راهنما و نقشه راه ساخت CRM

نسخه: ۰.۴ — پیش‌نویس برای بررسی

تاریخ: ۲۵ مرداد ۱۴۰۵

مرجع اصلی محصول: دیدار

سند کارفرما: MENT Smart Notes PRD v۱.۰

استک قطعی پنل: Vue.js + NestJS + PostgreSQL (لندینگ Nuxt بعداً، جدا)

منابع تطبیقی: CRMهای ایرانی (پیام‌گستر، دانا، سرو، پارس ویتایگر، پارمیس) و خارجی (Salesforce، HubSpot، Dynamics ۳۶۵، Zoho، Pipedrive)

---

۱. هدف این سند

این سند برای تصمیم‌گیری قبل از شروع کدنویسی نوشته شده است. هدف این است که:

- بفهمیم CRM دیدار دقیقاً چه محصولی است و چه امکاناتی دارد
- مشخص کنیم ما چه چیزی می‌خواهیم بسازیم
- نسخه اول را کوچک و قابل استفاده نگه داریم
- امکانات اضافه و تمایز نسبت به دیدار را اولویت‌بندی کنیم
- معماری و ترتیب ساخت را قبل از پیاده‌سازی قفل کنیم

این سند هنوز قرارداد فنی نهایی نیست. نسخه ۰.۴ استک پنل را روی Vue + NestJS + PostgreSQL قفل کرده و لندینگ را به Nuxt جدا و موکول به بعد از تکمیل محصول گذاشته است. بعد از تأیید نهایی، نسخه ۱.۰ آماده‌ی شروع پیاده‌سازی می‌شود.

---

۲. جمع‌بندی یک‌خطی

دیدار یک CRM فروش‌محور ایرانی است؛ نزدیک به Pipedrive با کمی طعم HubSpot. قدرت اصلی‌اش سادگی، کاریز فروش و پرونده یکپارچه مشتری است، نه حسابداری کامل یا ERP.

ما می‌خواهیم تقریباً تمام امکانات دیدار را داشته باشیم، به‌اضافه چند قابلیت متمایز برای بازار ایران — از جمله **Smart Notes / حافظه مشتری** طبق سند کارفرما (MENT)، که در دیدار به‌صورت جدی وجود ندارد.

نسخه اول را «دیدار کامل» نمی‌سازیم. نسخه اول را حلقه فروش می‌سازیم:

سرنخ ← شخص / شرکت ← فرصت در کاریز ← فعالیت و پیگیری ← فروش

اگر این حلقه روان باشد، محصول زنده است. بقیه ماژول‌ها روی همین هسته سوار می‌شوند.

---

۳. دو تصمیمی که قبل از کدنویسی باید گرفته شود

بقیه معماری به این دو تصمیم وابسته است.

۳.۱ مدل محصول

نتیجه معماری	توضیح	گزینه
روی تقریباً همه `tenant_id`از روز اول جدول‌ها	چند شرکت روی یک سیستم، مثل دیدار	SaaS چندمستأجری
ساده‌تر، ولی مهاجرت بعدی به SaaS گران است	فقط برای یک شرکت	CRM داخلی یک سازمان

پیشنهاد: حتی اگر فعلاً یک مشتری داشته باشیم، از روز اول SaaS چندمستأجری طراحی شود.

۳.۲ محدوده نسخه اول

نسخه اول باید چیزی باشد که یک تیم فروش هر روز واقعاً با آن کار کند:

- ورود و نقش
- اشخاص و شرکت‌ها
- کاریز فروش
- فعالیت‌ها و پیگیری
- فیلد سفارشی ساده
- ایمپورت اکسل

عمداً در نسخه اول ساخته نمی‌شود:

- اپ اندروید / iOS جدا
- حسابداری کامل
- انبار سنگین
- هوش مصنوعی تزئینی
- ده‌ها اتصال نیمه‌کاره
- باشگاه مشتریان پیچیده

---

۴. دیدار چیست و چه درسی از آن می‌گیریم؟

۴.۱ فلسفه محصول

دیدار خودش را به‌عنوان «کارخانه فروش» معرفی می‌کند، نه نرم‌افزار همه‌کاره سازمانی. پیام اصلی محصول این است:

- پیگیری‌ها گم نشود
- فروش به فرد وابسته نباشد
- بانک مشتری یکجا باشد
- مدیر تصویر روشنی از فروش داشته باشد
- کار با سیستم بعد از چند دقیقه آموزش ممکن باشد

درس مهم: تمایز ما نباید «تعداد دکمه بیشتر از دیدار» باشد. تمایز خوب این است:

> همان سادگی دیدار + ارتباط ایرانی بهتر + اتوماسیون قوی‌تر + امکان نصب اختصاصی

۴.۲ مدل ذهنی محصول

همه چیز دور پرونده مشتری می‌چرخد:

```
سرنخ
↓
شخص /شرکت
↓
فرصت /معامله در کاریز فروش
↓
فعالیت :تماس، جلسه، وظیفه، یادداشت
↓
پیش‌فاکتور /فاکتور /پرداخت
↓
پس‌ازفروش :تیکت، پروژه، باشگاه مشتریان
```

اگر این مدل را درست طراحی کنیم، صفحات بعداً عوض می‌شوند ولی دامنه محصول پایدار می‌ماند.

۴.۳ جایگاه دیدار در بازار

دیدار برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ایرانی طراحی شده است:

- تولیدی و صنعتی
- بازرگانی
- املاک
- آموزشگاه
- کلینیک
- تجهیزات پزشکی
- استارت‌آپ و فروش آنلاین

برای نسخه اول بهتر است ما هم ۳ صنعت اول را انتخاب کنیم و سناریوهای همان‌ها را کامل پوشش دهیم؛ نه همه صنایع را ناقص.

---

۵. نقشه کامل امکانات دیدار

منبع این بخش: صفحه اصلی، صفحه ویژگی‌ها، بانک مشتری، کاریز فروش، ابزار سرنخ، گزارشات، تیکتینگ، فرم‌ساز و پایگاه دانش دیدار.

۵.۱ بانک اطلاعاتی مشتریان

توضیح	امکان
اطلاعات تماس، سوابق، فعالیت‌ها، معاملات	پرونده شخص
شرکت به‌عنوان موجودیت جدا، قابل اتصال به چند شخص	پرونده شرکت
ثبت سریع شخص یا شرکت	ایجاد پرونده جدید
تماس، جلسه، وظیفه، یادداشت روی همان پرونده	فعالیت روی پرونده
یادآوری تماس یا پیگیری در بازه‌های مشخص	پیگیری دوره‌ای
بخش‌بندی مشتری برای فروش و بازاریابی	دسته‌بندی و گروه‌بندی
فیلد اضافه متناسب با کسب‌وکار	فیلد سفارشی

کنترل شماره موبایل / نام / شرکت تکراری	جلوگیری از تکراری
پیدا کردن سریع شخص و شرکت	جستجو و فیلتر
ورود و خروج اکسل	ایمپورت و اکسپورت
پیامک تولد	تبریک تولد خودکار
جمع‌آوری بازخورد از مشتری	نظرسنجی

اصل مهم: فروشنده باید در کمتر از یک دقیقه بفهمد این مشتری کیست، آخرین بار چه صحبتی شده، و الان چه کاری باید انجام دهد.

۵.۲ کاریز فروش و مدیریت فرصت‌ها

کاریز قلب محصول دیدار است. یک مسیر فروش بصری (کانبان) که فرصت‌ها مرحله‌به‌مرحله در آن جلو می‌روند.

توضیح	امکان
هر کسب‌وکار مراحل خودش را دارد	شخصی‌سازی مسیر فروش
ثبت معامله جدید روی شخص یا شرکت	ایجاد فرصت / سرنخ
همه اطلاعات، فعالیت‌ها و تاریخچه در یک جا	پرونده کامل معامله
برنامه‌ریزی تماس و پیگیری روی همان فرصت	فعالیت روی معامله
دسته‌بندی سریع	برچسب روی معاملات
اگر فرصتی خیلی بماند، سیستم هشدار می‌دهد	راکد شدن و فاسد شدن
اینستاگرام، سایت، معرفی، نمایشگاه و غیره	شیوه آشنایی
برای تحلیل نشت فروش	دلیل شکست معامله
چه چیزی در حال فروش است	محصول / خدمت روی معامله
صدور از روی معامله	پیش‌فاکتور و فاکتور
ثبت و پیگیری وصول	مدیریت پرداخت
متناسب با صنعت	فیلد سفارشی معامله
پیدا کردن و بخش‌بندی فرصت‌ها	جستجو و فیلتر معاملات
تخمین درآمد دوره‌های بعد	پیش‌بینی فروش
تارگت روی معاملات یا کاربران	هدف‌گذاری
ورود و خروج اطلاعات معاملات	ایمپورت و اکسپورت
هر کس همه معاملات را نبیند	مجوز مشاهده معاملات

مبلغ به ارزهای مختلف	چندارزی

اصل مهم: مدیر فروش باید با یک نگاه بفهمد کجای قیف گیر کرده است.

