

— سند ۲,۳: نقشه راه محصول و شرکت (۱۲-۲۴ ماه) \*\* #

ShahnamehMap\*\*

\*\*نسخه: ۱,۰\*\*

\*\*تاریخ: ۱۴۰۳/۰۶/۰۱\*\*

\*\*مقدمه و فلسفه نقشه راه\*\* ##

این نقشه راه مبتنی بر \*\*استراتژی گام به گام و اثرگذاری حداکثری است. اولویت بندی بر اساس \*\*سه فاکتور (Maximum Impact) \*\*:

کلیدی \*\*انجام شده

۱. \*\* (Acquisition/Retention Impact): اثر بر جذب/حفظ کاربر \*\*

کدام ویژگی سریع تر کاربر جذب می کند یا کاربر فعلی را نگه می دارد؟

۲. \*\* (Community Enablement): توانمندسازی جامعه \*\*

ویژگی به کاربران قدرت خلق و مشارکت بیشتر می دهد و شبکه اثر

ایجاد می کند؟ (Network Effects)

۳. \*\* (Complexity & Dependencies): پیچیدگی و وابستگی \*\*

منابع محدود، اولویت با ویژگی هایی است که پیچیدگی فنی کمتر و وابستگی

به زیرساخت های پیچیده ندارند.

ما عمداً از توسعه این \*\* (Scope Discipline): انضباط در محدوده \*\*

:موارد \*\* 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 \*\* ##

\*\* (Core Gameplay) فاز ۱ (ماه ۶-۱): تثبیت هسته \*\* \*

هدف: \*\* ارائه یک تجربه بازی نقش آفرینی \*\* کامل و بی نقص \*\*, \*\* \*

حتی اگر در ابتدا ساده باشد

"شعار: \*\* "بازی کن، جذب شو، برگرد \*\* \*

(Community & Creation) فاز ۲ (ماه ۱۲-۷): گسترش جامعه \*\* \*

هدف: \*\*تبدیل کاربران از مصرف‌کننده به خالق\*\* \*

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

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

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

ماه\*\* | \*\*نام نسخه / قابلیت\*\* | \*\*خروجی ملموس و قابل\*\* \*\* |  
\*\*اندازه گیری\*\* | \*\*منابع مورد نیاز\*\* | \*\*دلیل اولویت\*\* | \*\*وابستگی

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

نسخه ۰,۵, (نقشه زنده)\*\* | ۱. پایگاه داده گراف با ۱۰۰\*\* | \*\*۱-۲\*\* |  
نقشه تعاملی با ۵۰ نقطه ۲.<br>موجودیت و ۳۰۰ رابطه قابل جستجو  
| سیستم ثبت نام/ورود ایمن ۳.<br>کلیدی قابل کلیک و نمایش اطلاعات  
۲۰٪ (برای داده) | \*\*جذب ( CCO, (۱۰۰٪, توسعه دهنده (۵۰٪) CTO  
جذب SEO ارگانیک:\*\* نقشه به عنوان یک ابزار مستقل آموزشی، ترافیک  
می کند و ارزش فوری ارائه می دهد. | هیچ

نسخه ۰,۷, (سازنده قهرمان)\*\* | ۱. ابزار ساخت کاراکتر با \*\* | \*\*۳-۴\*\* |  
۲.<br>۴. نژاد (پهلوان، دیو، پری، ایرانی) و ۳ کلاس (جنگاور، تیرانداز، دانا)  
دیجیتال با قابلیت محاسبه (Character Sheet) صفحه مشخصات کاراکتر  
, (۷۰٪) CTO | سیستم تاس ریزی مجازی درون مرورگر ۳.<br>خودکار  
۵۰٪ (برای طراحی نژاد/کلاس) | ( CCO, (۱۰۰٪ توسعه دهنده  
\*\*درگیرسازی شخصی:\*\* کاربر با ساختن "آواتار اسطوره ای" خود، وابستگی  
| عاطفی به محصول پیدا می کند. | پایگاه داده گراف (برای انتخاب های نژادی)

نسخه ۱,۰, (رستم گیت)\*\* | ۱. یک کمپین آموزشی \*\* | \*\*۵-۶\*\* |  
۲.<br>کامل (۴-۶ ساعته)\*\* با داستان خطی و ۵ ماجراجویی کوچک

آنلاین\*\* برای ۲-۴ بازیکن + یک (Turn-Based) سیستم بازی نوبتی\*\*  
با \*\* (GM Dashboard) پنل مدیریت گیم‌مستر\*\* ۳. <br>لابی برای تشکیل گروه ۴. <br>کنترل موجودیت‌ها و پنهان کردن اطلاعات پایه\*\* Freemium راه‌اندازی\*\* مدل درآمدی ۵. <br>دعوت دوستان ، (۱۰۰٪) CTO | .کمپین اول رایگان، اشتراک برای کمپین‌های بعدی  
۸۰٪ برای طراحی کمپین و تست تعادل) + (CCO ، (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 کاربر فعال\*\* که حداقل یک \*\*  
جلسه بازی کامل را تجربه کرده‌اند. \*\* ۱۰۰ کاربر پرداخت‌کننده\*\* اولیه (از  
\*\*. 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

