**去年的蛋糕风险登记册**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **描述** | **根本原因** | **类型** | **概率** | **影响** | **责任人** | **应对策略** |
| R1 | 客户认可度不高 | 没有足够区别于已有电商服务的吸引力 | 商业风险 | 高 | 高 | 单鑫楠 | 深入分析客户群体特点和需求，设计出符合他们的电子购物平台 |
| R2 | 商家参与度不高 | 商家对电子商务的了解不够、信心不足，及需要做一定的配合缺乏意愿 | 用户风险 | 高 | 高 | 吕怡浩 | 构建简单快捷的操作机制，容易上手，易操作。 |
| R3 | 无法实现低于1小时的快速送货 | 各市里存在上下班高峰期，并且响应订单、准备货物和到达目的地后快速联系用户还要消耗一定的时间 | 流程风险 | 中 | 高 | 王爽 | 设计科学的业务流程，监控路况，确保快递速度 |
| R4 | 技术难点无法按时突破 | 技术团队能力有限以及技术难点涉及的范围较广、问题复杂 | 技术风险 | 中 | 高 | 郭伟、刘鹏辉 | 适当增加专业的技术人员到位 |
| R5 | 无法获得足够的推广费用 | 软件产品推广，吸引商家和买家两类使用人群时，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 | 杨柳鑫 | 及时争取引进投资 |