۵.۳ ابزارهای تولید فرصت و سرنخ

توضیح	امکان
ساخت فرم با فیلد دلخواه	فرم‌ساز داخلی
شخص، معامله، یا کارت	خروجی فرم به ۳ نوع
لینک، iframe، وردپرس، QR Code	اشتراک‌گذاری فرم
ورود خودکار سرنخ از سایت	اتصال به وردپرس / گرویتی فرم
اتصال سیستم‌های دیگر	ورود از API
ورود اکسل و دیتابیس قبلی	ایمپورت بانک مشتری
ارجاع به یک یا چند فروشنده	تعیین مسئول فرم
اگر چند مسئول باشد، سرنخ‌ها نوبتی تقسیم می‌شوند	تقسیم عادلانه
اگر شخص تکراری بود، معامله به همان مسئول قبلی برود	حفظ مسئول قبلی
منبع هر فرم جداگانه مشخص شود	ثبت کانال تبلیغاتی
مثلاً همه ورودی اینستاگرام در یک گروه	گروه‌بندی خودکار ورودی

جزئیات فرم‌ساز از پایگاه دانش دیدار:

- بعد از ثبت می‌توان پیام تشکر نشان داد یا کاربر را به URL دیگر فرستاد
- ظاهر فرم قابل تنظیم است
- فیلدها می‌توانند الزامی باشند
- عنوان پیش‌فرض برای معامله یا کارت قابل تنظیم است

۵.۴ مدیریت فعالیت‌ها و همکاری تیمی

توضیح	امکان
تماس، جلسه، وظیفه، یادداشت	مدیریت فعالیت‌ها
برنامه روزانه و هفتگی	تقویم کاری
کارهای امروز و عقب‌افتاده	داشبورد پیگیری

خبر شدن از ارجاع، سررسید، پاسخ	نوتیفیکیشن مرکزی
نظم در تاریخچه مکالمات	دسته‌بندی یادداشت‌ها
اطلاعات مشترک، ارجاع، مسئولیت مشخص	همکاری افراد و تیم‌ها

اصل مهم: هیچ پیگیری‌ای نباید به حافظه فروشنده وابسته باشد.

۵.۵ گزارشات و داشبوردها

کاربرد	گزارش
وضعیت قیف فروش	گزارش کاریزها
مقایسه عملکرد تیم‌ها	گزارش تیم‌ها
حجم ورودی و کیفیت جذب	گزارش فرصت‌ها و سرنخ‌ها
برد، باخت، مبلغ، نرخ تبدیل	گزارش وضعیت فروش
آیا تیم واقعاً پیگیری می‌کند؟	گزارش فعالیت‌ها
وضعیت پس‌ازفروش و کارهای داخلی	گزارش کارت‌ها
دید سریع مدیریتی	نشانگرها / داشبورد یک‌صفحه‌ای

فیلترهای رایج:

- بازه زمانی
- کاربر
- تیم
- محصول
- شیوه آشنایی

۵.۶ تیکتینگ و خدمات پس از فروش

تیکت در دیدار در واقع نوعی «کارت» است و داخل کاریز پشتیبانی دیده می‌شود. سابقه تیکت روی پرونده مشتری می‌ماند.

توضیح	امکان
ورود با موبایل و کد تأیید	پرتال مشتری
فروش، پشتیبانی، حسابداری و غیره	انتخاب دپارتمان

کاهش تیکت تکراری	FAQ قبل از ثبت تیکت
عکس و فایل	ثبت عنوان، شرح و پیوست
مشتری وضعیت را می‌بیند	شماره پیگیری
مکاتبه داخل همان تیکت	پاسخ دوطرفه
فقط برای تیم پشتیبانی	یادداشت داخلی
فوری، عادی و غیره	اولویت‌بندی
حداکثر زمان پاسخ و حل	SLA
خبر شدن مشتری از پاسخ	پیامک اطلاع‌رسانی
امتیاز به پاسخ	نظرسنجی و CSAT
سرعت پاسخ، حجم، رضایت	گزارش عملکرد پشتیبانی

۵.۷ مدیریت پروژه و فرآیند پس از فروش

دیدار پروژه را مثل ترلو، ولی متصل به مشتری، پیاده کرده است.

توضیح	امکان
برد کانبان برای کار داخلی یا تحویل	کاریز کارت‌ها
مثلاً راه‌اندازی، نصب، آموزش	تعریف پروژه / فرآیند
ارجاع تسک	تعیین مسئول
مرحله‌به‌مرحله	ردیابی پیشرفت
دسته‌بندی کارها	فیلتر با برچسب
چه کسی چه کاری را تمام کرده	گزارش عملکرد تیم

این بخش هم برای کارهای داخلی شرکت استفاده می‌شود، هم برای فرآیند بعد از فروش.

۵.۸ مالی سبک داخل CRM

دیدار حسابداری کامل نیست، ولی لایه مالی فروش را دارد.

توضیح	امکان
از روی معامله	صدور پیش‌فاکتور
متصل به مشتری و محصول	صدور فاکتور

وضعیت وصول روی معامله	ثبت پرداخت
تعریف شرایط پرداخت و پیگیری سررسید	فروش اقساطی
ثبت خودکار وضعیت پرداخت	اتصال به درگاه پرداخت
جلوگیری از ورود دوباره اطلاعات	اتصال به نرم‌افزار حسابداری

۵.۹ اتوماسیون، هوش مصنوعی و شخصی‌سازی

توضیح	امکان
یادآوری، به‌روزرسانی فعالیت، کارهای تکراری	اتوماسیون پیگیری
تحلیل داده و کمک به تصمیم فروش	دستیار هوش مصنوعی آیدا
روی شخص، شرکت، معامله، کارت	فیلد دلخواه
هماهنگ با مدل کاری هر شرکت	سفارشی‌سازی حساب
مشاهده پرونده، معامله، گزارش	نقش و سطح دسترسی
اندروید و iOS	اپ موبایل
بدون نصب، از هر دستگاه	نرم‌افزار تحت وب

۵.۱۰ اتصال‌ها و یکپارچگی

کاربرد	اتصال
پیام گروهی و تراکنشی	پنل پیامکی
ارتباط سریع با مشتری	واتساپ
ثبت تماس ورودی و خروجی روی پرونده	VoIP
ورود خودکار مشتری و سفارش فروشگاه	ووکامرس
ورود پاسخ فرم و نظرسنجی	پرسالاین
ثبت پرداخت	درگاه پرداخت
همگام‌سازی مالی	نرم‌افزار حسابداری
جذب سرنخ از سایت	وردپرس / گرویتی فرم
اتصال به هر سیستم دیگر	API

۵.۱۱ چیزهایی که دیدار عمداً نیست

برای اینکه دامنه محصول خودمان را گم نکنیم:

- ERP کامل نیست
- حسابداری کامل نیست
- انبارداری سنگین نیست
- اتوماسیون اداری کامل نیست
- برای سازمان خیلی بزرگ، خود دیدار هم محدودیت دارد

ما هم در نسخه اول نباید به این سمت برویم.

جمع‌بندی دقیق‌تر این محدودیت‌ها، با مقایسه بازار ایران و جهان، در بخش ۱۵ آمده است.

---

۶. هسته دامنه محصول ما

صفحات عوض می‌شوند. این موجودیت‌ها نباید عوض شوند.

```
Organization (سازمان / مستأجر)
└── User (کاربر و نقش)
    ├── Contact (شخص)
    ├── Company (شرکت)
    ├── Pipeline (کاریز)
    │   └── Stage (مرحله)
    │   └── Deal (فرصت / معامله)
    ├── Activity (تماس، جلسه، وظیفه)
    ├── Note (یادداشت آزاد / Smart Notes)  ← الزام کارفرما
    │   ├── Attachment / VoiceNote
    │   ├── Tag / Pin / Reminder
    │   └── AiInsight (پیشنهاد قابل رد)
    ├── CustomerMemory (الزام کارفرما ← حافظه پایدار مشتری)
    ├── AskMent / Q&A (الزام کارفرما ← روی پرونده V2)
    ├── Product (محصول / خدمت)
    ├── Invoice (فاکتور / پیش‌فاکتور)
    ├── Payment (پرداخت)
    ├── Card / Ticket (کارت پروژه یا تیکت)
    ├── Form (فرم ساز)
    └── Automation (قانون اگر / آنگاه)
```

قانون طلایی:

> هر تعامل با مشتری باید روی یک پرونده بنشیند. هیچ پیامک، تماس، تیکت یا فاکتوری نباید یتیم بماند.

