

** سند ۲،۶: برنامه استخدام و طراحی سازمان * — ShahnamehMap
** (بازه ۱۸ ماهه)

** نسخه: ۱،۰

** تاریخ: ۱۵/۰۶/۱۴۰۳

** (Resource Gap Analysis) ** تحلیل شکاف منابع *

بر اساس نقشه راه محصول (سند ۲،۳) و برنامه عملیاتی (سند ۲،۲)، تیم فعلی (۲ بنیان‌گذار تمام وقت + ۱ توسعه‌دهنده فول استک + گیم‌دیزاینر پاره‌وقت) قادر به تحويل میل استون‌های فاز ۱ (ماه ۱-۶) با کیفیت قابل قبول است. با این حال، برای تحويل فاز ۲ (جامعه و خلق) و فاز ۳ (مقیاس) با سرعت و کیفیت رقابتی، شکاف مهارتی و ظرفیتی آشکاری وجود دارد.

*: شکاف‌های کلیدی شناسایی شده **

ظرفیت توسعه: نیاز به توسعه همزمان موتور بازی، ابزار کاربرساز ۱. و پلتفرم بازارگاه از ماه ۷ به بعد، فراتر از توان (Campaign Builder)، یک توسعه‌دهنده است.

پیچیدگی *:(UI) و رابط کاربری (UX) طراحی تجربه کاربری ** ۲۰. ابزارهای خلق محتوا و نیاز به جذب کاربران عمومی (غیر گیمر) مستلزم طراحی حرفه‌ای و کاربرپسند** است که در تیم فعلی غایب است.

مارکتینگ و رشد تخصصی:** جذب کاربر پرداخت‌کننده در مقیاس و ** ۳۰. مدیریت کانال‌های مختلف نیاز به تخصص اختصاصی دارد

پشتیبانی و مدیریت جامعه:** با رشد کاربران، مدیریت انجمن، ** ۴۰. بازخورد و پشتیبانی به یک شغل تماموقت تبدیل می‌شود

عمق گیم‌دیزاین:** ساخت کمپین‌های متعدد و متوازن و توسعه ** ۵۰. سیستم قواعد، نیاز به یک گیم‌دیزاینر تماموقت دارد

** اصول طراحی سازمان در ۱۸ ماه اول ## **

* اصل مینیمالیسم:** کوچک نگه داشتن تیم هسته تا حد ممکن، با * تمرکز بر ** کیفیت و فرهنگ** به جای تعداد

* و استفاده از **(Flat) اصل چابکی:** حفظ ساختار **مسطح** برای جلوگیری از بوروکراسی **(Squads)** تیم‌های پروژه محور

* اصل برون‌سپاری هوشمند:** برخی کارهای تخصصی و محدود (مانند ** ترجمه، طراحی هنری خاص) به ** فریلنسرها** سپرده می‌شود

تقدم استخدامهای فنی: * اولویت اول با نقش‌هایی است که * * مستقیماً روی محصول * اثر می‌گذارند (توسعه، طراحی محصول).

* نقشه استخدام مرحله‌ای (۱۸ ماهه) * ## *

* فاز ۱: ساخت هسته (ماه ۶-۱) – تیم استارت‌آپی * ### * * ساخت * * (PMF). و اثبات فرضیه محصول-بازار MVP تمرکز: * ساخت * .

* ساختار: * بنیان‌گذاران + اولین کارمند فنی * * نیاز استخدامی: * * * * . استخدام تمام وقت جدید: * استفاده از فریلنسر برای طراحی هنری اولیه و مشاوره حقوقی * . تحلیل: * تیم فعلی برای میل استون‌های این فاز * کافی است *

* فاز ۲: گسترش (ماه ۷-۱۲) – ساخت تیم محصول * # ## * های فاز ۱ (دستیابی به ۵۰۰۰ کاربر و ۱۰۰ KPI با فرض موفقیت در تحقق کاربر پرداخت‌کننده)، استخدامهای زیر آغاز می‌شوند.