ماه\*\* | \*\*نام نسخه / قابلیت\*\* | \*\*خروجی ملموس و قابل\*\* \*\* |  
\*\*اندازه گیری\*\* | \*\*منابع مورد نیاز\*\* | \*\*دلیل اولویت\*\* | \*\*وابستگی

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

نسخه ۱,۵ (گنجینه ی نخست)\*\* | ۱. \*\*مارکت پلیس\*\* | \*\*۷-۸\*\* |  
پایه:\*\* کاربران می توانند کاراکترهای ساخته شده خود را (Marketplace)  
سیستم \*\* ۲.<br>خروجی بگیرند و آپلود کنند JSON به عنوان فایل  
انتشار \*\* دو کمپین رسمی جدید\*\* ۳.<br>امتیاز و نظر برای محتوا  
پنل گیم مستر بر اساس بازخورد. UX بهبود ۴.<br>(هر کدام ۸-۱۰ ساعت)  
٪ ( ۱۰۰ CCO، (برای معماری بازارگاه ٪ ۳۰ CTO، (٪ ۱۰۰ | توسعه دهنده  
\*\*:(Creator Economy) برای تولید کمپین) | \*\*آزمایش اقتصاد خالق  
می سنجیم آیا کاربران تمایل به اشتراک محتوای خود دارند. داده های این  
مرحله برای طراحی ابزارهای پیچیده تر حیاتی است. | سیستم کاراکتر و  
| کمپین از نسخه ۱,۰

Campaign\*\* نسخه ۲,۰-آلفا (ابزار ساز)\*\* | \*\*۱\*\* | \*\*۹-۱۰\*\* |  
برای (Drag & Drop) مبتدی:\*\* ابزار کشیدن و رها کردن Builder  
۲.<br>ها و نوشتن دیالوگ NPC ساختن نقشه های ساده، قرار دادن  
کتابخانه دارایی های اولیه\*\* (توکن های شخصیت، پس زمینه ها، \*\*

سیستم درون برنامه‌ای برای گزارش باگ/سوءاستفاده از ۳. آیکن‌ها)  
CTO، (۱۰۰٪)، توسعه‌دهنده \*\*UI/UX 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. | مارکت پلیس و سیستم کمپین

Campaign \*\* نسخه ۲,۰ (آتشکده خلق) \*\* | \*\*۱ | \*\*۱۱-۱۲ |  
پیشرفته: \*\* افزودن منطق شرطی (اگر-پس)، مدیریت موجودی و Builder  
اقتصاد بازارگاه \*\* ۲.   
واقعی: \*\* کاربران می‌توانند کمپین‌های ساخته‌شده را \*\* به فروش  
۳.   
۴.   
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 ۲: ۵۰۰ کامپین 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 ۳,۰ (جهان بی‌مرز) که هم عمق دارد و هم مقیاس.

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

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

نسخه ۲,۵ (پرده جهانی) | ۱. بومی‌سازی کامل | ۱۳-۱۵ |  
به انگلیسی: ترجمه تمام رابط کاربری، متون قواعد و (Localization)  
ادغام با ۳. راه‌اندازی دامنه و سرور بین‌المللی ۲. ابزارها  
برای PayPal, Stripe (مثل) سرویس‌های پرداخت بین‌المللی  
Reddit کمپین تبلیغاتی هدفمند در پلتفرم‌هایی مانند ۴. (دیاسپورا

توسعه‌دهنده (۵۰٪ برای یکپارچگی)، \*\*استخدام | Twitter و (r/rpg) مترجم متخصص گیم/ادبیات\*\*، 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) \*\* | ۱. \*\*سیستم \*\* | \*\*۱۸-۱۶\*\* | برای هر کلاس: \*\* مثلاً جنگاور می‌تواند "سوارکار" (Subclass) "تخصص ابزار ساخت موجود/ایتم پیشرفته: \*\* کاربران \*\* ۲. <br>یا "پیشمرگ" شود می‌تواند موجودات و ایتم‌های جدید با آمار و قابلیت‌های خاص برای \*\*:(Companion App) اپ موبایل مشاهده‌گر \*\* ۳. <br>مشاهده کاراکترها، خواندن داستان کمپین و دریافت نوتیفیکیشن. | CTO، \*\* توسعه‌دهنده (۱۰۰٪)، \*\*استخدام یک گیم‌دیزاینر تمام‌وقت 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) \*\* | ۱. \*\*سیستم \*\* | \*\*۲۱-۱۹\*\* | گیم‌مسترها می‌توانند \*\*:(Linked Worlds) "جهان‌های به هم پیوسته بخشی از کمپین خود را به یک مکان خاص در نقشه اصلی گره بزنند و آن را ابزارهای تحلیل برای خالقان: \*\* نمودارهای \*\* ۲. <br>عمومی کنند