۷. نقشه راه ساخت

فاز ۰ — پایه‌ها

هدف: آماده شدن برای ساخت، بدون قابلیت تجاری.

- تصمیم مدل محصول: SaaS یا تک‌سازمانی
- انتخاب استک
- طراحی مدل داده هسته
- اسکلت monorepo: `apps/web` (Vue) + `apps/api` (Nest) + PostgreSQL/Redis در Docker
- احراز هویت
- چندمستأجری
- RTL، فارسی، تقویم شمسی
- نقش و دسترسی اولیه
- لاگ تغییرات روی موجودیت‌های اصلی
- `apps/landing` بعداً؛ فقط به‌عنوان یادآوری؛ پیاده‌سازی لندینگ پوشه خالی/رزرو

خروجی قابل بررسی:

- سند مدل داده
- پروژه خالی قابل اجرا
- ورود و ساخت سازمان / کاربر

فاز ۱ — MVP واقعی

هدف: یک تیم فروش بتواند کار روزمره‌اش را روی سیستم انجام دهد.

باید ساخته شود:

۱. ورود، نشست، نقش، سطح دسترسی

۲. اشخاص و شرکت‌ها

۳. جستجو و جلوگیری از تکراری

۴. کاریز فروش کانبان با کشیدن کارت

۵. پرونده معامله

۶. فعالیت‌ها: تماس، جلسه، وظیفه

۷. Smart Notes پایه (الزام کارفرما): ثبت/ویرایش/حذف، Pin، Tag، اتصال به مشتری و Deal، Reminder از Note، Activity Timeline

۸. تقویم و لیست «کارهای امروز / عقب‌افتاده»

۹. فیلد سفارشی ساده

۱۰. ایمپورت اکسل اشخاص و شرکت‌ها

۱۱. نوتیفیکیشن داخل برنامه

معیار پذیرش فاز ۱:

- فروشنده یک سرنخ را ثبت کند
- آن را به معامله تبدیل کند
- در کاریز جابه‌جا کند
- پیگیری بگذارد
- مدیر همان را در لیست و کاریز ببیند

زمان پیشنهادی: ۴ تا ۸ هفته برای یک تیم کوچک.

فاز ۲ — فروش جدی

هدف: معامله از «یادداشت فروش» تبدیل شود به «فرآیند فروش قابل اندازه‌گیری».

- محصول و خدمت روی معامله
- مبلغ، تخفیف، پیش‌بینی
- منبع آشنایی و دلیل شکست
- راکد شدن و فاسد شدن فرصت
- پیش‌فاکتور، فاکتور، پرداخت
- هدف‌گذاری و پیش‌بینی فروش
- فرم‌ساز و ورود سرنخ از سایت
- تقسیم مسئول و round-robin

- برچسب، فیلتر پیشرفته، اکسپورت
- Smart Notes MVP+ (الزام کارفرما): استخراج تاریخ و Next Action با AI، پیشنهاد Reminder/Task با تأیید کاربر، MENT Memory اولیه

فاز ۳ — پس‌ازفروش و عملیات

هدف: مشتری بعد از فروش رها نشود.

- تیکتینگ
- پرتال مشتری با ورود OTP
- دپارتمان، اولویت، SLA
- FAQ و پاسخ آماده
- CSAT
- کاریز کارت / پروژه
- پیامک و اعلان
- باشگاه مشتریان ساده: امتیاز، سطح، تخفیف
- تفکیک Note شخصی و تیمی (از سند کارفرما)

فاز ۴ — هوش، اتصال و مقیاس

هدف: محصول از ابزار فروش به پلتفرم کسب‌وکار تبدیل شود.

- اتوماسیون اگر / آنگاه
- گزارش‌ساز و داشبورد سفارشی
- API و وب‌هوک
- ووکامرس، درگاه، VoIP، حسابداری
- اینباکس پیام‌رسان‌ها
- دستیار AI روی پرونده و فروش
- Smart Notes V۲ (الزام کارفرما): Voice-to-Note، خلاصه تماس، Ask MENT روی کل تاریخچه مشتری
- تاریخچه ویرایش Note برای نسخه Enterprise
- PWA قوی؛ بعداً اپ بومی اگر لازم شد

آنچه عمداً عقب می‌افتد

دلیل عقب افتادن	مورد
اول وب باید عالی و موبایل‌فرندلی باشد	اپ بومی اندروید و iOS
CRM نباید ERP شود	حسابداری کامل
دامنه را می‌ترکاند	انبار سنگین
هر اتصال ناقص، پشتیبانی می‌سازد	ده‌ها اینتگریشن همزمان
بدون داده تمیز، هوش مصنوعی نمایشی است	AI تزئینی

---

۸. امکانات اضافه؛ جایی که می‌توانیم از دیدار جلو بزنیم

دیدار ساده است و همین سادگی نقطه قوتش است. ضعف یا جای خالی‌اش معمولاً در ارتباط ایرانی، اتوماسیون عمیق، نصب اختصاصی و گزارش‌سازی واقعی است. جزئیات تطبیقی این شکاف‌ها با بازار ایران و جهان در بخش ۱۵ آمده است.

۸.۱ اولویت بالا

این‌ها مزیت واقعی بازار ایران هستند و ارزش ساخت دارند. مورد اول مستقیماً از سند کارفرما آمده و در دیدار وجود ندارد.

چرا مهم است	امکان
الزام کارفرما؛ دیدار فقط یادداشت/فعالیت ساده دارد، نه حافظه مشتری و استخراج AI	Smart Notes + MENT Memory + Ask MENT
فروش ایرانی بیشتر در پیام‌رسان‌ها رخ می‌دهد تا ایمیل	اینباکس یکپارچه واتساپ، تلگرام، اینستاگرام، ایمیل
جلوی هدر رفتن سرنخ خوب را می‌گیرد	امتیازدهی سرنخ و توزیع هوشمند
دغدغه روزانه مدیر فروش ایرانی است	موتور پورسانت
دیدار اتوماسیون دارد، ولی جا برای محصول عمیق‌تر هست	اتوماسیون اگر / آنگاه قوی
خیلی شرکت‌ها ابر عمومی را نمی‌خواهند	نسخه نصب روی سرور مشتری
فقط چند نمودار آماده کافی نیست	گزارش‌ساز واقعی

۸.۲ اولویت متوسط

چرا مفید است	امکان
موتور جذب را کامل می‌کند	چت سایت با تبدیل خودکار به سرنخ

معامله را تا بستن کار جلو می‌برد	قرارداد و امضای دیجیتال
برای آموزشگاه، کلینیک، SaaS، سرویس نگهداری	اشتراک و تمدید دوره‌ای
تیکت تکراری را کم می‌کند	پایگاه دانش مشتری
وقتی داده کافی باشد، ارزش پیدا می‌کند	خلاصه تماس و پیشنهاد اقدام بعدی با AI
برای هلدینگ و فروش چندکاناله	چندشعبه / چندبرند روی یک حساب

۸.۳ enticing ولی خطرناک

این‌ها جذاب‌اند، اما اگر زود ساخته شوند پروژه را منحرف می‌کنند:

- مارکت‌پلیس افزونه
- شبکه اجتماعی داخلی سازمان
- ماژول منابع انسانی
- انبار و تولید
- حسابداری دوبل
- اپ جدا برای هر نقش

قانون: هر قابلیت جدید باید به یکی از این ۳ سوال جواب مثبت بدهد.

۱. آیا فروشنده هر روز از آن استفاده می‌کند؟

۲. آیا مدیر با آن تصمیم بهتری می‌گیرد؟

۳. آیا جلوی گم شدن مشتری یا پول را می‌گیرد؟

اگر جواب هر سه منفی است، برای بعداً بماند.

