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 | 学生认可度不高 | 没有足够区别于已有类似产品的吸引力 | 商业风险 | 高 | 高 | 谢卿卉、刘莉娅、皇甫玉如 | 深入分析学生群体特点和需求，设计出符合他们的电子平台 |
| R2 | 用户参与度不高 | 用户对产品的了解不够、信心不足，及需要做一定的配合缺乏意愿 | 用户风险 | 高 | 高 | 谢卿卉、张梦如、杨小云 | 深入分析用户群体特点和需求，设计出符合他们的电子交易平台 |
| R3 | 进入市场缓慢 | 营销方法不当 | 商业风险 | 高 | 高 | 程璐、谢卿卉 | 雇用专业营销团队进行市场推广 |
| 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 | 程璐 | 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 | 程璐 | 及时争取引进投资 |