راه اندازی \*\* ۳. <br> دیده شدن، دانلود و درآمد محتوای خود را ببینند  
CCO با پنل مدیریت مدرسه. \*\* | کل تیم توسعه، B2B رسمی نسخه  
(Network) رهبری تولید محتوای آموزشی | \*\* ایجاد شبکه اثر  
پیوند کمپین های کاربری به نقشه اصلی، یک جهان زنده و به \*\* (Effect):  
هم پیوسته ایجاد می کند که ارزش کل پلتفرم را به طور نمایی افزایش  
| ، نقشه اصلی Campaign Builder | می دهد

API \*\* نسخه ۳,۵ (ادغام و بهینه سازی) \*\* | ۱ \*\* | ۲۲-۲۴ \*\* |  
برای توسعه دهندگان: \*\* دسترسی محدود به (Public API) عمومی  
بهینه سازی شدید عملکرد \*\* ۲. <br> داده های شاهنامه و برخی سرویس ها  
و مقیاس پذیری برای پشتیبانی از ۱۰۰,۰۰۰ \*\* (Performance)  
اکتساب/همکاری با یک استودیوی کوچک ساخت محتوای \*\* ۳. <br> CEO (۱۰۰٪ برای مقیاس)، توسعه دهنده ارشد، (CTO | \*\* داخلی RPG  
، API برای مذاکره همکاری) | \*\* پایه گذاری برای اکوسیستم: \*\* با ارائه  
دیگران می توانند بر بستر ما ابزارهای جانبی بسازند (مثلاً یک مولد کاراکتر  
پیشرفته). این ما را از یک محصول به یک \*\* پلتفرم استاندارد \*\* تبدیل  
| می کند. | مقیاس و ثبات فنی

خروجی کلیدی پایان فاز ۳: \*\* ۱۰,۰۰۰ کاربر پرداخت کننده فعال \*\* \*\*  
از ایران و دیاسپورا. \*\* ۵,۰۰۰ کمپین کاربر ساخته \*\* با کیفیت. \*\* ۳۰٪ از

(Breakeven) درآمد کل\*\* از بازارگاه. \*\*رسیدن به نقطه سر به سر  
\*\*عملیاتی

---

\*\*نقشه راه شرکت: تیم، ساختار و اهداف کسب و کار\*\* ##

این نقشه راه هم گام با نقشه راه محصول پیش می رود

دوره\*\* | \*\*اهداف شرکت\*\* | \*\*توسعه تیم\*\* | \*\*اهداف\*\* \*\* |  
\*\*مالی/سرمایه |

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

در مقیاس (PMF) ماه ۶-۱ (تثبیت)\*\* | اثبات فرضیه محصول-بازار\*\* |  
کوچک. | تیم بنیان گذاران + ۱ توسعه دهنده فول استک. استخدام یک  
میلیون ۵۰۰ \*\* (Pre-Seed) گیم دیزاینر پروژه ای. | جذب \*\*پیش سرمایه  
| .تومان. \*\*درآمد ماه ۶: \*\* ۵~ میلیون تومان

ماه ۱۲-۷ (گسترش)\*\* | ایجاد اولین حلقه بازخورد مثبت جامعه \*\* |  
، دیجیتال مارکتر. تبدیل UI/UX خالقان. | \*\*استخدام های کلیدی: \*\* طراح

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

ماه ۱۸-۱۳ (بین المللی) \*\* | کسب سهم بازار در میان دیاسپورا و \*\* |  
گیم رهای جهانی علاقه مند به اساطیر. | \*\*استخدام: مترجم/مدیر جامعه  
بین الملل، توسعه دهنده بک اند ارشد. | \*\*درآمد ماه ۱۸:~۶۰ میلیون  
|. برای گسترش \*\*Seed تومان. \*\*جذب سرمایه

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

---

مواردی که فعلاً انجام (Scope Discipline): انضباط در محدوده \*\* ##  
\*\*نمی دهیم

1. \*\* (Non-Web Platforms): پلتفرم های غیروب \*\*

موبایل اپلیکیشن کامل: \*\* اولویت با وب است. یک اپ \*\* \*

در فاز ۳ کافی است. دلیل: توسعه و (Companion App) "مشاهده‌گر

نگهداری اپ موبایل کامل، منابع را دو برابر می‌کند.

ارزش افزوده خاصی در مقابل \*\*: (Desktop App) دسکتاپ اپ \*\* \*

ندارد (PWA) نسخه وب پیشرفته

## ۲. \*\*: (Multiple Media Formats) رسانه‌های چندگانه \*\*

پادکست/انیمیشن تعاملی: \*\* اگرچه جذاب است، اما در حوزه \*\* \*

ساخته API تخصصی ما نیست و می‌تواند بعداً توسط همکاران یا از طریق

شود.

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

تمرکز بر \*\* گیم‌پلی \*\*: (Isometric) رندر سه‌بعدی یا ایزومتریک \*\* \*

(Static) و داستان \*\* است، نه گرافیک. استفاده از توکن‌ها و تصاویر ثابت

کافی است. دلیل: کاهش شدید پیچیدگی و زمان توسعه (Art)

## ۴. \*\*: (Parallel World-Building) توسعه جهان‌های موازی \*\*

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

**\*\* (Edge Features): ویژگی های حاشیه ای برای اقلیت \*\*** ۵.

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.