

MVP — ShahnamehMap سند ۳: دموی اولیه و محدوده*

نسخه: ۱,۰ **

تاریخ: ** ۱۴۰۳ / ۱۵۰۵ (پیش از سند ۲,۱)

تهیه‌کننده: ** تیم بنیان‌گذاری

وضعیت: ** فعال (برای سرمایه‌گذاران و تست کاربران منتخب)

اعتبارسنجی فرضیه‌های هسته MVP: هدف دمو و ۱.## **

سه * Validation) هدف از ساخت این نسخه اولیه، * اعتبارسنجی فرضیه بنیادی است، نه ارائه یک محصول کامل

فرضیه درگیری: * آیا کاربران غیرمتخصص می‌توانند و می‌خواهند با ۱. یک * رابط مبتنی بر نقشه * برای کشف شاهنامه تعامل کنند؟

فرضیه شخصی‌سازی: * آیا کاربران تمایل دارند یک * کاراکتر * ۲. با تم ایرانی * بسازند و برای آن وقت بگذارند؟ (RPG) نقش‌آفرینی

۳. **(Gamification) فرضیه پذیرش: آیا ترکیب عناصر بازی با محتوی مقدس فرهنگی و اکنش منفی ایجاد می‌کند یا استقبال می‌شود؟

آزمایشی ارزان و سریع" است. ما در این فاز به دنبال "MVP" این بی‌نقص نیستیم بلطف آمدزایی، مقیاس یا

**(آنچه ساخته می‌شود) MVP محدوده دقیق. ۲. ## *

* ویژگی‌های واقعی و فعال در MVP (Core Scope):**

| * ویژگی | * توضیح | * هدف اعتبارسنجی | --- | --- | --- | ---

| * وب از ایران با ۳۰-۲۰ نقطه SVG / نقشه تعاملی پایه | * یک نقشه کلیدی شاهنامه (مثل سیستان، مازندران، کوه البرز). کاربر روی نقطه کلیک می‌کند و یک پنل با اطلاعات پایه (نام، توضیح کوتاه، شخصیت‌های

مرتبط) نمایش داده می‌شود. | فرضیه درگیری: آیا کاربران روی نقاط کلیک می‌کنند و اطلاعات را می‌خوانند؟

| ساده*** | یک فرم ۳-۴ (Character Builder) سازنده کاراکتر* مرحله‌ای: ۱) انتخاب ***نژاد*** (پهلوان، دیو، پری، ایرانی). ۲) انتخاب کلاس*** (جنگاور، تیرانداز، دانا). ۳) وارد کردن ***نام***. ۴) مشاهده ساده با تصویر ژنریک و (Character Sheet)** کارت کاراکتر مشخصات. | فرضیه شخصی‌سازی: آیا کاربران مراحل را کامل می‌کنند و کارت نهایی را ذخیره یا به اشتراک می‌گذارند؟

| یک ** | یک صحنه بازی قابل اجرا* از یک داستان (Text-based Adventure)*** صحنه متنی تعاملی معروف (مثلًاً ***نبرد رستم و اسفندیار***). کاربر در نقش کاراکتر ساخته شده خود، با انتخاب گزینه‌های متنی، داستان را پیش می‌برد. شامل ۳-۴ انتخاب و دو پایان مختلف. | فرضیه پذیرش: آیا کاربران صحنه را تا انتهای بازی می‌کنند؟ | آیا از تلفیق بازی و داستان احساس توهین یا شادی می‌کنند؟

| سیستم ثبت‌نام و ذخیره ساده*** | ثبت‌نام با ایمیل/رمز. ذخیره کاراکتر ** | ساخته شده در پروفایل کاربر. | اندازه‌گیری تعهد اولیه کاربر

| نظرسنجی درون برنامه‌ای*** | پس از اتمام صحنه بازی، یک نظرسنجی ** | کوتاه ۳ سوالی: ۱) لذت‌بخش بود؟ (مقیاس ۱-۵). ۲) دوست داری بیشتر از

اين صحنهها بازی کنی؟ (بله/خیر). ۳) احساس کردي به شاهنامه بی احترامي
| . شد؟ (بله/خیر/مطمئن نیستم). | جمع‌آوری داده کيفی مستقیم

