

ShahnamehMap — سند ۲,۶: برنامه استخدام و طراحی سازمان \*\* #

\*\* (بازه ۱۸ ماهه)

\*\* نسخه: ۱,۰ \*\*

\*\* تاریخ: ۱۵/۰۶/۱۴۰۳ \*\*

## \*\* (Resource Gap Analysis) تحلیل شکاف منابع \*\* ##

بر اساس نقشه راه محصول (سند ۲,۳) و برنامه عملیاتی (سند ۲,۲)، تیم فعلی (۲ بنیان‌گذار تمام‌وقت + ۱ توسعه‌دهنده فول‌استک + گیم‌دیزاینر پاره‌وقت) قادر به تحویل برنامه‌های فاز ۱ (ماه ۱-۶) با کیفیت قابل قبول است. با این حال، برای تحویل برنامه‌های فاز ۲ (جامعه و خلق) و برنامه‌های فاز ۳ (مقیاس) با سرعت و کیفیت رقابتی، شکاف مهارتی و ظرفیتی آشکاری وجود دارد.

\*\* شکاف‌های کلیدی شناسایی شده \*\*

- ظرفیت توسعه: نیاز به توسعه همزمان موتور بازی، ابزار کاربرساز و پلتفرم بازارگاه از ماه ۷ به بعد، فراتر از توان (Campaign Builder) یک توسعه‌دهنده است.

- پیچیدگی \*\*: (UI) و رابط کاربری (UX) طراحی تجربه کاربری \*\* ۲.
- ابزارهای خلق محتوا و نیاز به جذب کاربران عمومی (غیر گیمر) مستلزم \*\*: طراحی حرفه‌ای و کاربرپسند \*\* است که در تیم فعلی غایب است.
- مارکتینگ و رشد تخصصی \*\*: جذب کاربر پرداخت‌کننده در مقیاس و \*\* ۳.
- مدیریت کانال‌های مختلف نیاز به تخصص اختصاصی دارد.
- پشتیبانی و مدیریت جامعه \*\*: با رشد کاربران، مدیریت انجمن، \*\* ۴.
- بازخورد و پشتیبانی به یک شغل تمام‌وقت تبدیل می‌شود.
- عمق گیم‌دیزاین \*\*: ساخت کمپین‌های متعدد و متوازن و توسعه \*\* ۵.
- سیستم قواعد، نیاز به یک گیم‌دیزاینر تمام‌وقت دارد.

### \*\* اصول طراحی سازمان در ۱۸ ماه اول \*\* ##

- اصل مینیمالیسم \*\*: کوچک نگه داشتن تیم هسته تا حد ممکن، با \*\* \*
- تمرکز بر \*\*: کیفیت و فرهنگ \*\*: به جای تعداد.
- و استفاده از \*\* (Flat) اصل چابکی \*\*: حفظ ساختار \*\*: مسطح \*\* \*
- برای جلوگیری از بوروکراسی \*\* (Squads) \*\*: تیم‌های پروژه‌محور.
- اصل برون‌سپاری هوشمند \*\*: برخی کارهای تخصصی و محدود (مانند \*\* \*
- ترجمه، طراحی هنری خاص) به \*\*: فریلنسرها \*\*: سپرده می‌شود.

تقدم استخدام‌های فنی: \*\* اولویت اول با نقش‌هایی است که \*  
\*\* مستقیماً روی محصول \*\* اثر می‌گذارند (توسعه، طراحی محصول)