---

۹. ساختار فنی (تصمیم‌گرفته + پیشنهاد باقی‌مانده)

۹.۱ تصمیم قطعی کارفرما / تیم

توضیح	تصمیم	لایه
اپلیکیشن اصلی محصول؛ فعلاً **بدون Nuxt و بدون Next**	**Vue.js**	پنل CRM (فرانت)

API ماژولار، مناسب دامنه CRM و چندمستأجری	**NestJS**	بک‌اند
داده رابطه‌ای، JSONB برای فیلد سفارشی، گزارش	**PostgreSQL**	دیتابیس
وقتی محصول کامل و تست‌شده شد؛ احتمالاً **Nuxt** (یا Next)	**بعداً، جدا از پنل**	لندینگ عمومی

نکته مهم معماری:

- پنل CRM و لندینگ دو پروژه جدا هستند.
- الان فقط روی PostgreSQL + NestJS + Vue SPA تمرکز می‌کنیم.
- لندینگ را عمداً عقب می‌اندازیم تا دامنه محصول و هویت قفل شود.

۹.۲ پیشنهاد بقیه استک (قابل تأیید)

دلیل	پیشنهاد	لایه
استاندارد فعلی Vue؛ سریع و سبک	Vite + Vue ۳ + TypeScript	ساخت فرانت
state رسمی اکوسیستم Vue	Pinia	وضعیت UI / منطق کلاینت
SPA چندصفحه‌ای پنل	Vue Router	روتر
اتصال به API Nest	Axios یا ofetch	درخواست HTTP
پنل CRM جدول و فرم زیاد دارد؛ از صفر نسازیم ولی ظاهر عمومی نکنیم	یک سیستم سبک + CSS متغیرها؛ یا Element Plus / Naive UI فقط اگر لازم شد	UI / کامپوننت
نیاز بازار ایران	jalaliday + dayjs یا معادل	تقویم شمسی
فارسی پیش‌فرض	از روز اول در layout ریشه	RTL
پیشنهاد اول: **Prisma** برای سرعت توسعه و مهاجرت	Prisma یا TypeORM	بک ORM
ورودی کثیف وارد دامنه نشود	class-validator + Zod در مرزها	اعتبارسنجی API
پیشنهاد: **کوکی HttpOnly + refresh** برای پنل وب	JWT access + refresh، یا session کوکی HttpOnly	احراز هویت
دسترسی پرونده‌ای لازم است	Casl یا پیاده‌سازی Permission روی Nest Guards	نقش و مجوز
ایمپورت، پیامک، اتوماسیون، AI غیرهمزمان	Redis + BullMQ	صف کار

نشست، نرخ درخواست، کش گزارش سبک	Redis	کش
پیوست Note، تیکت، فاکتور	S۳-compatible (MinIO در توسعه، لیارا/ابرآروان/پیشگامان در تولید)	فایل / پیوست
برای Ask MENT و جست‌وجوی Note	اول PostgreSQL Full Text؛ بعداً Meilisearch اگر Notes سنگین شد	جست‌وجو
نوتیفیکیشن زنده	WebSocket در Nest یا SSE	Realtime (اختیاری فاز ۲+)
تبریک، OTP، اطلاع تیکت	سرویس ایرانی پیامک + صف	ایمیل / پیامک
استخراج Note و Memory بدون کند کردن UI	سرویس جدا پشت صف؛ نه داخل request کاربر	AI
خطای واقعی فروش را سریع ببینیم	Sentry (فرانت و بک) + لاگ ساخت‌یافته	مانیتورینگ
کاریز، Note، دسترسی tenant	Vitest (فرانت)، Jest/Vitest (Nest)، Playwright برای چند سناریوی حیاتی	تست
lint، test، build	GitHub Actions یا GitLab CI	CI
یک دستور برای بالا آوردن محیط	Docker Compose: Nest + Postgres + Redis + MinIO	استقرار توسعه
جدا از تصمیم لندینگ	Docker روی VPS یا PaaS ایرانی	استقرار تولید
اشتراک تایپ‌ها و قرارداد API	پیشنهاد: **monorepo** با `apps/web` (Vue) و بعداً `apps/api` (Nest) و `apps/landing` (Nuxt)	ساختار ریپو

۹.۳ ساختار پیشنهادی پوشه‌ها

```
crm/
  apps/
    web/          # Vue 3 + Vite — پنل CRM
    api/          # NestJS — API
    landing/      # Nuxt — بعداً (عمداً خالی می‌ماند)
  packages/
    shared/       # تایپ‌ها، ثابت‌ها، قرارداد DTO مشترک
  docs/
  docker-compose.yml
```

۹.۴ الزامات معماری از روز اول

این‌ها را عقب نیندازید. بعداً خیلی گران می‌شوند:

- روی تقریباً همه جدول‌ها `tenant_id`

- نقش و مجوز جدا از هم: Role و Permission
- مجوز در سطح پرونده، نه فقط ماژول
- تقویم شمسی و ساعت ایران به‌عنوان پیش‌فرض
- چندارزی از مدل داده، حتی اگر UI اولیه فقط ریال باشد
- وب‌هوک و event داخلی از همان هسته Nest
- لاگ تغییرات: چه کسی، چه زمانی، چه چیزی را عوض کرد
- جلوگیری از تکراری شخص با شماره موبایل نرمال‌شده
- صف برای کار سنگین: ایمپورت، پیامک، گزارش بزرگ، استخراج AI از Note
- CORS و کوکی فقط برای دامنه پنل؛ لندینگ بعداً دامنه جدا می‌گیرد

۹.۵ اصل طراحی رابط

رابط باید ۳ صفحه اصلی بیشتر حس نشود:

۱. **خانه / کارهای امروز:** چه چیزی عقب افتاده است؟

۲. **کاریز:** فروش الان کجاست؟

۳. **پرونده:** این مشتری کیست، چه Notes و Memory دارد؟

لیست‌ها، تنظیمات، گزارش‌ها و فرم‌ها دور همین ۳ صفحه ساخته می‌شوند.

اگر فروشنده برای ثبت یک Note یا پیگیری بیش از ۱۰ ثانیه فکر کند، طراحی اشتباه است.

۹.۶ امنیت و چندمستأجری

حداقل‌های غیرقابل مذاکره:

- جداسازی قطعی داده سازمان‌ها در لایه Query/Guard، نه فقط فیلتر UI
- احراز هویت قوی و نشست قابل ابطال
- محدودیت دسترسی در API Nest، نه فقط در Vue
- HTTPS و رمزنگاری در انتقال
- پشتیبان‌گیری قابل بازیابی PostgreSQL
- ثبت ورود و فعالیت‌های حساس
- فایل‌ها با لینک امضاشده و دسترسی tenant-aware

۹.۷ آنچه عمداً الان نمی‌سازیم

چرا نه الان	مورد
کارفرما فعلاً Vue خالص می‌خواهد	Nuxt / Next برای پنل
بعد از تکمیل و تست محصول	لندینگ بازاریابی
اول وب/PWA پنل	اپ بومی
REST نسخه اول کافی است؛ اگر لازم شد بعداً	GraphQL
مونولیت ماژولار Nest تا وقتی مقیاس اجباری نشده	میکروسرویس

---

۱۰. معیار موفقیت هر فاز

اگر معیار نداشته باشیم، هر فاز تا ابد کش می‌آید.

فاز ۱ موفق است اگر

- یک تیم ۳ تا ۱۰ نفره بتواند یک هفته کامل فقط با همین سیستم کار کند
- مدیر صبح به کاریز نگاه کند و وضعیت فروش را بفهمد
- هیچ پیگیری‌ای فقط در ذهن یا واتساپ شخصی فروشنده نماند
- کارشناس بتواند روی پرونده مشتری Note آزاد ثبت کند، Pin/Tag بزند، به Deal وصل کند و Reminder بسازد (الزام کارفرما)

فاز ۲ موفق است اگر

- مبلغ، محصول، منبع و دلیل شکست روی معاملات قابل گزارش باشد
- سرنخ سایت بدون ورود دستی به کاریز برسد
- فاکتور و پرداخت از روی معامله صادر شود
- AI از Note پیشنهاد Next Action / Reminder بدهد و فقط بعد از تأیید کاربر ذخیره شود
- MENT Memory روی پرونده مشتری نکات پایدار را نشان بدهد

فاز ۳ موفق است اگر

- درخواست پشتیبانی گم نشود
- مشتری وضعیت تیکت خودش را ببیند
- سابقه فروش و پشتیبانی روی یک پرونده باشد

فاز ۴ موفق است اگر

- کارهای تکراری بدون دخالت دستی جلو بروند
- اتصال‌های اصلی بازار ایران کار کنند
- سازمان جدید بتواند بدون تیم فنی در یک روز راه بیفتد
- کاربر بتواند با زبان طبیعی از سوابق مشتری سؤال کند (Ask MENT) و پاسخ با منبع ببیند
- Voice Note به متن تبدیل شود و خلاصه تماس ثبت شود

