

****ShahnamehMap — سند ۲,۲: مدل عملیاتی و حاکمیت** #**

****نسخه: ۱,۰****

****تاریخ: ۲۷/۰۵/۱۴۰۳****

****فهرست مطالب** ##**

- **۱. چشم‌انداز مدل عملیاتی: چابک، جامعه‌محور، داده‌بنیان****
- **۲. ساختار سازمانی و نقش‌ها (حال و آینده)****
- **۳. (Core Ops) فرآیندهای کلیدی عملیاتی****
- **۴. مدل حاکمیت: تصمیم‌گیری، شفافیت و مسئولیت****
- **۵. سیاست‌های کلیدی منابع انسانی و فرهنگ سازمانی****
- **۶. (Compliance) مدیریت ریسک عملیاتی و انطباق****
- **۷. (OKRs & KPIs) معیارهای عملکرد عملیاتی****
- **۸. برای فرآیندهای کلیدی RACI پیوست: ماتریس****

**** چشم‌انداز مدل عملیاتی: چابک، جامعه‌محور، داده‌بنیان ۱. ** ##**

بر سه ستون استوار است ShahnamehMap مدل عملیاتی

اداره ****Lean Startup**** با فلسفه **** (Agility): چابکی **** ۱. می‌شویم. توسعه محصول بر اساس چرخه‌های کوتاه «ساخت-سنجش-یادگیری» انجام می‌شود. ساختار تیم‌ها، سبک و چابک (نظیر تیم‌های محصول-مشتری) است.

کاربران تنها **** (Community-Driven): جامعه‌محوری **** ۲. **** (Active Stakeholders)** مصرف‌کننده نیستند؛ آنها **** ذینفعان فعال** هستند. فرآیندهای ما طوری **** (Co-creators)** و در مواردی **** همکاران** طراحی شده‌اند که بازخورد جامعه را مستقیماً به توسعه محصول تزریق کنند.

کلیه تصمیمات استراتژیک و **** (Data-Informed): داده‌بنیانی **** ۳. تاکتیکی (از طراحی ماجرا تا کانال بازاریابی) بر اساس داده‌های کمی و کیفی پیروی نمی‌کنیم، **** (HiPPOs)** "کاربران اتخاذ می‌شود. ما از **** "حدس‌ها** بلکه از **** "فرضیه‌های آزمایش‌پذیر" **** تبعیت می‌کنیم.

نتیجه: ** یک سازمان کارآمد، سریع در پاسخ به تغییرات بازار، با **
هزینه‌های عملیاتی کنترل‌شده و وفاداری بالا در جامعه کاربری

** ساختار سازمانی و نقش‌ها ۲. ** ##

** (Flat) فاز استارت‌آپ (۱۸ ماه اول) – ساختار مسطح ۲,۱ ** ###
تمرکز بر حداقل سلسله مراتب و حداکثر همکاری مستقیم

^^^

[هیأت مؤسسان/سرمایه‌گذاران]

|

[مدیریت اجرایی و استراتژی: CEO]

|

|

|

|

مشاور [Advisor:] [محتوا و روایت :CCO] [فنی و محصول :CTO]

[حقوقی/مالی پاره وقت

| |

توسعه دهنده فول استک] [طراح/گیم دیزاینر پاره وقت]

|

[کارآموز فنی (از ماه ۶)]

...

****توضیح نقش ها****

مدیر اجرایی):** مسئول نهایی اجرای استراتژی، روابط با (CEO ** *

.سرمایه گذاران، مدیریت مالی، برندسازی کلان و هماهنگی کلی تیم

مدیر فنی):** مسئول معماری فنی، توسعه محصول، امنیت، (CTO ** *

(Product Manager) زیرساخت و مدیریت تیم توسعه. همچنین نقش **محصول مدیر

را نیز ایفا می کند ** (Manager)

مدیر ارشد محتوا):** مسئول همه جنبه های محتوایی: (CCO ** *

بومی سازی قواعد، طراحی ماجراها، داستان سرایی، مدیریت ارتباط با خالقان

.و روابط عمومی فرهنگی (Creator Community) محتوای کاربر

.توسعه‌دهنده فول‌استک: ** عضو کلیدی تیم فنی برای پیاده‌سازی ** *

Agile) فاز مقیاس (پس از ۱۸ ماه) – ساختار ماتریسی-چابک ۲,۲ ** ###
Matrix) **

با رشد کاربران و درآمد، تیم‌های تخصصی شکل می‌گیرند، اما همچنان بر
محصول متمرکز می‌مانند.

