心理咨询风险登记册

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **描述** | **根本原因** | **类型** | **概率** | **影响** | **责任人** | **应对策略** |
| R1 | 患者认可度不高 | 没有足够区别于已有类似服务平台的吸引力 | 商业风险 | 高 | 高 | 鲍张军  刘田会  张振东 | 深入分析心理患者的特点和需求，设计出符合他们使用习惯的服务平台 |
| R2 | 心理服务所和医院参与度不高 | 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 | 鲍张军  刘田会  张振东 | 深入分析医院与心理服务所的特点和需求，设计出符合他们的电子销售平台 |
| R3 | 无法实现7\*24的不间断服务 | 心理服务所与医院夜间上班时间较短 | 流程风险 | 中 | 高 | 鲍张军 | 调整规划时间，争取与心理咨询师进行交流 |
| 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 | 魏谦强  鲍张军 | 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 | 鲍张军 | 及时争取引进投资 |