---

۱۱. ریسک‌ها

ریسک	چرا خطرناک است	کاهش ریسک
ساختن همه چیز با هم	محصول دیر به دست کاربر می‌رسد و پیچیده می‌شود	فازبندی سخت‌گیرانه
کپی کامل دیدار	دیر می‌رسیم و تمایزی نداریم	هسته ساده + چند مزیت مشخص
UI شلوغ	فروشنده برمی‌گردد به اکسل	طراحی حول ۳ صفحه اصلی
اتصال‌های زیاد از روز اول	نگهداری می‌ترکد	اول API و وب‌هوک، بعد کانکتور
نداشتن چندمستأجری از ابتدا	بازنویسی کامل	از روز اول`tenant_id`
AI زودهنگام	نمایشی و بی‌اعتماد	اول داده تمیز، بعد هوش
حسابداری و انبار	دامنه گم می‌شود	مالی سبک، اتصال به بیرون

---

۱۲. پیشنهاد شروع عملی

همین هفته

۱. مدل محصول را مشخص کنید: SaaS چندشرکتی یا تک‌سازمانی

۲. سه صنعت اول را انتخاب کنید؛ مثلاً آموزشگاه، بازرگانی، کلینیک

۳. پیشنهادهای باقی‌مانده بخش ۹.۲ را تأیید یا اصلاح کنید (monorepo، Prisma، UI kit، احراز هویت)

۴. فاز ۱ را تنها هدف جاری اعلام کنید

ترتیب ساخت پیشنهادی فاز ۱

۱. اسکلت پروژه و احراز هویت

۲. سازمان، کاربر، نقش

۳. شخص و شرکت

۴. کاریز و معامله

۵. فعالیت و تقویم

۶. فیلد سفارشی

۷. ایمپورت اکسل

۸. داشبورد کارهای امروز

خروجی مورد انتظار بعد از فاز ۱

یک محیط وب فارسی که بشود در آن:

- مشتری ساخت
- معامله ساخت
- کارت را در کاریز کشید
- پیگیری گذاشت
- اکسل وارد کرد
- گزارش خیلی ساده فروش را دید

---

۱۳. سوال‌های باز برای بررسی

لطفاً روی این موارد نظر بدهید تا سند به نسخه ۱.۰ برسد و بعد وارد پیاده‌سازی شویم.

۱. مدل محصول چیست؟ SaaS چندشرکتی یا CRM داخلی؟

۲. در کدام لایه بازی می‌کنیم: CRM فروش مثل دیدار/Pipedrive، پلتفرم درآمد مثل HubSpot، یا سوئیت سازمانی مثل پیام‌گستر/Salesforce؟

۳. پیشنهادهای بخش ۹.۲ را تأیید می‌کنید؟ مخصوصاً: Vite+Vue۳+TS، Pinia، Prisma، Redis+BullMQ، MinIO، monorepo

۴. سه صنعت اول کدام‌اند؟

۵. نسخه اول فقط وب است یا PWA هم از همان ابتدا لازم است؟

۶. نام محصول چیست؟ (در سند کارفرما نام MENT آمده است)

۷. Smart Notes در فاز ۱ حتماً MVP کامل باشد یا فقط ثبت Note پایه کافی است و AI/Memory به فاز ۲ برود؟

۸. کدام تمایزها برای شما غیرقابل حذف‌اند؟

- Smart Notes / MENT Memory / Ask MENT
- اینباکس پیام‌رسان‌ها
- نسخه نصب اختصاصی
- پورسانت
- اتوماسیون قوی
- گزارش‌ساز

۹. آیا حساب آزمایشی دیدار برای الگوبرداری دقیق‌تر UI در دسترس است؟

۱۰. آیا سند کارفرما فقط همین Smart Notes است یا PRDهای بیشتری برای ماژول‌های دیگر هم می‌آید؟

---

۱۴. تصمیم پیشنهادی برای ادامه

اگر این سند تأیید شود، قدم بعدی پیاده‌سازی اسکلت است:

- ساخت monorepo: Vue (پنل) + NestJS (API) + PostgreSQL
- قفل نسخه ۱.۰ سند با پاسخ سوال‌های باز
- محدوده قطعی فاز ۱ (شامل Smart Notes پایه)
- ۳ صنعت اول
- نام و هویت اولیه محصول (MENT؟)

لندینگ Nuxt عمداً بعد از تکمیل و تست محصول شروع می‌شود.

---

۱۵. آیا دیدار کامل است؟ بررسی تطبیقی بازار ایران و جهان

۱۵.۱ پاسخ کوتاه

خیر. دیدار برای حلقه فروش کسب‌وکار کوچک و متوسط تقریباً کامل است. برای تبدیل‌شدن به سیستم عامل کل کسب‌وکار کامل نیست.

این کمبود ایراد محصول نیست؛ انتخاب محصول است. دیدار عمداً شبیه Pipedrive ساخته شده: ساده، فروش‌محور، سریع‌یادگرفتنی. خودش هم در صفحه مقایسه نرم‌افزارها دو محدودیت را می‌پذیرد:

- سفارشی‌سازی و توسعه پیشرفته برای کسب‌وکارهای خیلی بزرگ محدود است
- گردش‌کار پیچیده و چندمنظوره سازمانی را کامل پوشش نمی‌دهد

پس سؤال درست این نیست که «آیا دیدار همه دکمه را دارد؟»

سؤال درست این است: «ما می‌خواهیم Pipedrive ایرانی بسازیم، یا پلتفرم درآمد (مثل HubSpot)، یا سوئیت سازمانی (مثل پیام‌گستر / Salesforce)؟»

پیشنهاد این سند: هسته را مثل دیدار/Pipedrive ساده نگه داریم، ولی چند شکاف واقعی بازار ایران و جهان را هدفمند پر کنیم. همه‌چیز پیام‌گستر یا Salesforce را کپی نکنیم.

۱۵.۲ سه لایه CRM در دنیا

بازار جهانی در سال ۲۰۲۶ دیگر یک «بهترین CRM» ندارد. محصولات در سه لایه جدا مقایسه می‌شوند.

لایه	مثال خارجی	مثال ایرانی	تمرکز	دیدار اینجاست؟
CRM فروش	Pipedrive، Close	دیدار، مشترینو	کاریز، پیگیری، تیم فروش کوچک	بله؛ جایگاه اصلی دیدار
پلتفرم درآمد	HubSpot، Zoho	دانا (نزدیک‌تر)	فروش + بازاریابی + خدمات روی یک داده	تا حدی؛ بازاریابی ضعیف است
سوئیت سازمانی / CX	Salesforce، Dynamics ۳۶۵	پیام‌گستر، سرو، پارس ویتایگر	فروش، خدمات، مرکز تماس، گردش‌کار، مالی، توسعه عمیق	خیر

اگر ما فقط دیدار را کپی کنیم، در لایه اول کامل می‌شویم و در دو لایه بالاتر جا می‌مانیم. اگر هرچه رقبا دارند را اضافه کنیم، سادگی را از دست می‌دهیم و محصول دیر به بازار می‌رسد.

۱۵.۳ مقایسه با CRMهای ایرانی

منابع این بخش: صفحات محصول و مقایسه دیدار، دانا، پیام‌گستر، پارس ویتایگر، و جمع‌بندی بازار ایران در ۱۴۰۵.