| **عنوان شغل** | **نوع** | **هزینه تقریبی (میلیون** |
تومان/ماه) | **دلیل نیاز و مأموریت** | **خروجی کلیدی مورد انتظار
| **(در ۶ ماه اول)

| :--- | :--- | :--- | :--- | :--- | :--- |
| **۷** | **UX/UI Designer)** |
و نیاز به Campaign Builder تمام وقت | ۳۵-۴۵ | **دلیل:** پیچیدگی
رابط کاربری ساده برای کاربران غیرفنی. **مأموریت:** طراحی تمام
تعاملات کاربری، پروتوتایپ، و حفظ هویت بصری یکدست در کل پلتفرم. | ۱.
Campaign طراحی و تحويل **پروتوتایپ کاربرپسند**
کاهش %.۲۰ در مراحل فرآیند ساخت کاراکتر **.
۲. افزایش امتیاز **رضایت کاربری (Onboarding Funnel).
۳. بخش‌های اصلی به بالای ۴,۵ **(CSAT)**

| **۸** | **Frontend** | ۴۰-۵۰ | **تامام وقت** |
ارشد** | توسعه دهنده** |
باید بر معماری CTO. **دلیل:** جداسازی وظایف و افزایش سرعت توسعه
و مقیاس متمرکز بماند. **مأموریت:** پیاده‌سازی رابطه‌ای کاربری پیچیده
با تمرکز بر عملکرد و تجربه (و بازارگاه Campaign Builder مخصوصاً)
در موعد **Campaign Builder** روان. | ۱. تحويل **نسخه بتای
صفحات اصلی **(Performance) | ۲. مقرر
بهبود **کارایی (Performance) |

پیاده‌سازی سیستم واقعی بازارگاه با .
۳. (بارگذاری زیر ۳ ثانیه)
| قابلیت خرید و فروش

| **۱۰** | **Game Designer/Narrative)** | تمام وقت | ۴۰-۳۰ | دلیل: افزایش حجم و کیفیت محتوای رسمی و نظارت بر تعادل محتوای کاربرساخته.
مأموریت: طراحی کمپین‌های جدید، توسعه سیستم قواعد، ایجاد دارایی‌های استاندارد برای خالقان. | ۱. طراحی و تحويل ۲ کمپین رسمی تدوین راهنمای تعادل .
۲. جدید با کیفیت بالا
۳. برای خالقان محتوا * افزایش نرخ تکمیل کمپین *
| به بالای ۵۰٪

| **۱۲** | **Community & Support Manager)** | تمام وقت | ۳۵-۲۵ | دلیل: رشد جامعه کاربری به سطحی که مدیریت آن توسط بنیان‌گذاران غیرممکن شود. **مأموریت:** مدیریت انجمن، پاسخ به سوالات کاربران، جمع‌آوری و دسته‌بندی بازخورد، اجرای برنامه‌های تعامل با جامعه. | ۱. کاهش زمان پاسخگویی به افزایش نسبت تعامل در .
۲. تیکت‌های پشتیبانی به کمتر از ۶ ساعت راهاندازی برنامه سفیران .
۳. (۱۰٪ MAU).
| جامعه .

فاز ۳: مقياس (ماه ۱۸-۱۳) – تکمیل تیم عملیاتی ***

با فرض موفقیت در فاز ۲ و برنامه ریزی برای بین‌المللی‌سازی

۳. **عملیات تاخیر* کاهش زیر بـ ms. خارجی

|

** طراحی ساختار سازمانی در پایان ماه ۱۸ ##

...

[هیأت مؤسسان/ سرمایه‌گذاران]

|

[CEO) مدیر عامل]

|

مدیر رشد (دیجیتال) [CTO] [CCO) رهبر محتوا [] (رهبر فنی)
[مارکتر)

| | |

----- ----- -----

| | | | |

توسعه‌دهنده [توسعه‌دهنده] [گیم دیزاینر] [مدیر جامعه] [فریلنسرها]

فرانت‌اند] [بک‌اند]

| (طراح هنری، مترجم)]

[UX/UI طراح]

...

** توضیح ساختار **

* * حفظ ساختار نسبتاً مسطح * * با ۳ رهبر حوزه * * (CTO, CCO, Growth Lead).

* * زیر هر رهبر * * تیم‌های عملیاتی کوچک * *.

