

— سند ۳: نقشه راه محصول و شرکت (۱۲-۲۴ ماه) # **

ShahnamehMap**

** نسخه: ۱,۰ **

** تاریخ: ۱۴۰۳ / ۰۶ / ۱۰ **

** مقدمه و فلسفه نقشه راه ** ##

این نقشه راه مبتنی بر ** استراتژی گام به گام و اثرگذاری حداکثری است. اولویت‌بندی بر اساس ** سه فاکتور (Maximum Impact):** کلیدیِ انجام شده:

۱. ** (Acquisition/Retention Impact):** کدام ویژگی سریع‌تر کاربر جذب می‌کند یا کاربر فعلی را نگه می‌دارد؟
۲. ** (Community Enablement):** کدام ویژگی به کاربران قدرت خلق و مشارکت بیشتر می‌دهد و شبکه اثر ایجاد می‌کند؟ (Network Effects)

۳. ** (Complexity & Dependencies):** با منابع محدود، اولویت با ویژگی‌هایی است که پیچیدگی فنی کمتر و وابستگی به زیرساخت‌های پیچیده ندارند.

ما عمداً از توسعه این **Scope Discipline**:
** انصباط در محدوده **صرف نظر می کنیم**** تا پراکنده نشویم:
* ساخت موتور گرافیکی سه بعدی یا رندر پیچیده.
* در این فاز **(PlayStation, Xbox)** پشتیبانی از پلتفرم های کنسولی.
* ساخت داستان های خطی سینمایی با فیلم نامه سنگین.
* توسعه همزمان برای بازارهای زبانی متعدد در ۱۸ ماه اول.

به پلتفرم MVP نقشه راه کلی: از
فاز ۱ (Core Gameplay): ثبیت هسته **
* هدف: ارائه یک تجربه بازی نقش آفرینی کامل و بی نقص،
* حتی اگر در ابتدا ساده باشد.
* "شعار: "بازی کن، جذب شو، برگرد"
فاز ۲ (Community & Creation): گسترش جامعه **

* هدف: تبدیل کاربران از مصرف کننده به خالق **

"شعار: "خلق کن، به اشتراک بگذار، رشد ده" *

* فاز ۳ (ماه ۱۳-۲۴): مقیاس و تخصصی‌سازی (Scale & Specialize) **

* هدف: گسترش به بازارهای جدید و عمق بخشیدن به تجربه برای بخش‌های مختلف بازار

"شعار: "بین‌المللی شو، تخصصی شو، سودآور شو" *

جزئیات نقشه راه فازبندی شده ## **

فاز ۱: تثبیت هسته (ماه ۶-۱) ***

که شامل (Rostam's Gate) هدف نهایی: ارائه نسخه ۱.۰ **
باشد (Full Gameplay Loop) یک حلقه کامل بازی.

| ***نام نسخه / قابلیت*** | ***خروجی ملموس و قابل ***
* ***اندازه‌گیری*** | ***منابع مورد نیاز*** | ***دلیل اولویت*** | ***وابستگی

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

| نسخه ۵,۰ (نقشه زنده)*** | ۱. پایگاه داده گراف با ۱۰۰ ** | ** ۱-۲**
نقشه تعاملی با ۵۰ نقطه .

| ۳۰۰ رابطه قابل جستجو
| . سیستم ثبت‌نام/ورود ایمن .
| ۲. کلیدی قابل کلیک و نمایش اطلاعات
| ۳. توسعه‌دهنده (۵۰٪ CTO)
| ۴. جذب (CCO، ۱۰۰٪) برای داده
| ۵. SEO ارگانیک: نقشه به عنوان یک ابزار مستقل آموزشی، ترافیک
| ۶. هیچ می‌کند و ارزش فوری ارائه می‌دهد.

