|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 商家的认可度不高 | 商家习惯了传统的导购向顾客介绍产品的售卖方式，对这种新型的产品没有足够的信心 | 商业风险 |
| 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 |
| R3 | 肤质检测可能会出现错误 | 技术不到位，没有足够专业的技术来为顾客提供零失误的肤质检测 | 技术风险 |
| R4 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建技术团队 | 人员风险 |
| 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 |
| R6 | 用户认可度不高 | 用户对此类软件比较陌生，对检测结果不信任，没有足够的说服力 | 技术风险 |
| R7 | 用户的特殊需求达不到 | 软件没有感情，只是停供了适合用户的产品，但有的用户有特殊需求，技术可能无法达到完全  的人性化 | 技术风险 |
| R8 | 软件维护难度可能较高 | 在软件漫长的运营期内，不断的会有产品的推除和创新，维护的次数频繁且繁琐，扩展难度大，所以加大了难度。 | 维护风险 |
| R9 | 软件的通用性差 | 不同的实体店和网上门店所售的商品特点不同，需要根据特定的商家来设计相应符合售卖商品的  软件 | 通用性风险 |
| R10 | 软件的质量保证难度较大 | 软件对用户的肤质检测需要有专业知识的说服，寻找相应的专业人员难度较大 | 质量风险 |