خارج از (MVP در **Mock** ویژگی‌های **غيرفعال** یا *** # # #) محدوده است:

| *** دليل حذف/مسک ** MVP** ویژگی *** وضعیت در ** | --- | --- | --- |

| *** چندنفره ** غيرفعال.** صحنه بازی، تک‌نفره و Real-time بازی ** | متنه است. | پیچیدگی فنی بالا. اعتبارسنجی نیاز به اجتماع ندارد

| **Campaign Builder (ابزار ساخت داستان) ** | **Mock.** يك دکمه با برچسب "ساخت داستان خودت" که به يك صفحه با متن "به زودی..." لينک می‌شود. | تمرکز بر مصرف محظوظ، نه تولید

| *** سیستم پرداخت و اشتراک ** غيرفعال.** | هدف فعلی ** | اعتبارسنجی ارزش پایه است، نه تمایل به پرداخت

| در B2B پنل مدیریت پیشرفته برای معلمات *** غيرفعال.** | بازار ** | فاز بعدی اعتبارسنجی می‌شود

| از تصاویر ایستا و متن | **Mock.** | *انیمیشن/صداگذاری* | استفاده می‌شود. | هزینه و زمان تولید بالا. برای اعتبارسنجی هسته لازم

| نیست

| جستجوی پیشرفته در نقشه‌ها | *غیرفعال.* | پیچیدگی | غیرضروری برای MVP. |

۳. (Demo Walkthrough) دسترسی به دمو و سناریوی تست.

در محیطی (`https://demo.shahnamehmap.ir` :لینک دمو) آینده production جدا از

***: سناریوی تست استاندارد (کاری که کاربر نمونه باید انجام دهد) ***
ما از تست‌کنندگان می‌خواهد این ۱۰ دقیقه‌ای را دنبال کنند و
رفتار و بازخوردهای را گزارش دهند

**: ورود و کاوش (۲ دقیقه) ۱.

*وارد سایت شوید

* روی نقشه کلیک کنید و ۳ نقطه مختلف (مثلًا سیستان، مازندران، کوه البرز) را انتخاب و اطلاعات آن را بخوانید.

۲. **: ساخت هویت (۳ دقیقه)

* روی دکمه "پهلوان خودت را بساز" کلیک کنید
* مراحل سازنده کاراکتر را کامل کنید: یک نژاد و یک کلاس.
* انتخاب کنید و برای کاراکتر خود یک نام بگذارید
* کارت کاراکتر نهایی را مشاهده کنید. (آیا آن را دوست دارید؟)

۳. **: تجربه بازی (۴ دقیقه)

* روی دکمه "آزمایش توانایی‌هایت" یا "شروع ماجراجویی" کلیک کنید
* شما وارد صحنه "رویارویی در نبردگاه" (بر اساس نبرد رستم و اسفندیار) می‌شوید.

* متن داستان را بخوانید و در ۲ نقطه تصمیم‌گیری***، یکی از گزینه‌های پیشنهادی را انتخاب کنید (مثلاً "با نیرنگ حمله کن" یا "رو در رو بجنگ").

* داستان را تا یکی از دو پایان ممکن ادامه دهید

۴. ** بازخورد (۱ دقیقه) **

* پس از پایان، *نظرسنجی کوتاه** را پر کنید
* اختیاری) در کادر متنی، هر نظر دیگری را بنویسید)

*نقاط مشاهده و معیارهای موفقیت (برای تیم ما) ***

:ما در پس زمینه، این معیارها را ردیابی و تحلیل می کنیم

| ***معیار کمی (از تحلیل)*** | ***معیار کیفی (از مرحله*** | ***

| * * نظر سنجی / مصاحبه) *** هدف موفقیت

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

کاوش نقشه** | میانگین تعداد کلیک روی نقاط نقشه به ازای هر **

کاربر. | کاربران بیان کنند اطلاعات "جالب" یا "جدید" بود. | < ۲,۵

کاربر/کلیک |

کاربران احساس "مالکیت" یا "ارتباط" با کاراکتر خود کنند. | $< 70\%$ تکمیل ساخت کاراکتر** | نرخ تکمیل فرم** | (Completion Rate).

| توهین $> 5\%$ | کنند. عدم احساس "توهین" یا "ابتذال". $< 60\%$ تکمیل. احساس
صرف شده در صحنه. | کاربران احساس "سرگرمی" یا "درگیری عاطفی"
زمان | نرخ تکمیل صحنه** | صحنه بازی** | (Completion Rate).

| Q2. میانگین $< 8,8$ از ۵٪. < ۶۵ پاسخ "بله" به | - | Q2. (Q2) درصد مثبت به آینده. (Q1) نظرسنجی** | میانگین امتیاز لذت**

* تکنولوژی‌های مورد استفاده (سبک و سریع) .۴. **

* اولیه و SSR برای React.js با (Next.js): فرانت‌اند سئوی بهتر صفحه نقشه + Tailwind CSS.