| نسخه ۷,۰ (سازنده قهرمان)*** | ۱. ابزار ساخت کاراکتر با ** | ** ۳-۴**
| ۲. ۴. نژاد (پهلوان، دیو، پری، ایرانی) و ۳ کلاس (جنگاور، تیرانداز، دانا)
| ۳. دیجیتال با قابلیت محاسبه (Character Sheet) صفحه مشخصات کاراکتر
| ۴. خودکار (۷۰٪ CTO) سیستم تاسریزی مجازی درون مرورگر .
| ۵. خودکار (۱۰۰٪ CCO) توسعه‌دهنده ۵۰٪ برای طراحی نژاد/کلاس)

| ۶. درگیرسازی شخصی: کاربر با ساختن "آواتار اسکرپت" خود، وابستگی
| ۷. عاطفی به محصول پیدا می‌کند. | پایگاه داده گراف (برای انتخاب‌های نژادی)

| نسخه ۱,۰ (رستم‌گیت)*** | ۱. یک کمپین آموزشی ** | ** ۵-۶**
| ۲. کامل (۴-۶ ساعته)*** با داستان خطی و ۵ ماجراجویی کوچک

آنلاین** برای ۴-۲ بازیکن + یک (Turn-Based) سیستم بازی نوبتی** با ** GM Dashboard) پنل مدیریت گیم‌مستر
۳. گیم‌مستر لابی برای تشکیل گروه .
کنترل موجودیت‌ها و پنهان کردن اطلاعات
پایه*: راهاندازی* مدل درآمدی .
و دعوت دوستان
، (۱۰۰٪) CTO | کمپین اول رایگان، اشتراک برای کمپین‌های بعدی
٪ ۸۰ برای طراحی کمپین و تست تعادل) + (۱۰۰٪) توسعه‌دهنده
یک گیم‌دیزاینر قراردادی | اثر مرکب: ترکیب نقشه + کاراکتر + داستان
+ بازی گروهی، ارزش پیشنهادی کامل را ارائه می‌دهد. کاربر می‌تواند *کامل
| بازی کند*. این نقطه عطف اصلی است. | تمام قابلیت‌های نسخه‌های قبل

* خروجی کلیدی پایان فاز ۱: ۱،۰۰۰*** ۱ کاربر فعال* که حداقل یک جلسه بازی کامل را تجربه کرده‌اند. ۱۰۰ کاربر پرداخت‌کننده* اولیه (از ۴,۲ طریق پیش‌خرید اشتراک یا حمایت). *میانگین امتیاز کاربری < ۴,۲

** فاز ۲: گسترش جامعه (ماه ۷-۱۲) ***

هدف نهایی: راهاندازی* نسخه ۲,۰ (آتشکده خلق)* با تمرکز بر **
ابزارهای کاربر-سازنده.

*اندازه‌گیری | *منابع مورد نیاز | *دلیل اولویت | *وابستگی | *نام نسخه / قابلیت | **خروجی ملموس و قابل *

A horizontal dashed line with six vertical tick marks. Each tick mark has a short dashed line segment below it.

پایه: کاربران می‌توانند کاراکترهای ساخته شده خود را (Marketplace) نسخه ۱ (گنجینه‌ی نخست)*** | ۱. ***مارکت‌پلیس *** | ***۷-۸**

سیستم **. خروجی بگیرند و آپلود کنند JSON به عنوان فایل

انتشار**دو کمپین رسمی جدید**.
۳. امتیاز و نظر برای محتوا
پنل گیتمستر بر اساس بازخورد. UX بهبود. هر کدام ۱۰-۸ ساعت)