محصول	مدل	نقطه قوت نسبت به دیدار	نقطه ضعف	درس برای ما
دیدار	ابری، فروش‌محور	ساده‌ترین UI بازار ایران	سفارشی‌سازی محدود، فقط ابری، بازاریابی و گردش‌کار ضعیف	هسته UX را از اینجا بگیریم
پیام‌گستر	ماژولار، سازمانی	مرکز تماس حرفه‌ای، BPMS، کمپین تبلیغاتی، انبار، باشگاه، تجارت الکترونیک، BI، پورسانت	پیچیده، گران، یادگیری سخت	مرکز تماس و BPMS را کامل کپی نکنیم؛ اینباکس و گردش‌کار سبک را بله
دانا	ابری و محلی	اتوماسیون قوی‌تر، تیکت/Helpdesk ریشه‌دار، گزارش‌ساز، نصب داخلی، گواهی افتا	برای تیم خیلی کوچک سنگین است	نسخه محلی + اتوماسیون + تیکت قوی را جدی بگیریم
سرو	ابری، بر پایه SugarCRM	اتصال عمیق به سپیدار و راهکاران همکاران‌سیستم، خدمات پس‌ازفروش سازمانی	بیرون از اکوسیستم همکاران ضعیف است	اتصال حسابداری ایرانی حیاتی است، ولی وابسته به یک برند نشویم
پارس ویتایگر	نصب داخلی، بر پایه Vtiger	ماژول‌ساز، کمپین بازاریابی، قرارداد، سهمیه منطقه، انبار، پایگاه دانش، LDAP، گردش‌کار، کاربر نامحدود	UI قدیمی، نیاز به تیم فنی	قابلیت توسعه و کنترل داده را از اینجا یاد بگیریم، ظاهر را نه
پارمیس استار	CRM داخل اکوسیستم مالی	مشتری تا فاکتور تا انبار تا دریافت وجه یکپارچه است	بیشتر از CRM است؛ برای فروش خالص سنگین است	مالی سبک داخل CRM کافی است؛ ERP نسازیم

جمع‌بندی بازار ایران: دیدار بهترین شروع سریع است، نه کامل‌ترین سیستم. وقتی سازمان بزرگ‌تر می‌شود معمولاً به سمت دانا، پیام‌گستر، سرو یا ویتایگر می‌رود؛ چون به این‌ها نیاز پیدا می‌کند:

- نصب روی سرور خودشان
- مرکز تماس واقعی، نه فقط اتصال VoIP
- کمپین بازاریابی و امتیازدهی سرنخ
- گردش‌کار / BPMS
- انبار، خرید، قرارداد، پورسانت
- سفارشی‌سازی عمیق یا ماژول جدید

۱۵.۴ مقایسه با CRMهای خارجی

منابع این بخش: مقایسه‌های ۲۰۲۶ برای Zoho، Pipedrive، HubSpot، Salesforce و Dynamics ۳۶۵، به‌علاوه تعریف CRM سازمانی.

محصول	چیست	چیزی که دیدار ندارد یا ضعیف دارد
Pipedrive	نزدیک‌ترین معادل خارجی دیدار	حتی Pipedrive هم توالی ایمیل فروش، رهگیری بازشدن ایمیل، marketplace و دستیار فروش AI دارد
HubSpot	فروش + بازاریابی + خدمات روی یک پرونده	Marketing Hub: لندینگ، سکانس ایمیل، امتیازدهی، تبلیغات، پرورش سرنخ. Service Hub کامل‌تر. CMS و Commerce
Salesforce	پلتفرم سازمانی قابل توسعه	اشیای سفارشی، CPQ، AppExchange، Field Service، Data Cloud، Agentforce، حکمرانی داده سازمانی
Dynamics ۳۶۵	CRM داخل اکوسیستم مایکروسافت	Outlook/Teams بومی، Field Service، Copilot، Power Platform، نسخه ابری و محلی
Zoho CRM	سوئیت ارزان و وسیع	چندکاناله (ایمیل، چت، سوشال)، گردش‌کار، گیمیفیکیشن، Zia AI، اتصال به کل سوئیت Zoho

الگوی جهانی سال ۲۰۲۶ این است که CRM دیگر فقط دفترچه مشتری نیست. لایه‌های مورد انتظار بازار جدی از این قرار است:

۱. **Sales**: کاریز، فعالیت، پیش‌بینی، هدف، توالی پیگیری

۲. **Marketing**: کمپین، سگمنت، امتیازدهی، پرورش سرنخ، لندینگ

۳. **Service**: تیکت، SLA، پایگاه دانش، omnichannel

۴. **Revenue operations**: نقل‌قول پیچیده / CPQ، قرارداد، تمدید، پورسانت

۵. **Data & AI**: هویت یکپارچه مشتری، خلاصه مکالمه، پیشنهاد اقدام، ایجنت

۶. **Platform**: API، وب‌هوک، marketplace، نقش دقیق، نصب ابری یا داخلی

دیدار لایه ۱ را خوب پوشش می‌دهد، از لایه ۳ بخشی را دارد (تیکت ساده)، و لایه‌های ۲، ۴، ۵ و ۶ را ناقص یا سطحی دارد.

۱۵.۵ شکاف‌های مشخص دیدار

این فهرست برای اولویت‌بندی محصول ماست؛ نه برای اینکه همه را در نسخه اول بسازیم.

الف) بازاریابی؛ بزرگ‌ترین جای خالی نسبت به HubSpot و پارس ویتایگر / پیام‌گستر

وضعیت دیدار	در بازار هست؟	شکاف
پیامک گروهی دارد؛ پرورش سرنخ و سکانس واقعی ندارد	HubSpot، Zoho، پیام‌گستر، پارس ویتایگر	کمپین چندمرحله‌ای ایمیل / پیامک
ندارد یا بسیار ضعیف است	HubSpot، Salesforce، Zoho	امتیازدهی سرنخ
فرم‌ساز دارد؛ ابزار کمپین و لندینگ ندارد	HubSpot	لندینگ و فرم‌های بازاریابی پیشرفته
تمرکز روی پیامک و واتساپ است، نه inbox فروش	Pipedrive، HubSpot	همگام‌سازی ایمیل و رهگیری بازشدن
منبع آشنایی دارد؛ مدیریت کمپین و هزینه ندارد	پیام‌گستر، HubSpot	تبلیغات و نسبت هزینه به نتیجه کمپین

ب) خدمات و ارتباط؛ جایی که پیام‌گستر و دانا جلوترند

وضعیت دیدار	در بازار هست؟	شکاف
اتصال VoIP دارد، مرکز تماس کامل نیست	پیام‌گستر: تماس، شنود، نجوا، ضبط، گزارش اپراتور	مرکز تماس واقعی
کانال‌ها جدا یا محدودند	روند جهانی omnichannel	اینباکس یکپارچه واتساپ / تلگرام /

		اینستاگرام / ایمیل
FAQ تیکت دارد؛ دانش‌نامه کامل ندارد	پارس ویتایگر، HubSpot Service	پایگاه دانش مشتری
ندارد	Dynamics، Salesforce	Field Service / اعزام تکنسین
نظرسنجی ساده دارد	سوئیت‌های خدمات	NPS و صدای مشتری فراتر از CSAT تیکت

ج) فروش پیشرفته و درآمد

وضعیت دیدار	در بازار هست؟	شکاف
فاکتور و محصول ساده دارد	Salesforce، برخی افزونه‌های HubSpot	CPQ: پیکربندی محصول، قاعده قیمت، بسته پیشنهادی
ندارد	پارس ویتایگر، ابزارهای خارجی	قرارداد و امضا
ندارد	پیام‌گستر صریحاً بازار ایران را با آن می‌فروشد	پورسانت
فروش اقساطی دارد؛ اشتراک دوره‌ای کامل نیست	نیاز آموزشگاه، کلینیک، SaaS	تمدید و اشتراک
ندارد	پارس ویتایگر، Salesforce	territory / سهمیه منطقه‌ای
ندارد؛ و این برای CRM محض درست است	پیام‌گستر، پارمیس، پارس ویتایگر	انبار و سفارش

د) پلتفرم، امنیت و استقرار

وضعیت دیدار	در بازار هست؟	شکاف
فقط ابری	دانا، پیام‌گستر، پارس ویتایگر، Dynamics On-prem	نصب روی سرور مشتری
اتوماسیون پیگیری دارد؛ BPMS ندارد	پیام‌گستر، دانا، ویتایگر	گردش‌کار گرافیکی / BPMS
فقط فیلد سفارشی	Salesforce، پارس ویتایگر	ماژول‌ساز یا شیء سفارشی
داشبورد و گزارش آماده دارد	دانا، Dynamics / Power BI، Salesforce	گزارش‌ساز واقعی
اکوسیستم افزونه ندارد	Salesforce، HubSpot، Pipedrive	Marketplace افزونه
نقش و دسترسی دارد؛ عمق سازمانی کمتر است	دانا: افتا؛ ویتایگر: LDAP و ورود دو مرحله‌ای	امنیت سازمانی
ایمپورت/اکسپورت دارد؛ مدل سورس‌بسته است	دغدغه خریداران ایرانی	خروج آسان داده / عدم قفل فروشنده

ه) هوش مصنوعی

دیدار دستیار «آیدا» دارد. این برای بازار ایران امتیاز است، ولی با استاندارد ۲۰۲۶ خارجی فاصله دارد:

- Salesforce: Agentforce و پیش‌بینی
- HubSpot: Breeze برای پیش‌نویس ایمیل و خلاصه معامله
- Dynamics: Copilot روی Outlook و جلسه
- Zoho: Zia برای ناهنجاری و تحلیل احساس
- دانا: دستیار «دانایار»

AI مفید در CRM یعنی: خلاصه پرونده، پیشنهاد اقدام بعدی، نوشتن پیگیری، امتیازدهی، و تشخیص معامله در خطر. چت‌بات تزئینی امتیاز نیست.

