ShareMate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电商服务的吸引力 | 商业风险 | 高 | 高 | 牛薇薇 | 深入分析学生群体特点和需求，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 | 牛薇薇，孟菲菲，刘梦琪 | 深入分析商户群体特点和需求，设计出符合他们的电子销售平台 |
| R3 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建技术团队 | 人员风险 | 中 | 高 | 付娆 | 及时调度相应的人员到位 |
| R4 | 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 | 冯嘉星，李春柳 | 及时争取引进投资 |
| R5 | 恶意促销产品 | 笔记发布者技术庞大背景复杂，无法确保所分享笔记中所涉及产品的效果以及笔记内容的真实性 | 商业风险 | 高 | 高 | 冯嘉星 | 及时的筛选笔记内容 |
| R5 | 初期用户量低 | 各类社交软件的存在，已占用了绝大部分的市场，，若无强有力的推广以及特色功能，难以与其他软件抢占市场份额 | 用户风险 | 高 | 高 | 付娆 | 加大推广 |