تو دو جلسه، هم شاهنامه درس "بدم، هم بچه‌ها رو سر ذوق بیارم و هم یه کار گروهی مفید انجام بدن؟

***پرسونا ۳: "کاوه" – خالق محتوا (کاربر پیشرفته، مروج) ***###

* عکس: ** مرد جوان با تیشرت طرح دار، پشت سیستم سه مانیتوره *

* اوقات فراغت زیادی IT دموگرافیک: *** ۲۸ ساله، کارمند فریلنسر ** دارد.

که همیشه دنیاهای و ماجراهای D&D بیوگرافی: *** گیم‌مستر با تجربه ** خودش را طراحی می‌کند. عاشق جهان‌سازی و (Homebrew) خانه‌ساز داستان‌پردازی است. چندین بار ایده ساخت یک کمپین بر اساس اساطیر ایران را داشته اما هیچ ابزار متمرکز و جامعه‌ای برای آن پیدا نکرده

* اهداف *** *

* ساختن و به اشتراک گذاشتن *** دنیاهای و ماجراهای منحصر به فرد ** خودش با جامعه

* دیده شدن و اعتبار *** گرفتن به عنوان یک خالق محتوای خلاق ***

* کسب درآمد *** حتی اندک از سرگرمی و مهارت‌ش ***

* دردها و ترس‌ها *** *

* پیچیده *** هستند و نیاز * Foundry VTT (مثل) ابزارهای موجود به سرور شخصی دارند

* جامعه‌ای *** از بازیکنان علاقه‌مند به تم ایرانی وجود ندارد تا *** محتوایش را با آنها تست کند

* نگران است که زحماتش در یک هارد دیسک خاک بخورد و کسی آن را نبیند

* فرآیند ساخت یک کمپین از صفر، بسیار زمانبر و پر از کارهای تکراری است (های مشابه NPC مثلاً طراحی).

* عبارت کلیدی: "من کلی ایده برای داستان دارم. کاش یه جا بود" *
که هم ابزار راحتی برای ساختن بهم می‌داد، هم مخاطب ایرانی داشت که
".تحویلم می‌گرفت"

کارهایی که باید انجام شوند JTBD)***
#Jobs-To-Be-Done -

اصلی: "من می‌خواهم یک تجربه اجتماعی سرگرمی JTBD *** #
عمیق و معنادار داشته باشم که مرا به میراث فرهنگی ام پیوند بزند و احساس
"افتخار و تعلق ایجاد کند

* JTBD: جدول تحلیل

| راه حل های فعلی (و چرا ** "کار" اصلی Job Statement) | ** |
| معیارهای ** (ShahnamehMap) ناکافی اند)*** | ** راه حل ایده‌آل
	موفقیت از دید مشتری				
	---		---		---
به زبان D&D	• ** سرگرمی و تفریح اجتماعی با دوستان .1				
بازی‌های ** • اصلی:*** مانع زبانی، قواعد پیچیده، فقدان تم آشنا					
تعامل اجتماعی سطحی، داستان ضعیف، *MMOs):** (مثل) ویدیویی آنلاین					
دوره‌می‌های معمولی:*** تکراری و * • عدم حس همکاری واقعی					
غیرداستانی.	*** یک پلتفرم بازی نقش‌آفرینی آنلاین آماده*** با قواعد				
ساده‌شده و داستان‌های آماده درباره قهرمانان ایرانی.	• آسان بودن شروع				
لذت‌بخش بودن لحظات مبارزه • (Onboarding) اولین جلسه بازی					
خنده‌یدن و هیجان با دوستان در طول جلسه • و تصمیم‌گیری گروهی					

| کشف و ارتباط با هویت و اسطوره ایرانی *** خواندن کتاب ۲۰. |
تماشای * * **•** *شاهنامه:** برای نسل دیجیتال سخت و غیرتعاملی
• *مستند یا اینیمیشن:** منفعتانه، امکان انتخاب و تأثیرگذاری ندارد
شرکت در مراسم سنتی:*** ممکن است برای جوانان جذاب نباشد. |
* * یک نقشه/دایره المعارف تعاملی *** که کاربر را به *** کشف *** مکانها و
شخصیت‌ها دعوت می‌کند و سپس امکان *** تجربه فعال *** آن داستان را