\*\* نقشه استخدام مرحله‌ای (۱۸ ماهه) \*\* ##

\*\* فاز ۱: ساخت هسته (ماه ۶-۱) - تیم استارت‌آپی \*\* ###

(PMF) و اثبات فرضیه محصول-بازار MVP تمرکز: \*\* ساخت \*\* \*

ساختار: \*\* بنیان‌گذاران + اولین کارمند فنی \*\* \*

نیاز استخدامی: \*\* \* استخدام تمام‌وقت جدید: \*. استفاده از \*\* \*

فریلنسر برای طراحی هنری اولیه و مشاوره حقوقی

\*\* تحلیل: \*\* تیم فعلی برای میل‌استون‌های این فاز \*\* کافی است \*\* \*

\*\* فاز ۲: گسترش (ماه ۱۲-۷) - ساخت تیم محصول \*\* ###

های فاز ۱ (دستیابی به ۵۰۰۰ کاربر و ۱۰۰ KPI با فرض موفقیت در تحقق

کاربر پرداخت‌کننده)، استخدام‌های زیر آغاز می‌شوند

ماه\*\* | \*\*عنوان شغل\*\* | \*\*نوع\*\* | \*\*هزینه تقریبی (میلیون \*\* |  
تومان/ماه)\*\* | \*\*دلیل نیاز و مأموریت\*\* | \*\*خروجی کلیدی مورد انتظار  
\*\* (در ۶ ماه اول)

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

| \*\*۷\*\* | \*\* (UX/UI Designer) طراح محصول/تجربه کاربری\*\* |  
و نیاز به Campaign Builder تمام وقت | ۳۵-۴۵ | \*\*دلیل:\*\* پیچیدگی  
رابط کاربری ساده برای کاربران غیرفنی. \*\*مأموریت:\*\* طراحی تمام  
تعاملات کاربری، پروتوتایپ، و حفظ هویت بصری یکدست در کل پلتفرم. | ۱.  
Campaign طراحی و تحویل \*\*پروتوتایپ کاربرپسند  
کاهش ۲۰٪\*\* در مراحل فرآیند ساخت کاراکتر \*\*۲. <br>  
افزایش امتیاز \*\*رضایت کاربری ۳. <br>  
بخش‌های اصلی به بالای ۴,۵ \*\* (CSAT)

| ارشد\*\* | تمام وقت | ۴۰-۵۰ | Frontend توسعه‌دهنده\*\* | \*\*۸\*\* |  
باید بر معماری CTO. \*\*دلیل:\*\* جداسازی وظایف و افزایش سرعت توسعه  
و مقیاس متمرکز بماند. \*\*مأموریت:\*\* پیاده‌سازی رابط‌های کاربری پیچیده  
با تمرکز بر عملکرد و تجربه (و بازارگاه Campaign Builder مخصوصاً)  
در موعد \*\* Campaign Builder روان. | ۱. تحویل \*\*نسخه بتای  
صفحات اصلی \*\* (Performance) بهبود \*\*کارایی ۲. <br>مقرر

پیاده‌سازی سیستم واقعی بازارگاه\*\* با ۳.<br> (بارگذاری زیر ۳ ثانیه)  
| قابلیت خرید و فروش

Game (گیم‌دیزاینر/روایت‌گر\*\* | \*\*۱۰\*\* |  
تمام‌وقت | ۳۰-۴۰ | \*\*دلیل:\*\* افزایش \*\* (Designer/Narrative)\*\*  
حجم و کیفیت محتوای رسمی و نظارت بر تعادل محتوای کاربرساخته.  
\*\*مأموریت:\*\* طراحی کمپین‌های جدید، توسعه سیستم قواعد، ایجاد  
دارایی‌های استاندارد برای خالقان. | ۱. طراحی و تحویل \*\*۲ کمپین رسمی  
(Balancing) تدوین \*\*راهنمای تعادل ۲.<br>جدید\*\* با کیفیت بالا  
افزایش \*\*نرخ تکمیل کمپین\*\* ۳.<br>برای خالقان محتوا \*\* (Guide)  
| به بالای ۵۰٪