(Creator Economy): آزمایش اقتصاد خالق (برای تولید کمپین) |

محله بای، طاحن، اینا، های، سخنده ت، حیات، است. | سیستم کا، اکت،

کمیت: از نسخه ۱.۰

۱ | کمپین از نسخه ۰,۰

۹-۱۰ | **۱ | **۲-آلفا (ایزارساز) نسخه .**Campaign

برای Builder (Drag & Drop) مبتدی: *** ابزار کشیدن و رها کردن

۲. **NPC** ساختن نقشه‌های ساده، قرار دادن.
ها و نوشتن دیالوگ

*کتابخانه دارایی‌های اولیه** (токن‌های شخصیت، پس‌زمینه‌ها، **

سیستم درون برنامه‌ای برای گزارش باگ / سوءاستفاده از .
۳. آیکن‌ها)
، (۱۰۰٪)، توسعه‌دهنده UX/UI ابزار. | استخدام یک طراح
۵۰٪ برای طراحی دارایی‌های اولیه) | توانمندسازی (CCO، (۵۰٪)
را تغییر (Growth Multiplier) جامعه: این قابلیت، ضریب رشد پلتفرم
می‌دهد. حجم محتوای پلتفرم می‌تواند به طور تصاعدی توسط کاربران رشد
کند. | مارکت‌پلیس و سیستم کمپین

| **۱۱-۱۲** | **۱** | **۲،۰** نسخه (آتشکده خلق)***.
پیشرفت: افزودن منطق شرطی (اگر-پس)، مدیریت موجودی و Campaign
Builder اقتصاد بازارگاه **. ایتم برای بازیکنان، تعریف معماهای ساده
واقعی: کاربران می‌توانند کمپین‌های ساخته شده را *به فروش
بگذارند*. سیستم پرداخت و کمیسیون ۳۰٪ فعال می‌شود.
و "تازه‌ها" در بازارگاه (Featured) "سیستم" برجسته‌سازی **.
آزمایشی: برای ۱۰ مدرسه منتخب. | (B2B) راهاندازی نسخه سازمانی **
تیم کامل + مشاور حقوقی برای تنظیم قراردادهای فروش محتوا | جادوی
درآمدزایی: ترکیب ابزار ساخت + بازارگاه پرداختی، یک مدل درآمدی
پایدار و مقیاس‌پذیر ایجاد می‌کند. انگیزه مالی، خلق محتوای باکیفیت را
| آلفا، سیستم پرداخت یکپارچه Campaign Builder | تشویق می‌کند

خروجی کلیدی پایان فاز آ *** ۵۰۰ کمپین کاربرساخته در بازارگاه. ۱۰۰ خالق فعال که حداقل یک محتوا منتشر کرده‌اند. ۱۰٪ از درآمد کل از کمیسیون بازارگاه. ۵ مدرسه همکار با قرارداد فعال

فاز ۳: مقیاس و تخصصی‌سازی (ماه ۲۴-۱۳) ***

هدف نهایی: نسخه ۳۰ (جهان بی‌مرز) که هم عمق دارد و هم مقیاس.

| ***نام نسخه / قابلیت *** | ***خروجی ملموس و قابل | ***
* ***اندازه‌گیری*** | ***منابع مورد نیاز*** | ***دلیل اولویت*** | ***وابستگی

|

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

| *** ۱۳-۱۵** | ***بومی‌سازی کامل * ۱. *** به انگلیسی: ترجمه تمام رابط کاربری، متون قواعد و (Localization)
ادغام با ۲. ***
۳. *** راهاندازی دامنه و سرور بین‌المللی **
۴. ابزارها برای PayPal, Stripe مثل) *** سرویس‌های پرداخت بین‌المللی
کمپین تبلیغاتی هدفمند در پلتفرم‌هایی مانند (Reddit).
۴. (دیاسپورا