* * تمرکز بر محصول: * * اکثریت نیروها مستقیماً در بخش‌های فنی و * * محتوایی متمرکزند

* * استفاده استراتژیک از فریلنسرها * * برای تخصص‌های دورهای (مانند * * ترجمه انبوه، موسیقی، صدایگذاری)

** براورد هزینه حقوق و دستمزد کل (۱۸ ماهه) ## **

* * ماه ۱-۶: * * ~ ۷۰ میلیون تومان/ماه (بنیان‌گذاران + ۱ توسعه‌دهنده + * * فریلنسرها) = * * ۴۲۰ میلیون تومان.

* ماه ۱۲-۷:*** اضافه شدن ۴ نقش جدید به مرور. میانگین هزینه *** نیروی انسانی: ~ ۱۸۰ میلیون تومان/ماه. برای ۶ ماه: *** ~ ۱,۰۸۰ میلیون تومان.

* ** ماه ۱۳-۱۸:*** اضافه شدن ۲ نقش جدید. میانگین هزینه: ~ ۲۴۰ ~ ** میلیون تومان/ماه. برای ۶ ماه: *** ~ ۱,۴۴۰ میلیون تومان.

* ** کل هزینه نیروی انسانی در ۱۸ ماه: *** ~ *** ۲,۹۴۰ میلیون تومان *

* نکته:*** این اعداد نشان می‌دهد که *** سرمایه اولیه ۵۰۰ میلیون تومانی *** تنها برای تأمین هزینه‌های نیروی انسانی فاز ۱ و بخشی از فاز ۲ کافی و *** (MRR) است.*** این موضوع اهمیت *** دستیابی زودهنگام به درآمد در ماه ۹-۱۲ *** را به وضوح نشان می‌دهد. برنامه Seed *** جذب سرمایه های مالی و جذب سرمایه بعدی KPI استخدام فوق، مشروط به دستیابی به است.

*** (Onboarding) برنامه جذب و یکپارچه‌سازی ***

فرآیند جذب:*** تمرکز بر ***تناسب فرهنگی*** و ***اشتیاق به *** ۱۰. مثلاً "یک صفحه از) حوزه محتوا*. استفاده از چالش‌های عملی در مصاحبه ("را طراحی کن Campaign Builder.

یکپارچه‌سازی:*** هر عضو جدید، ***اولین هفته*** خود را به بازی با ** ۲. پلتفرم، مطالعه مستندات و گفتگو با کاربران منتخب می‌گذراند مالکیت:*** از روز اول، هر عضو جدید روی ***یک ویژگی یا *** ۳. های کسب‌وکار KPI مسئولیت کاملاً مشخص*** مالکیت دارد که مستقیماً بر اثر می‌گذارد.

نتیجه‌گیری: آیا تیم فعلی می‌تواند میل استون‌های بعدی را تحويل ** ## دهد؟

* فاز ۱ (ماه ۶-۱): بله.* تیم فعلی با تمرکز و استفاده از فریلنسر برای * پشتیبانی، قادر به تحويل ***نسخه ۱,۰ (رستم‌گیت)* است * فاز ۲ (ماه ۷-۱۲): خیر.* تحويل همزمان ***Campaign Builder ، بازارگاه پرداختی و محتوای باکیفیت***، مستلزم تخصص و ظرفیتی است که در تیم فعلی موجود نیست. عدم استخدام در این فاز به

معنای ***تأخیر شدید، کاهش کیفیت یا شکست در ایجاد جامعه خالقان***
خواهد بود.

* * فاز ۳ (ماه ۱۳-۱۸): قطعاً خیر.** بدون تکمیل تیم،
* * * بینالمللیسازی، توسعه موبایل و مقیاس فنی*** غیرممکن است.

جمع‌بندی:*** برنامه استخدام حاضر، ***ضروری و حیاتی*** برای تبدیل***
موفق*** به یک ***پلتفرم MVP*** از یک ShahnamehMap
مقیاس‌پذیر و سودآور*** است. این برنامه به دقت با میل استون‌های محصول و
نقشه‌عطف‌های مالی هماهنگ شده و به عنوان یک نقشه راه عملیاتی برای
رشد تیم در کنار رشد محصول عمل می‌کند.