(Community & Support) مدیر جامعه و پشتیبانی\*\* | \*\*۱۲\*\* |  
تمام‌وقت | ۲۵-۳۵ | \*\*دلیل:\*\* رشد جامعه کاربری به \*\* (Manager)\*\*  
سطحی که مدیریت آن توسط بنیان‌گذاران غیرممکن شود. \*\*مأموریت:\*\*  
مدیریت انجمن، پاسخ به سوالات کاربران، جمع‌آوری و دسته‌بندی بازخورد،  
اجرای برنامه‌های تعامل با جامعه. | ۱. \*\*کاهش زمان پاسخگویی\*\* به  
افزایش \*\*نسبت تعامل در ۲.<br>تیکت‌های پشتیبانی به کمتر از ۶ ساعت  
راه‌اندازی \*\*برنامه سفیران ۳.<br>(MAU ۱۰٪) انجمن\*\* به ۰,۱  
| \*\*.جامعه

**\*\* فاز ۳: مقیاس (ماه ۱۸-۱۳) - تکمیل تیم عملیاتی \*\* ###**

با فرض موفقیت در فاز ۲ و برنامه ریزی برای بین المللی سازی

ماه\*\* | عنوان شغل\*\* | نوع\*\* | هزینه تقریبی\*\* | \*\* |

| \*\*دلیل نیاز و مأموریت\*\* | خروجی کلیدی مورد انتظار

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

| \*\* (Digital Marketer) دیجیتال مارکتر/مدیر رشد \*\* | \*\*۱۳\*\* |

تمام وقت | ۳۰-۴۰ | دلیل: تخصیصی شدن کانال های جذب کاربر

پرداخت کننده و نیاز به اجرای کمپین های هدفمند برای بازار ایران و دیاسپورا.

\*\*مأموریت: مدیریت بودجه تبلیغات، بهینه سازی نرخ تبدیل، تحلیل رقبا.

افزایش نرخ ۲. <br> به زیر ۵۰,۰۰۰ تومان CAC | ۱. کاهش

راه اندازی کمپین جذب موفق ۳. <br> تبدیل رایگان به پولی به ۲,۵٪

| \*\*. برای دیاسپورا

تمام وقت | ۴۰-۵۰ | Backend توسعه دهنده \*\* | \*\*۱۵\*\* |

بین المللی، و بهبود API دلیل: افزایش بار روی سرورها، نیاز به توسعه

مقیاس پذیری. \*\*مأموریت: توسعه و نگهداری سرویس های بک اند، مدیریت

دیتابیس، بهبود امنیت. | ۱. آپتایم ۹۹,۹٪ برای سرویس های

عمومی \*\* برای توسعه دهندگان API \*\* توسعه ۲. <br> اصلی

ms. به زیر ۱۵۰ Real-time کاهش تاخیر\*\* عملیات\*\* ۳.<br>خارجی

|

\*\*طراحی ساختار سازمانی در پایان ماه ۱۸\*\* ##

...

[هیأت مؤسسان/سرمایه گذاران]

|

[CEO) مدیرعامل]

|

-----

| | |

مدیر رشد (دیجیتال) [CCO) رهبر محتوا] [CTO) رهبر فنی]  
[مارکتر]

| | |

-----

| | | | |

توسعه دهنده [توسعه دهنده] [گیم دیزاینر] [مدیر جامعه] [فریلنسرها]]

فرانت‌اند | بک‌اند | (طراح هنری، مترجم)

[UX/UI طراحی]

...

**\*\* توضیح ساختار \*\***

(CTO, CCO, حفظ ساختار نسبتاً مسطح\*\* با ۳ رهبر حوزه\*\* \*  
Growth Lead).

تیم‌های عملیاتی کوچک\*\* زیر هر رهبر\*\* \*

تمرکز بر محصول:\*\* اکثریت نیروها مستقیماً در بخش‌های فنی و\*\* \*  
محتوایی متمرکزند.

استفاده استراتژیک از فریلنسرها\*\* برای تخصص‌های دوره‌ای (مانند\*\* \*  
ترجمه انبوه، موسیقی، صداگذاری).

**\*\* برآورد هزینه حقوق و دستمزد کل (۱۸ ماهه)\*\* ##**

ماه ۶-۱:\*\* ~ ۷۰ میلیون تومان/ماه (بنیان‌گذاران + ۱ توسعه‌دهنده\*\* \*  
\*\* فریلنسرها) = ۴۲۰ میلیون تومان.



