

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 می‌کند

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 *

* ** کanal کشf: * 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 ثانویه B2B - (مدارس - بخش) **

* ** 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 ۲۰۰ 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 دوستانش 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 *

* (PDFپاورپوینت،) ** 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) ** -
JTBD) **

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"** | ***
معیارهای * | *** ShahnamehMap)*** | *** راه حل ایدهآل

| *** موفقیت از دید مشتری

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

به زبان • *** سرگرمی و تفریح اجتماعی با دوستان .۱.*
بازی های *
• اصلی:*** مانع زبانی، قواعد پیچیده، فقدان تم آشنا
تعامل اجتماعی سطحی، داستان ضعیف، *** MMOs (مثل) ویدیویی آنلاین
دوره های معمولی:*** تکراری و *
• عدم حس همکاری واقعی
غیر داستانی . | *** یک پلتفرم بازی نقش آفرینی آنلاین آماده*** با قواعد
ساده شده و داستان های آماده درباره قهرمانان ایرانی . | • آسان بودن شروع
لذت بخش بودن لحظات مبارزه *
• اولین جلسه بازی (Onboarding).
خندیدن و هیجان با دوستان در طول جلسه *
• و تصمیم گیری گروهی

|

| *** کشف و ارتباط با هویت و اسطوره ایرانی* | • *** خواندن کتاب .۲.*
تماشای *
• شاهنامه:*** برای نسل دیجیتال سخت و غیر تعاملی
•
• مستند یا اینیمیشن:*** منفعلانه، 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*** مکان ها و
شخصیت ها دعوت می کند 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 (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 ماجرای 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 حواس پرت 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 *

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 **

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

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

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

** ۳. Sales Playbook - B2B:**
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.