

**** ShahnamehMap — JTBD ، پرسوناها و ICP: سند ۳,۲ ** #**

**** نسخه: ۱,۰ ****

**** تاریخ: ۲۵/۰۶/۱۴۰۳ ****

**** مقدمه: هدف سند ** ##**

این سند سه چارچوب مکمل را برای درک عمیق مشتریان

تعریف می کند ShahnamehMap

۱. **** (ICP): مشتری ایده آل **** مشخصات سازمانی/جمعیتی مشتریانی که بیشترین ارزش را برای ما ایجاد می کنند

۲. **** (Personas): پرسوناها کاربری **** نمونه های ملموس و داستانی از کاربران نهایی با اهداف، دردها و رفتارهای مشخص

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

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

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

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

*(Demographics): جمعیت‌شناختی ** *

سن: ** ۱۸ تا ۳۵ سال ** *

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

زبان: ** فارسی (مسلط) ** *

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

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

در بازی‌های موبایل یا اشتراک سرویس‌های دیجیتال (اسپاتیفای، فیلم‌نت)

**: (Behavioral) رفتاری ** *

کانال کشف: ** شبکه‌های اجتماعی (اینستاگرام، ردیت فارسی)، ** *

جستجوی گوگل برای "بازی ایرانی بر اساس شاهنامه"، توصیه از طرف

دوستان در گروه‌های 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 لااقل یک).

**: (مدارس - B2B بخش) ثانویه ICP ** ###

**: جمعیت شناختی (نهادی) ** *

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

**. ** دولتی، یا هیئت امنایی

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

و مراکز استان‌ها

اندازه: ** حداقل ۲۰۰ دانش‌آموز در مقطع متوسطه دوم ** *

** (Firmographics) فروش‌شناسی ** *

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) ** *

کانال 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 مقرون‌به‌صرفه 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 دوستانش سخت است *
- * احساس می کند داستان های غربی **بیگانه** هستند و نمی تواند با قهرمانانش **همذات پنداری** کند
- * شلوغ و قواعد UI استفاده کرده اما **Roll20** از سایتی مثل پیچیده برای دوستان تازه کارش سنگین بود
- * بازی کنیم، هم D&D عبارت کلیدی: ** "کاش یه جایی بود که هم ** * داستان رستم و سهراب رو خودمون تجربه کنیم
- پرسونا ۲: "فریبا" – معلم نوآور (تصمیم گیرنده و سفیر، ** #### ** پرداخت کننده سازمانی)
- * عکس: ** زن میانسال، با ظاهری حرفه ای و دوست داشتنی ** *
- * دموگرافیک: ** ۴۲ ساله، دبیر ادبیات فارسی با ۱۵ سال سابقه در یک ** * مدرسه غیردولتی معتبر در اصفهان
- * بیوگرافی: ** همیشه به دنبال روش های خلاقانه برای تدریس است تا ** * دانش آموزانش را با ادبیات کهن ارتباط دهد. با فناوری راحت است و از ابزارهای دیجیتال در کلاس استفاده می کند. تحت فشار مدیریت برای ارائه کارنامه فعالیت های 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 دنیاها و ماجراهای D&D بیوگرافی: ** گیم‌مستر باتجربه ** *

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 ** دنیاها و ماجراهای منحصربه‌فرد ** *

خودش با جامعه

پایه 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

- (Jobs-To-Be-Done) بخش ۳: کارهایی که باید انجام شوند ** ##
JTBD)**

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

** JTBD: جدول تحلیل **

راه‌حل‌های فعلی (و چرا **) | ** (Job Statement) کار " اصلی " ** |
معیارهای ** | ** (ShahnamehMap) ناکافی‌اند) ** | ** راه‌حل ایده‌آل
| ** موفقیت از دید مشتری

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

به زبان D&D ** • | ** سرگرمی و تفریح اجتماعی با دوستان ۱. ** |
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
خندیدن و هیجان با دوستان در طول جلسه •
 و تصمیم‌گیری گروهی
|

کشف و ارتباط با هویت و اسطوره ایرانی ** | • ** خواندن کتاب ۲. ** |
تماشای ** •
 شاهنامه: ** برای نسل دیجیتال سخت و غیرتعاملی
•
 مستند یا انیمیشن: ** منفعلانه، امکان انتخاب و تأثیرگذاری ندارد
شرکت در مراسم سنتی: ** ممکن است برای جوانان جذاب نباشد. | **
** یک نقشه/دایره‌المعارف 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
| "رستم 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 مثل) ابزارهای حرفه‌ای گیم‌سازی
ساخت محتوا در پلتفرم‌های خارجی: • • عدم مخاطب • •
 زمان بر
مخصوص • • (No-Code/Low-Code) هدف. | • • ابزارهای ساخت بصری
برای نمایش و حتی • • (Marketplace) جهان شاهنامه و یک • • بازارگاه
فروش تولیدات. | • امکان ساخت یک ماجرایی 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 • •

آموزش مؤثر و جذاب ادبیات (برای معلمان) • • • • تدریس سنتی ۴ • • |
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 (کمپین‌های
کوتاه) • • با راهنمای معلم، منطبق بر کتاب درسی، که دانش‌آموزان را به
صورت گروهی درگیر می‌کند. | • مشاهده • • اشتیاق و مشارکت فعال • •

صرفه جویی در زمان **آماده سازی معلم** •
 .دانش آموزان در کلاس
| .امکان **ارزیابی** مشارکت و خلاقیت دانش آموزان •

تأثیر مستقیم بر فعالیتهای عملیاتی ##

:(PRD) بر سند نیازمندی محصول ۱.* ###

* ویژگی اولویت دار: **سیستم دعوت دوستان و تشکیل گروه آسان** *
(برای **آرمان**).

* با الگوهای از پیش Campaign Builder **: ویژگی 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**)

* بخش بندی محتوا: **ایجاد حالت "اکتشافی-آموزشی" با** *
.محتوای تأیید شده و حالت **"ماجرای جویی-خلاق" برای کاربران پیشرفته

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

کانال‌های گیمرها (هدف: آرمان):** "دیگه لازم نیست برای یه جم ** *

دستی ترجمه کنی. خودت رو به جای رستم 规则 فارسی کلی ق D&D

بذار، تاس بنداز، تاریخ رو بساز." (تمرکز بر **راحتی، هویت و

اجتماعی بودن**)

کانال‌های آموزشی (هدف: فریبا):** "پروژه گروهی شاهنامه برای ** *

کلاس شما: از شنیدن شعر خارج شوید، به دانش‌آموزان اجازه دهید در داستان

شاهنامه بازی کنند." (تمرکز بر **صرفه‌جویی در زمان، نوآوری

آموزشی و مشارکت**)

کانال‌های خالقان (هدف: کاوه):** "ایده‌ها دربار 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**)

:(B2B برای نسخه - Sales Playbook) بر کتابچه فروش ۳.* ###

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 **شبيه ساز 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 **

نه بر اساس "حدس" که بر اساس درک ShahnamehMap و فروش

عمیق و ساختاریافته از انسان‌های واقعی در پشت اعداد و آمار صورت می‌گیرد