ماه ۱۲-۷: \*\* اضافه شدن ۴ نقش جدید به مرور. میانگین هزینه \*\* \*

نیروی انسانی: ~۱۸۰ میلیون تومان/ماه. برای ۶ ماه: \*\*~۱,۰۸۰ میلیون

\*\*. تومان.

ماه ۱۸-۱۳: \*\* اضافه شدن ۲ نقش جدید. میانگین هزینه: ~۲۴۰ \*\* \*

\*\*. میلیون تومان/ماه. برای ۶ ماه: \*\*~۱,۴۴۰ میلیون تومان.

\*\*. کل هزینه نیروی انسانی در ۱۸ ماه: \*\*~۲,۹۴۰ میلیون تومان \*\* \*

نکته: \*\* این اعداد نشان می‌دهد که \*\* سرمایه اولیه ۵۰۰ میلیون تومانی \*\*

تنها برای تأمین هزینه‌های نیروی انسانی فاز ۱ و بخشی از فاز ۲ کافی

و \*\* (MRR) است. \*\* این موضوع اهمیت \*\* دستیابی زودهنگام به درآمد

در ماه ۱۲-۹ \*\* را به وضوح نشان می‌دهد. برنامه Seed \*\* جذب سرمایه

های مالی و جذب سرمایه بعدی KPI استخدام فوق، مشروط به دستیابی به

است.

\*\*(Onboarding) برنامه جذب و یکپارچه‌سازی \*\* ##

فرآیند جذب: \*\* تمرکز بر \*\*تناسب فرهنگی\*\* و \*\*اشتیاق به \*\* ۱.

مثلاً "یک صفحه از) حوزه محتوا\*\*. استفاده از چالش‌های عملی

در مصاحبه ("را طراحی کن Campaign Builder

یکپارچه‌سازی: \*\* هر عضو جدید، \*\*اولین هفته\*\* خود را به بازی با \*\* ۲.

.پلتفرم، مطالعه مستندات و گفتگو با کاربران منتخب می‌گذرانند

مالکیت: \*\* از روز اول، هر عضو جدید روی \*\*یک ویژگی یا \*\* ۳.

های کسب‌وکار KPI مسئولیت کاملاً مشخص \*\* مالکیت دارد که مستقیماً بر

اثر می‌گذارد

نتیجه‌گیری: آیا تیم فعلی می‌تواند میل‌استون‌های بعدی را تحویل \*\* ##

\*\* دهد؟

فاز ۱ (ماه ۶-۱): بله. \*\* تیم فعلی با تمرکز و استفاده از فریلنسر برای \*\* \*

.پشتیبانی، قادر به تحویل \*\* نسخه ۱,۰ (رستم‌گیت) \*\* است

Campaign \*\* فاز ۲ (ماه ۷-۱۲): خیر. \*\* تحویل همزمان \*\* \*

، بازارگاه پرداختی و محتوای باکیفیت \*\*، مستلزم تخصص و Builder

ظرفیتی است که در تیم فعلی موجود نیست. عدم استخدام در این فاز به

معنای \*\*تأخیر شدید، کاهش کیفیت یا شکست در ایجاد جامعه خالقان\*\* خواهد بود.

فاز ۳ (ماه ۱۸-۱۳): قطعاً خیر. \*\*بدون تکمیل تیم، \* \*  
\*\*.بین‌المللی سازی، توسعه موبایل و مقیاس فنی \*\* غیرممکن است

جمع‌بندی: \*\*برنامه استخدام حاضر، \*\*ضروری و حیاتی \*\* برای تبدیل \*\*  
موفق \*\* به یک \*\*پلتفرم MVP \*\* از یک ShahnamehMap  
مقیاس‌پذیر و سودآور \*\* است. این برنامه به دقت با میل‌استون‌های محصول و  
نقطه‌عطف‌های مالی هماهنگ شده و به عنوان یک نقشه راه عملیاتی برای  
رشد تیم در کنار رشد محصول عمل می‌کند.