* **Node.js** + **Express** بکاند یک سرویس (مونولیت ساده، زیرا مقیاس نیاز نیست).

- * **Supabase** (PostgreSQL hosted) یا دیتابیس.
 - (برای سرعت توسعه و مدیریت آسان).
- * **Vercel** + **Railway** یا هاستینگ (فرانت) + **Render** (بکاند).
- * **Google Analytics 4** برای ردیابی رویدادهای (تحلیل)
 - ساده برای نظرسنجی Google Form** کلیک و تکمیل) + یک

دلیل انتخاب: ***حداقل زمان از ایده به دمو.*** استفاده از **Managed Services (سرویس‌های مدیریت شده ما را از نگرانی‌های زیرساختی رها می‌کند تا تمام انرژی روی اعتبارسنجی فرضیه‌ها متمرکز شود.

۵. جذب و روشن تست و مخاطبین

- * گروه ۱ (جامعه هدف اصلی): *۵۰ نفر از اعضای *فعال جوامع **فارسی** در تلگرام/دیسکورد. (از طریق دعوت مستقیم مدیران RPG جامعه).

* گروه ۲ (افراد فرهنگی): ** ۲۰ نفر از **دانشجویان/پژوهشگران
ادبیات** و **معلمان ادبیات**. (از طریق شبکه شخصی و معرفی)
* گروه ۳ (عموم کنجکاو): ** ۳۰ نفر از دنبال‌کنندگان **صفحات **
فرهنگی و تاریخی** در اینستاگرام. (از طریق یک استوری دعوت به تست)

روش تست: **ارسال لینک **شخصی‌شده** همراه با **دستورالعمل **
سناریوی تست** (همان بخش ۳). پس از تکمیل، یک **صاحبه ۱۵
دقیقه‌ای تلفنی** با ۱۰-۱۵ نفر از هر گروه برای درک عمیق‌تر احساسات و
انتظارات انجام می‌شود.

MVP** خروجی‌های مورد انتظار و تصمیم‌گیری پس از ۶*

پس از ۳-۲ هفته اجرای تست و جمع‌آوری داده از ≈ 100 کاربر، به این
سوالات پاسخ داده می‌شود و تصمیم‌گیری می‌شود:

آیا فرضیه‌های هسته تأیید می‌شوند؟** (بر اساس معیارهای موفقیت ۱. بخش ۳)

* اگر *بله** → حرکت به سمت **فاز ۱: ساخت محصول واقعی
نخه ۱،۰)** با اطمینان از نیاز بازار.
* اگر *خیر** (مثلاً نرخ تکمیل < ۴۰٪ یا احساس توهین < ۱۵٪) ممکن است بر روی (Pivot) → نیاز به *بازنگری اساسی در رویکرد *نقشه آموزشی خالص** یا **بستر داستان سرایی برای معلمان** تمرکز کنیم.

۲. **کدام بخش جذاب‌تر بود؟**

* آیا کاربران بیشتر وقت خود را روی **نقشه** صرف کردند یا *ساخت کاراکتر** یا **صحنه بازی**؟ این اولویت توسعه محصول آینده را مشخص می‌کند.

۳. **بزرگ‌ترین نقطه ریزش کجاست؟**

* آیا کاربران در مرحله ثبت‌نام منصرف شدند؟ یا در میانه صحنه بازی؟ این به ما می‌گوید کدام بخش از تجربه کاربری نیاز به بازطراحی فوری دارد.

مانند یک ***قطب‌نما*** عمل می‌کند. اگر MVP نتیجه:*** این ***
داده‌ها نشان دهد جهت درست است، با سرعت و اطمینان پیش می‌رویم. اگر
نه، قبل از هدر دادن منابع بیشتر، مسیر را اصلاح می‌کنیم. این تعریف دقیق از
محدوده، مانع از گم شدن تیم در "بینهایت فیچر" می‌شود.