تیم‌های چندتخصصی **: (Product Squads) تیم‌های محصول ** *
کوچک که هر کدام روی یک بخش محصول (مثلاً "تجربه کاربری نقشه"،
"موتور بازی"، "بازارگاه") کار می‌کنند. هر تیم دارای یک ** رهبر محصول
،، توسعه‌دهنده، طراح و تحلیلگر داده است ** (Product Lead)

مارکتینگ، **: (Enabler Units) واحدهای تخصصی پشتیبانی ** *
، پشتیبانی مشتری، منابع انسانی و مالی که به تیم‌های محصول B2B فروش
.سرویس می‌دهند.

** (Core Ops) فرآیندهای کلیدی عملیاتی. ** ##

۳,۱ چابک (Agile Product Development)

(Sprint). چرخه: ** دو هفته‌ای ** *

** مراحل: ** *

1. شناسایی مشکل/فرصت از طریق (Discovery): ** اکتشاف **
داده‌های کاربران، نظرسنجی و بحث در جامعه. تدوین فرضیه (مثال: "اگر امکان خرید ایت‌های بصری را اضافه کنیم، میانگین خرید ۲۰٪ افزایش می‌یابد")
 2. طراحی کوچکترین ویژگی قابل آزمایش (Definition): ** تعریف **
برای آزمون فرضیه (MVP Feature)
 3. پیاده‌سازی در یک اسپرینت (Development): ** توسعه **
 4. انتشار ویژگی (Measure & Learn): ** اندازه‌گیری و یادگیری **
و تحلیل معیارها. تصمیم به (A/B Test) برای زیرمجموعه‌ای از کاربران.
ادامه، تکمیل یا حذف ویژگی
- خروجی: ** به روزرسانی‌های مکرر و کوچک محصول که مستقیماً از ** *
نیازهای کاربران نشأت می‌گیرد

****فرآیند تولید و کنترل کیفیت محتوا ۳,۲**###**

****برای محتوای رسمی (ماجرای اصلی) ** ***

و CCO گام ۱: طرح داستان و طراحی گیم‌پلی توسط ** *

گیم‌دیزاینر.

گام ۲: بازبینی سازگاری اسطوره‌شناسی توسط یک ** شورای *

مشورتی ** متشکل از ۲-۳ استاد ادبیات/فرهنگ (به صورت افتخاری یا
حق‌المشوره).

گام ۳: پیاده‌سازی فنی و تست تعادل بازی توسط تیم فنی و ** *

از کاربران داوطلب (Playtest) گروه تمرین

****گام ۴: انتشار و جمع‌آوری بازخورد ** ***

**** (UGC): برای محتوای کاربر ساخته ** ***

سیاست اعتبارسنجی دو مرحله‌ای: ** (۱) بررسی خودکار ** *

برای محتوای نامناسب توسط الگوریتم. (۲) بررسی انجمنی

کاربران با امتیاز بالا می‌توانند محتوا ** (Community Moderation):
را گزارش یا تأیید کنند

سیستم رتبه‌بندی و بررسی: ** کاربران می‌توانند به محتوا امتیاز و ** *

نظر بدهند. محتوای با امتیاز پایین در نتایج پایین‌تر می‌آید

*** **۳,۳ (Community Ops) فرآیند پشتیبانی و تعامل با جامعه

** سطوح پشتیبانی *

* ** (Knowledge Base) سطح ۱: خودکار + انجمن: پایگاه دانش **
برای حل مشکلات متداول (Forum) و انجمن کاربران

* ** سطح ۲: پشتیبانی ایمیلی/تیکت: برای مشکلات فنی و حساب
کاربری (پاسخ در حداکثر ۱۲ ساعت)

* ** سطح ۳: پشتیبانی اختصاصی (برای کاربران پولی): چت زنده در
ساعات اداری

** تعامل با جامعه *

* ** برگزاری هفتگی "جلسه با بنیان گذاران" در دیسکورد به صورت
پرسش و پاسخ زنده

* ** (Community Ambassadors): برنامه "سفیران جامعه"
انتخاب کاربران فعال و وفادار برای کمک به مدیریت انجمن و دریافت بازخورد
عمیق تر. پاداش: اعتبار رایگان و دسترسی زودهنگام به ویژگی های جدید

*** **۳,۴ فرآیند مدیریت بحران عملیاتی

* ** بیش از ۱ Downtime تعریف بحران: از دست رفتن داده ها، هک،
ساعت، رسوایی فرهنگی/عمومی

**** پاسخ فوری ** ***

در CEO, CTO, CCO تشکیل تیم واکنش سریع ** متشکل از ۱۰ کمتر از ۳۰ دقیقه

ارتباط شفاف: ** اطلاع رسانی فوری به کاربران از طریق تمام ** ۲. کانال‌ها (اعلامیه در سایت، ایمیل، شبکه‌های اجتماعی) درباره ماهیت مشکل و اقدامات در حال انجام