۱۵.۶ چه چیزی را نباید از رقبا کپی کنیم

کامل‌تر بودن همیشه بهتر نیست. پیام‌گستر و Salesforce کامل‌اند، ولی استقرارشان طولانی، آموزش‌شان سخت و هزینه نگهداری‌شان بالاست. دیدار دقیقاً به‌خاطر نساختن همین‌ها در SMB برنده شده است.

عمداً از دامنه محصول بیرون بماند، مگر تقاضای قطعی مشتری سازمانی بیاید:

- حسابداری دوبل و انبار کامل
- اتوماسیون اداری و دبیرخانه
- مرکز تماس با شنود و نجوا در نسخه اول
- Field Service
- Data Cloud / CDP سازمانی
- Marketplace افزونه در سال اول
- ماژول منابع انسانی

قانون: هر قابلیت جدید باید فروشنده را سریع‌تر کند، مدیر را دقیق‌تر کند، یا جلوی گم‌شدن مشتری و پول را بگیرد. اگر فقط «رقیب دارد» باشد، کافی نیست.

۱۵.۷ پیشنهاد «کاملِ کافی» برای محصول ما

هدف ما کامل‌تر از دیدار بودن است، نه تبدیل‌شدن به ERP.

از کی	چرا	قابلیت فراتر از دیدار	اولویت
پایه در فاز ۱؛ AI و Memory	الزام کارفرما؛ تمایز واضح نسبت	Smart Notes + Memory	باید داشته باشیم

در فاز ۲، Ask/Voice در فاز ۴	به یادداشت ساده دیدار	مشتری	
بعد از فاز ۱، داخل فاز ۳/۴	فروش ایران بیشتر در واتساپ و تلگرام است تا ایمیل	اینباکس پیام‌رسان‌های ایرانی	باید داشته باشیم
فاز ۴؛ مدل داده از فاز ۱ آماده شود	شکاف اصلی دیدار در برابر دانا و HubSpot	اتوماسیون اگر/آنگاه واقعی	باید داشته باشیم
فاز ۲ تا ۴	دیدار جذب می‌کند، اولویت‌بندی عمیق ندارد	امتیازدهی سرنخ و توزیع هوشمند	باید داشته باشیم
معماری از روز اول؛ ارائه بعداً	نقطه ضعف ابری‌بودن دیدار در بازار ایران	نسخه نصب اختصاصی	باید داشته باشیم
فاز ۴	داشبورد آماده کافی نیست	گزارش‌ساز قابل تنظیم	باید داشته باشیم
بعد از مالی فاز ۲	دغدغه بومی، در دیدار نیست	موتور پورسانت	خیلی بهتر است داشته باشیم
فاز ۴	بدون تبدیل‌شدن به Marketing Hub کامل	کمپین پیامکی/ایمیلی چندمرحله‌ای	خیلی بهتر است داشته باشیم
فاز ۳	تیکت دیدار هست؛ دانش و سلف‌سرویس ضعیف است	پایگاه دانش + پرتال قوی‌تر	خیلی بهتر است داشته باشیم
فقط با مشتری مشخص	بازار سازمانی است؛ MVP را می‌کشد	مرکز تماس کامل، CPQ پیچیده، انبار، BPMS گرافیکی	اختیاری و دیرتر

نتیجه برای نقشه راه:

- فاز ۱ و ۲ همان هسته دیدار بماند
- تمایز از فاز ۳ به بعد با پر کردن شکاف‌های واقعی شروع شود
- معیار کامل‌بودن این نباشد که از پیام‌گستر یا Salesforce جلو بزنیم
- معیار این باشد که یک شرکت ایرانی بتواند فروش، پیگیری، ارتباط و خدمات را بدون اکسل و واتساپ شخصی جلو ببرد، و وقتی بزرگ شد مجبور به تعویض سیستم نشود

۱۵.۸ جمع‌بندی این بخش

۱. دیدار کامل نیست؛ کاملِ فروش برای SMB است.

۲. در ایران، پیام‌گستر و پارس ویتایگر جامع‌ترند؛ دانا در اتوماسیون و خدمات جلوتر است؛ سرو در اتصال به همکاران‌سیستم جلوتر است.

۳. در جهان، معادل درست دیدار Pipedrive است نه Salesforce.

۴. جای خالی واقعی برای محصول ما: ارتباط ایرانی، اتوماسیون، امتیازدهی، پورسانت، گزارش‌ساز، و امکان نصب داخلی است.

۵. کپی کامل رقبا اشتباه است. سادگی دیدار را نگه داریم و همان شکاف‌ها را هدف بگیریم — به‌ویژه Smart Notes طبق سند کارفرما.

---

۱۶. الزامات کارفرما: MENT Smart Notes و مقایسه با دیدار

منبع: فایل کارفرما `MENT_Smart_Notes_PRD.docx` / `MENT_Smart_Notes.pdf` — نسخه ۱.۰

نام محصول در سند کارفرما: **MENT**

ایده مرکزی سند: «هرچی درباره مشتری می‌دونی، فقط بنویس؛ منتک بقیه‌ش رو می‌فهمه.»

۱۶.۱ این سند کارفرما چیست؟

یک PRD کامل برای ماژول **یادداشت هوشمند و حافظه مشتری** است، نه کل CRM. تمرکز روی این است که ثبت اطلاعات مشتری مثل Google Keep ساده باشد و سیستم با AI آن را به اقدام و حافظه تبدیل کند.

این بخش باید روی هسته CRM (شبیه دیدار) سوار شود؛ جایگزین کاریز و بانک مشتری نیست.

۱۶.۲ دیدار در این حوزه چه دارد؟

وضعیت	قابلیت نزدیک در دیدار
دارد؛ ثبت متنی ساده	یادداشت روی پرونده شخص / شرکت / معامله
دارد؛ سطحی	دسته‌بندی یادداشت‌ها
دارد؛ فرم‌محورتر از Keep	فعالیت: تماس، جلسه، وظیفه
دارد	پیگیری و یادآوری از فعالیت
دارد	Activity / تاریخچه روی پرونده
دارد	نوتیفیکیشن

جمع‌بندی: دیدار «جا برای نوشتن» دارد، ولی تجربه Keep-مانند + استخراج فروش + حافظه پایدار مشتری + پرسش زبان طبیعی را ندارد.

۱۶.۳ آنچه کارفرما می‌خواهد و دیدار ندارد

سند محصول و نقشه راه CRM

فاز پیشنهادی ما	اولویت کارفرما	در دیدار؟	قابلیت سند کارفرما
فاز ۱	ضروری MVP	ندارد (فرم/فعالیت سنگین‌تر است)	Composer ساده مثل Keep؛ ثبت با حداکثر یک کلیک بعد از تایپ
فاز ۱	ضروری MVP	ندارد به‌این شکل	انواع Note اختیاری: معمولی، نتیجه تماس، جلسه، نکته مهم، هشدار، کار بعدی
فاز ۲	ضروری UX	ندارد	تشخیص خودکار نوع Note توسط سیستم
فاز ۱	ضروری MVP	ندارد یا ضعیف	Pin / Unpin
فاز ۱	ضروری MVP	محدود	Tag و جست‌وجو روی Notes
فاز ۱	ضروری MVP	نسبتاً دارد روی پرونده	اتصال Note به مشتری و Deal
فاز ۱	ضروری MVP	غیرمستقیم از طریق فعالیت	Reminder مستقیم از داخل Note
فاز ۱	ضروری MVP	جزئی	Activity Timeline یکپارچه با Notes
فاز ۱	ضروری MVP	ندارد شفاف	تبدیل Note به Task از منوی سه‌نقطه
فاز ۱	ضروری/پیشنهادی	محدود	فایل پیوست روی Note
فاز ۴	بعدی V۲	ندارد	Voice Note
فاز ۲	پیشنهادی MVP+	ندارد	استخراج AI: حساسیت قیمت، علاقه‌مندی، فرد تصمیم‌گیر، Next Action، زمان پیگیری
فاز ۲	پیشنهادی MVP+	ندارد	پیشنهاد اقدام با تأیید کاربر («پنجشنبه ۱۰ یادآوری بسازم؟»)
از فاز ۲ الزامی	قانون محصول	—	ممنوعیت ثبت خودکار Memory / Reminder مهم بدون تأیید
فاز ۲	پیشنهادی MVP+	ندارد	MENT Memory: خلاصه زنده نکات پایدار مشتری با منبع
فاز ۲	پیشنهادی MVP+	ندارد	ویرایش / تأیید / حذف

