“21”风险登记册

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **描述** | **根本原因** | **类型** | **概率** | **影响** | **责任人** | **应对策略** |
| R1 | 用户认可度不高 | 没有足够区别于已有软件的吸引力 | 用户风险 | 高 | 中 | 乔晓悦，李婷 | 深入分析用户群体特点和需求，设计出符合他们的习惯养成计划 |
| R2 | 投资引入不畅 | 投资方的了解不够、信心不足，及需要做一定的配合缺乏意愿。 | 资金风险 | 中 | 高 | 刘丹青、付逍遥、侯德森 | 深入分析投资方发展方向，设计出符合他们的投资需求 |
| R3 | 用户参与兴趣消退，放弃习惯养成 | 打卡形式单一，吸引度不够。 | 流程风险 | 高 | 高 | 李婷、刘丹青 | 设计科学的业务流程，提高产品功能多样性。 |
| R4 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建技术团队 | 人员风险 | 中 | 高 | 乔晓悦，付逍遥 | 及时调度相应的人员到位 |
| R5 | 无法获得足够的推广费用 | 产品快速推广时，需要大量的资金，目前团队不具备，需要寻找投资 | 资金风险 | 高 | 高 | 侯德森 | 及时争取引进投资 |