توسعه‌دهنده (۵۰٪ برای یکپارچگی)، استخدام | Twitter و (r/rpg) مترجم متخصص گیم‌ادبیات، مدیر مارکتینگ | دو برابر کردن بازار قابل دستیابی به دیاسپورا و علاقه‌مندان جهانی اساطیر، (SAM): دسترس سقف رشد ما را به شدت افزایش می‌دهد. | پلتفرم پایدار نسخه ۲,۰ | نسخه ۳,۰-آلفا (تخصص‌ها) | سیستم ** | **۱۶-۱۸ | ۱. سیستم ** | **۱۶-۱۸ برای هر کلاس: مثلاً جنگاور می‌تواند "سوارکار" (Subclass) "تخصص ابزار ساخت موجود/ایتم پیشرفته: کاربران *
 ۲. یا "پیشمرگ" شود می‌تواند موجودات و ایتم‌های جدید با آمار و قابلیت‌های خاص برای Companion App): اپ موبایل مشاهده‌گر *
 ۳. بسازند مشاهده کاراکترها، خواندن داستان کمپین و دریافت نوتیفیکیشن. | CTO، توسعه‌دهنده (۱۰۰٪)، استخدام یک گیم‌دیزاینر تمام وقت ۳۰٪ برای معماری اپ موبایل) | عمق بخشیدن به گیم‌پلی: برای) ، نیاز به عمق (Longevity) حفظ کاربران حرفه‌ای و افزایش طول عمر بازی استراتژیک و انتخاب‌های شخصی‌سازی بیشتر است. | سیستم کاراکتر و قواعد | پایه

نسخه ۳,۰ (جهان بی‌مرز) | سیستم ** | **۱۹-۲۱ | ۱. سیستم ** | **۱۹-۲۱ گیم‌مسترها می‌توانند "جهان‌های به هم پیوسته" (Linked Worlds): بخشی از کمپین خود را به یک مکان خاص در نقشه اصلی گره بزنند و آن را ابزارهای تحلیل برای خالقان: نمودارهای *
 ۲. عمومی کنند

راهاندازی ** ۳. دیدهشدن، دانلود و درآمد محتوای خود را ببینند
CO با پنل مدیریت مدرسه.*** | کل تیم توسعه، B2B رسمی نسخه
(Network رهبری تولید محتوای آموزشی) | *** ایجاد شبکه اثر (Network Effect):**
پیوند کمپین‌های کاربری به نقشه اصلی، یک جهان زنده و به * هم پیوسته ایجاد می‌کند که ارزش کل پلتفرم را به طور نمایی افزایش
| نقشه اصلی Campaign Builder | . می‌دهد
| *** ۲۴-۲۲ نسخه ۳،۵ (ادغام و بهینه‌سازی) | *** ۱ API
برای توسعه‌دهندگان:*** دسترسی محدود به (Public API) عمومی
بهینه‌سازی شدید عملکرد ** ۲. داده‌های شاهنامه و برخی سرویس‌ها
و مقیاس‌پذیری برای پشتیبانی از ۱۰۰،۰۰۰ (Performance)**
اکتساب/همکاری با یک استودیوی کوچک ساخت محتوای *. ۳. کاربر
CEO ۱۰۰٪ برای مقیاس)، توسعه‌دهنده ارشد،) | CTO | RPG داخلی
، API برای مذاکره همکاری) | *** پایه‌گذاری برای اکوسیستم:*** با ارائه
دیگران می‌توانند بر بستر ما ابزارهای جانبی بسازند (مثلًاً یک مولد کاراکتر
پیشرفته). این ما را از یک محصول به یک *** پلتفرم استاندارد*** تبدیل
| می‌کند. | مقیاس و ثبات فنی

خروجی کلیدی پایان فاز ۳:*** ۱۰،۰۰۰*** کاربر پرداخت‌کننده فعال ***
از ایران و دیاسپورا. *** ۵،۰۰۰ کمپین کاربرساخته*** با کیفیت. *** ۳۰٪ از

(Break-even) درآمد کل از بازارگاه. رسیدن به نقطه سر به سر **عملیاتی** **

نقشه راه شرکت: تیم، ساختار و اهداف کسبوکار ## **

این نقشه راه همگام با نقشه راه محصول پیش می‌رود.