اولویت بندی: ** اولویت اول بازیابی سرویس و امنیت، اولویت دوم ** ۳. شفافیت و حفظ اعتماد

مستندسازی ریشه‌یابی، ** (Post-Mortem): بررسی پس از بحران ** *

درس‌های آموخته شده و اقدامات اصلاحی برای جلوگیری از تکرار

**** مدل حاکمیت: تصمیم‌گیری، شفافیت و مسئولیت ۴. ** ##**

**** سطوح تصمیم‌گیری ۴,۱ ** ###**

نوع تصمیم | ***مرجع تصمیم‌گیری*** | ***فرآیند*** | ***مثال*** |

--- | --- | --- | --- |

استراتژیک کلان*** | هیأت مؤسسان + سرمایه‌گذاران اصلی | جلسه*** |
و رأی‌گیری. | تغییر مدل درآمدی اصلی، گسترش CEO فصلی با ارائه تحلیل
| به بازار جدید (مثلاً ترکیه)، جذب سرمایه سری بعدی

(CEO, CTO, CCO) استراتژیک-عملیاتی*** | تیم بنیان‌گذاران*** |
جلسه ماهانه استراتژی. تصمیم بر اساس اجماع. | تعیین اولویت‌های محصول
| . برای فصل آینده، تنظیم بودجه‌بندی عملیاتی سه‌ماهه

تاکتیکی/عملیاتی*** | هر بنیان‌گذار در حوزه خود | تصمیم‌گیری*** |
مستمر بر اساس داده و چارچوب‌های تعیین‌شده در جلسات استراتژی. |
، انتخاب موضوع یک ماجرای (CTO) انتخاب یک کتابخانه نرم‌افزاری خاص
| . (CEO)، تخصیص بودجه یک کمپین تبلیغاتی (CCO) جدید

فوری/بحرانی*** | تیم واکنش سریع | تصمیم سریع با مشورت فوری از*** |
| . طریق کانال‌های ارتباطی سریع. | واکنش به یک باگ امنیتی بحرانی

*** (Transparency): شفافیت ۴,۲*** ###

، صورت‌های مالی (KPIs) داخلی: ** کلیه معیارهای کلیدی عملکرد ** *

ماهانه، و گزارش پیشرفت میل استون‌ها به صورت شفاف در اختیار ** تمام

اعضای تیم ** قرار می‌گیرد

خارجی (به جامعه): ** انتشار ** گزارش‌های فصلی پیشرفت ** *

شامل: تعداد کاربران جدید، (Public Quarterly Update) ** عمومی

ویژگی‌های اضافه شده، چالش‌ها و اولویت‌های آینده. این کار اعتماد و حس

مالکیت کاربران را افزایش می‌دهد

Accountability): ** مسئولیت‌پذیری ۳، ۴ ** ###

مشخص دارد که مسئول ** (Owner) یک ** مالک KPI هر میل استون و

تحقق آن است. پیشرفت در جلسات هفتگی بررسی می‌شود

** سیاست‌های کلیدی منابع انسانی و فرهنگ سازمانی ۵. ** ##

** فرهنگ سازمانی مورد نظر ** ###

- * ** مالکیت (Ownership):** هر فرد مسئولیت کیفیت کار خود و تأثیرش بر کاربر نهایی را می‌پذیرد.
- * ** کنجکاوی داده‌بنیان (Data Curiosity):** پرسش "چه داده‌ای داریم که این را ثابت کند؟" تشویق می‌شود.
- * ** شهامت و تواضع (Courage & Humility):** شهامت برای آزمایش ایده‌های جدید و تواضع برای پذیرش شکست و یادگیری از آن.
- * ** خدمت به جامعه (Community Servant):** همه ما در نهایت در خدمت جامعه کاربران هستیم.

*** سیاست‌های کلیدی ***

- * ** (Culture Fit) جذب و استخدام:*** تمرکز بر ***تناسب فرهنگی*** و ***اشتیاق به حوزه محتوایی*** به اندازه مهارت‌های فنی.
- * ** (Impact) پاداش و تشویق:*** سیستم پاداش بر اساس ***تأثیر*** بر معیارهای کلیدی کسب‌وکار (مانند رضایت کاربر، رشد درآمد) و نه صرفاً ساعات کار.
- * ** یادگیری و توسعه:*** بودجه سالانه برای آموزش هر کارمند (شرکت در کنفرانس، دوره آنلاین). تشویق به اشتراک‌گذاری دانش داخلی.