احساس کردن •
 می‌دهد. | • یادگیری غیرمستقیم و جذاب داستان‌ها
توانایی پاسخ دادن به سوال •
 "حضور" در جغرافیای اساطیری ایران
|. ".رسم کجا متولد شد؟" با اطمینان

| خلق و بیان داستان خود (برای خالقان)***نوشتن در . ۳.*
استفاده از **
• .وبلاگ/شبکه اجتماعی:*** بازخورد محدود، غیرتعاملی
نیاز به تخصص فنی بالا، *Unity(*مثُل) ابزارهای حرفه‌ای گیمساری
ساخت محتوا در پلتفرم‌های خارجی:*** عدم مخاطب *
• * زمان بر
مخصوص *No-Code/Low-Code)*
برای نمایش و حتی Marketplace) جهان شاهنامه و یک *بازارگاه
فروش تولیدات. | • امکان ساخت یک ماجرا قابل بازی در مدت زمان معقول
از جامعه appreciation دریافت بازخورد و •
. (مثلاً یک هفته)

• | .دیده شدن و استفاده شدن محتوای ساخته شده توسط دیگران •
| ۴.* آموزش مؤثر و جذاب ادبیات (برای معلمان)*** • *تدریس سنتی.
استفاده از کلیپ یا **
• با کتاب:*** دانشآموزان حواس‌پرت هستند
ساخت بازی از صفر:*** *
• *پاورپوینت:*** هنوز منفعلانه است
غیرممکن از نظر زمان و تخصص. | *یک بسته آموزشی آماده (کمپیون‌های
کوتاه)*** با راهنمای معلم، منطبق بر کتاب درسی، که دانشآموزان را به
صورت گروهی درگیر می‌کند. | • مشاهده *اشتیاق و مشارکت فعال***

صرفه‌جویی در زمان** آماده‌سازی معلم
• ** دانش‌آموزان در کلاس
| امکان ** ارزیابی** مشارکت و خلاقیت دانش‌آموزان •

** تأثیر مستقیم بر فعالیت‌های عملیاتی ** ## *

** ۱. (PRD) بر سند نیازمندی محصول **

* * ويژگی اولویت‌دار: * سیستم دعوت دوستان و تشکیل گروه آسان *
* (برای * آرمان*)

* با الگوهای از پیش Campaign Builder * ويژگی ضروری *
* طراحی شده و امکان کپی-پیست (برای * کاوه* و * فریبا*)

* رابط کاربری * شهودی و کم حاشیه * برای کاهش UX: * طراحی *
* سردرگمی کاربران تازه کار (برای * آرمان* و * فریبا*)

* بخش‌بندی محتوا: * ایجاد حالت * "اکتشافی-آموزشی" * با *
* محتوای تأییدشده و حالت * "ماجراجویی-خلاق" * برای کاربران پیشرفته

** ۲. (Messaging) بر پیام‌های بازاریابی **

* کanal های گیمرها (هدف: آرمان): "دیگه لازم نیست برای یه جم
دستی ترجمه کنی. خودت رو به جای رستم 规则فارسی کلی ق D&D
بذر، تاس بنداز، تاریخ رو بساز." (تمرکز بر راحتی، هویت و اجتماعی بودن)

* کanal های آموزشی (هدف: فریبا): "پروژه گروهی شاهنامه برای کلاس شما: از شنیدن شعر خارج شوید، به دانش آموزان اجازه دهید در داستان شاهنامه بازی کند." (تمرکز بر صرفه جویی در زمان، نوآوری آموزشی و مشارکت)

* کanal های خالقان (هدف: کاوه): "ایدههات درباره دیوها و پهلوانان رو به یک کمپین واقعی تبدیل کن و با جامعه‌ای مشتاق به اشتراک بذار. حتی می‌تونی بفروشی." (تمرکز بر توانمندسازی، دیده شدن و درآمدزایی)

**3. B2B) بر کتابچه فروش Sales Playbook - برای نسخه *
* ایده‌آل: مدرسه غیردولتی با معاون پرورشی/آموزشی (Lead) لید نوآور (مثل فریبا)

* دموی فروش: نمایش یک کمپین آموزشی کوتاه ۳۰ دقیقه‌ای که دقیقاً منطبق بر یک درس کتاب ادبیات است

* (Objection Handling) رفع اعتراضات

"اعتراض: "بازی در کلاس درس جدی نیست *

* پاسخ: "این یک شبیه‌ساز تعاملی داستانی است. مثل این می‌مونه که بچه‌ها یه تئاتر زنده از شاهنامه اجرا کنند، با این تفاوت که قوه "تحلیل و انتخابشون به چالش کشیده می‌شه

"اعتراض: "خودم بلد نیستم ازش استفاده کنم *

* پاسخ: "کمپین‌ها با راهنمای گام‌به‌گام معلم ارائه می‌شن. ما "همچنین یک جلسه آموزش آنلاین رایگان برای معلمین شما برگزار می‌کنیم

* * نتیجه: این سند تضمین می‌کند که تمام تصمیمات محصول، بازاریابی ShahnamehMap و فروش "حدس" که بر اساس درک عمیق و ساختاریافته از انسان‌های واقعی در پشت اعداد و آمار صورت می‌گیرد.