			Memory Item توسط کاربر
فاز ۴	بعدی V۲	ندارد	Ask MENT: سؤال زبان طبیعی روی سوابق مشتری با تاریخ و منبع
فاز ۴	بعدی V۲	ندارد	Voice-to-Note و خلاصه تماس
فاز ۳	نسخه‌های بعدی	ندارد شفاف	Note شخصی در برابر تیمی
فاز ۴	Enterprise	ندارد شفاف	تاریخچه ویرایش Note سازمانی
فاز ۲	پیشنهادی	ندارد	AI Insights کوچک روی کارت Note
از فاز ۲	قانون UX	—	نمایش برداشت‌های AI به‌عنوان «برداشت سیستم» نه حقیقت قطعی

۱۶.۴ جریان تجربه کاربری (از سند کارفرما)

۱. **ثبت سریع:** متن، Voice Note یا فایل

۲. **تشخیص هوشمند:** تاریخ، پیگیری، حساسیت، ترجیح، شخص مؤثر

۳. **پیشنهاد اقدام:** مثلاً ساخت Reminder یا افزودن به Deal — با تأیید

۴. **ذخیره در Memory:** فقط نکات پایدار و مهم، بعد از تأیید کاربر

مثال متن ورودی از PRD:

> صحبت کردم. گفت قیمت یکم بالاست. تا پنجشنبه با مدیر مالی صحبت می‌کنه. پنجشنبه ساعت ۱۰ زنگ بزنم. بیشتر دنبال پلن یک‌ساله‌ست.

خروجی پیشنهادی MENT:

- حساسیت: قیمت
- علاقه‌مندی: پلن سالانه
- فرد مؤثر در تصمیم: مدیر مالی
- Next Action: تماس پیگیری
- زمان پیگیری: پنجشنبه ساعت ۱۰

۱۶.۵ ساختار کارت Note (الزام UI)

روی هر کارت باید دیده شود:

- عنوان یا نوع Note
- متن اصلی
- نویسنده
- تاریخ و ساعت
- Tagها
- Pin / Unpin
- Reminder متصل
- فایل و Voice Note
- Deal مرتبط
- منوی سه‌نقطه: ویرایش، حذف، تبدیل به Task
- AI Insights کوچک و غیرمزاحم

Composer در بالای تب Notes؛ MENT Memory در ستون کناری (طبق اتود PRD).

۱۶.۶ قوانین محصول که باید در طراحی ما قفل شود

۱. ثبت Note بعد از تایپ حداکثر با یک کلیک

۲. فرم اجباری برای ثبت Note وجود نداشته باشد

۳. پیشنهادهای AI قابل رد باشند و جریان کار را نشکنند

۴. اطلاعات شخصیتی / ترجیحات به‌عنوان «برداشت سیستم» نشان داده شوند

۵. AI بدون تأیید کاربر Reminder مهم یا Memory دائمی نسازد

۶. دسترسی Notes از Permission پرونده مشتری تبعیت کند

۷. تاریخچه ویرایش برای Noteهای سازمانی در نسخه Enterprise

۱۶.۷ معیارهای موفقیت مخصوص این ماژول

از سند کارفرما؛ باید در داشبورد محصول اندازه‌گیری شوند:

- درصد مشتریانی که حداقل یک Note دارند

- تعداد Note ثبت‌شده به ازای هر کارشناس در هفته
- درصد Noteهایی که به Task / Reminder تبدیل می‌شوند
- کاهش Follow-up فراموش‌شده
- نرخ استفاده از MENT Memory
- نرخ پذیرش پیشنهادهای AI
- زمان متوسط ثبت یک Note

۱۶.۸ جمع‌بندی مقایسه با دیدار

MENT / ما	دیدار	لایه
الزام کارفرما	ضعیف	ثبت سریع آزاد
باید داشته باشیم (مثل دیدار)	قوی	فعالیت ساخت‌یافته
الزام کارفرما	ندارد	حافظه پایدار مشتری
تمایز اصلی	ندارد	استخراج فروش از متن
V۲	ندارد	پرسش زبان طبیعی
هسته UX Notes	ندارد	سادگی Keep

نتیجه برای ساخت:

- فاز ۱: هسته دیدار + Smart Notes پایه (بدون وابستگی اجباری به AI)
- فاز ۲: هوش Notes و Memory
- فاز ۴: Ask MENT و Voice

بدون این ماژول، محصول فقط «دیدار دیگر» می‌شود. با این ماژول، تمایز کارفرما روشن است.

پیوست الف. واژه‌نامه

معنی در این محصول	واژه
کسی که هنوز مشتری نشده ولی ردپا گذاشته است	سرنخ / Lead
فرد واقعی با شماره، سمت و سابقه	شخص / Contact
سازمان طرف حساب	شرکت / Company

یک فروش بالقوه با مبلغ و مرحله	فرصت / معامله / Deal
مسیر بصری مراحل فروش یا کار	کاریز / Pipeline
یک ستون کاریز؛ مثلاً پیشنهاد، مذاکره، برد	مرحله / Stage
تماس، جلسه، وظیفه، یادداشت	فعالیت / Activity
واحد کار در کاریز پروژه یا تیکت	کارت / Card
درخواست پشتیبانی مشتری	تیکت
تعهد زمانی پاسخ یا حل	SLA
امتیاز رضایت بعد از پاسخ	CSAT
یک سازمان مشتری سیستم در مدل SaaS	مستأجر / Tenant
فیلدی که هر سازمان برای خودش می‌سازد	فیلد سفارشی
معامله‌ای که بیش از حد در یک مرحله مانده	راکد / فاسد
یادداشت آزاد و سریع روی پرونده مشتری، شبیه Keep	Smart Notes
خلاصه زنده نکات پایدار مشتری با منبع	MENT Memory
پرسش زبان طبیعی روی سوابق یک مشتری	Ask MENT
اقدام بعدی استخراج‌شده از Note	Next Action
یادداشت صوتی که بعداً به متن تبدیل می‌شود	Voice Note
همه کانال‌های ارتباط مشتری در یک صندوق واحد	omnichannel
پیکربندی محصول، قیمت‌گذاری و صدور پیشنهاد	CPQ
طراحی گرافیکی گردش‌کار سازمانی	BPMS
اعزام و مدیریت تکنسین در محل مشتری	Field Service
نصب روی سرور خود سازمان، نه ابر عمومی	On-premise

پیوست ب. منابع بررسی

سند کارفرما

- `docs/client/MENT_Smart_Notes_PRD.docx`
- `docs/client/MENT_Smart_Notes.pdf`
- `docs/client/MENT_Smart_Notes_extracted.md`

دیدار

- https://didar.me/
- https://didar.me/didar-crm-features/
- https://didar.me/crm-customer-database/
- https://didar.me/sales-pipeline-manage-deals/
- https://didar.me/crm-manage-leads/
- https://didar.me/crm-reports-dashboards/
- https://didar.me/ticketing/
- https://didar.me/sales-software/
- https://didar.me/best-crm-softwares/
- https://didar.me/crm-comparison-didar-vs-payamgostar/
- https://didar.me/crm-comparison-didar-vs-danapardaz/
- https://didar.me/crm-comparison-didar-vs-sarv/
- https://support.didar.me/docs/کاربرد-وب-فرم/
- https://support.didar.me/docs/راهنمای-کار-با-تیکتینگ-دیدار/

CRMهای ایرانی

- https://www.payamgostar.com/
- https://www.payamgostar.com/fa/products/call-center/overview
- https://danapardaz.com/danacrm/comparing-crm/
- https://danapardaz.com/danacrm/bestcrm/
- https://parsvt.com/vtiger-crm-features/
- https://parsvt.com/workflow-automation/
- https://narmafzaran.com/بهترین-crm-های-ایرانی/

CRMهای خارجی و چارچوب بازار ۲۰۲۶

- https://softwarerundown.com/best-crm-software-۲۰۲۶-salesforce-hubspot-pipedrive-comparison
- https://www.viewpointanalysis.com/post/crm-software-options-۲۰۲۶

- https://vendorclash.com/marketing-crm/hubspot-vs-pipedrive
- https://monday.com/blog/crm-and-sales/pipedrive-vs-hubspot/
- https://www.creatio.com/glossary/enterprise-crm
- https://aheadchoice.com/enterprise-crm-solutions