** (Compliance) مدیریت ریسک عملیاتی و انطباق ۶. **

| ** (Owner) ریسک عملیاتی ** | ** اقدامات کاهش ** | ** ناظر ** |

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

| بک آپ خودکار روزانه. ۲. ۱. | ** (Data Loss) از دست رفتن داده ها ** |
نگهداری بک آپ در دو مکان جغرافیایی متفاوت. ۳. تست ماهانه بازیابی
(Restore Test). | CTO |

| بازبینی امنیتی کد. ۱. | ** (Security Breach) نقص امنیتی ** |
اسکن منظم آسیب پذیری. ۳. استفاده از احراز هویت. ۲. (Code Review).
| CTO | دو مرحله ای برای تیم. ۴. آموزش آگاهی امنیتی به کارکنان

| طراحی. ۱. | ** (Vendor Lock-in) وابستگی به تأمین کننده کلیدی ** |
تا حد امکان. ۲. استفاده از (Multi-Cloud Ready) معماری چند-ابری
| CTO | (Open Standards). استانداردهای باز

| سیاست. ۱. | ** (Content Violation) تخلف محتوایی کاربران ** |
محتوای شفاف و اخطار سه مرحله ای. ۲. ابزارهای گزارش گیری برای کاربران.
| CCO | ۳. ارتباط با مراجع قانونی در صورت لزوم

عدم انطباق با مقررات فرهنگی** | ۱. مشاوره مستمر با شورای ** |
مشورتی فرهنگی. ۲. شفافیت درباره اهداف آموزشی-سرگرمی. ۳. دیالوگ
| CEO | .سازنده با نهادهای ذی ربط در صورت نیاز

** (OKRs & KPIs) معیارهای عملکرد عملیاتی ۷. ** ##

** :سال اول (OKRs) اهداف و نتایج کلیدی ** ###

- * ایرانی RPG تبدیل شدن به پلتفرم محبوب **: (Objective) هدف ** *
- * رسیدن به ۱۰,۰۰۰ کاربر فعال ماهانه **: (KR1) نتیجه کلیدی ۱ ** *
- (MAU).
- * رسیدن به نرخ نگهداشت ماه چهارم **: (KR2) نتیجه کلیدی ۲ ** *
- (Month 4 Retention) ۳۰٪ بالای.
- * کسب میانگین امتیاز ۴,۵ از ۵ در **: (KR3) نتیجه کلیدی ۳ ** *
- (NPS > 50) نظرسنجی رضایت کاربران.

** :عملیاتی دائمی (KPIs) شاخص‌های کلیدی عملکرد ** ###

**** (Customer): مشتری ** ***

* (CAC) هزینه جذب مشتری *

* (LTV) ارزش دوره‌ای مشتری *

* رایگان به پولی (Conversion Rate) نرخ تبدیل *

* (Churn Rate) نرخ ریزش مشتریان پولی *

**** (Product): محصول ** ***

* session میانگین زمان صرف شده در پلتفرم در هر *

* تعداد مآجرهای کاربر ساخته فعال *

* (Bug Report Rate) نرخ خطا/باگ گزارش شده *

* (%هدف < 99.5 Server Uptime) زمان پاسخگویی سرور *

**** (Operations): عملیات ** ***

* (Mean Time to Response - MTTR) میانگین زمان پاسخ به تیکت پشتیبانی

* (OpEx per User) هزینه عملیاتی به ازای هر کاربر *

* رضایت شغلی تیم (توسط نظرسنجی فصلی) *

**** برای فرآیندهای کلیدی RACI پیوست: ماتریس ۸. ** ##**

**** مسئولیت‌ها در فرآیندها را مشخص می‌کند RACI ماتریس ****

*** **R (Responsible):** انجام‌دهنده کار**

*** **A (Accountable):** پاسخ‌گو و نهایی‌کننده (تصمیم‌گیر نهایی)**

*** **C (Consulted):** مشاور (ورودی می‌دهد)**

*** **I (Informed):** مطلع می‌شود**

****فرآیند / فعالیت** | **CEO** | **CTO** | **CCO****

****توسعه‌دهنده** | **جامعه کاربران** |**

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

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

****تعیین اولویت‌های محصول** | A | R | R | I**

| C |

****انتشار به روزرسانی نرم‌افزار** | I | A | I | R**

| I |

** طراحی و تأیید یک ماجرای جدید **		I		C		A	
		R				C	
** مدیریت بحران امنیتی **		A		R		C	
						I	
** تجزیه و تحلیل داده‌های کاربری **		C		R		C	
		I				I	
** برقراری ارتباط با جامعه **		C		I		A/R	
						I	

خاتمه: ** این مدل عملیاتی، چارچوبی است که به ما امکان می‌دهد با **
کارایی بالا و ریسک کنترل‌شده رشد کنیم، در حالی که وفاداری جامعه
. کاربری خود را که بزرگ‌ترین دارایی ماست، حفظ و تقویت نماییم