| * * * اهداف شرکت * * * توسعه تیم * * * اهداف * * |
| * * مالی/سرمایه |
| :--- | :--- | :--- | :--- |
در مقیاس (PMF) ماه ۱-۶ (ثبت) * * * اثبات فرضیه محصل-بازار ** |
کوچک. | تیم بنیان‌گذاران + ۱ توسعه‌دهنده فول استک. استخدام یک
میلیون ۵۰۰ گیم‌دیزاینر پروژه‌ای. | جذب * * * پیش‌سرمایه
| .تومان. * * درآمد ماه ۶: * * ~ ۵ میلیون تومان
| ماه ۷-۱۲ (گسترش) * * * ایجاد اولین حلقه بازخورد مثبت جامعه ** |
، دیجیتال مارکتر. تبدیل UX/UI خالقان. | * * استخدام‌های کلیدی: * * طراح

گیم دیزاینر به تمام وقت. | *** درآمد ماه ۱۲: ~ ۲۵ میلیون تومان. شروع | (میلیارد تومان ~۳) Seed** مذاکرات برای سرمایه

| ماه ۱۳-۱۸ (بین المللی)*** کسب سهم بازار در میان دیاسپورا و * گیمرهای جهانی علاقه‌مند به اساطیر. | *** استخدام: *** مترجم/ مدیر جامعه بین الملل، توسعه‌دهنده بکاند ارشد. | *** درآمد ماه ۱۸: ~ ۶۰ میلیون

| برای گسترش Seed** تومان. *** جذب سرمایه

| ماه ۱۹-۲۴ (مقیاس)*** تبدیل شدن به پلتفرم پیشرو ادغام فرهنگ و *** استخدام: *** مدیر محصول MENA. | *** بازی در منطقه Manager، پشتیبان مشتری. | *** درآمد ماه ۲۴: B2B ، مدیر فروش (Product Manager)، ~ ۱۵۰ میلیون تومان. *** رسیدن به سودآوری عملیاتی. *** برنامه‌ریزی برای A. جذب سری

مواردی که فعلاً انجام ## *** انضباط در محدوده Scope Discipline): نمی‌دهیم

1. ** (Non-Web Platforms): ** پلتفرم‌های غیر وب

* ** موبایل اپلیکیشن کامل: * اولویت با وب است. یک اپ در فاز ۳ کافی است. دلیل: توسعه و " مشاهده گر نگهداری اپ موبایل کامل، منابع را دو برابر می کند.

* ** ارزش افزوده خاصی در مقابل دسکتاپ اپ (Desktop App): * ندارد (PWA) نسخه وب پیشرفته.

۲. * ** (Multiple Media Formats): * رسانه های چند گانه *

* ** پادکست/ انیمیشن تعاملی: * اگرچه جذاب است، اما در حوزه ساخته API تخصصی ما نیست و می تواند بعداً توسط همکاران یا از طریق شود.

۳. * ** (Graphics Engine Development): * توسعه موتور گرافیکی *

* ** تمرکز بر گیم پلی (Isometric): * رندر سه بعدی یا ایزو تریک * (Static) و داستان است، نه گرافیک. استفاده از توکن ها و تصاویر ثابت کافی است. دلیل: کاهش شدید پیچیدگی و زمان توسعه (Art).

۴. * ** (Parallel World-Building): * توسعه جهان های موازی *

افزودن متون دیگر (مانند اوستا) در ۲۴ ماه اول:*** تمرکز کامل بر ***
شاهنامه و تکمیل اکوسیستم حول آن است. گسترش پیش از موقع،
باعت کم عمق شدن محصول اصلی می شود.

۵. * Edge Features):** ویژگی های حاشیه ای برای اقلیت* * رقابتی:*** هسته ما PvP (Player vs Player) سیستم بازی * * می تواند جو جامعه را مسموم کند و PvP . و داستان است (Co-op) همکاری زیادی می طلبد (Balancing) منابع تعادل بندی

* نتیجه:*** این نقشه راه نشان می دهد که ما نه تنها می دانیم *** چه کاری می خواهیم انجام دهیم***، بلکه به وضوح می دانیم *** از چه کارهایی صرف نظر می کنیم*** و دلیل هر تصمیم بر اساس منابع محدود و استراتژی اثر حداکثری چیست. هر گام، بر روی گام قبلی بنا شده و خروجی آن به وضوح قابل اندازه گیری است.