游迹风险登记册

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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旅游APP的吸引力 | 商业风险 | 高 | 高 | 刘恒韧，郝帅虎，梁启文，李俊霞 | 深入分析客户群体特点和需求，设计出符合他们的APP |
| 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 | 刘恒韧，李俊霞 | 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 | 无法精确肯定景点了评论 | 用户或者商家恶意刷数据 | 流程风险 | 中 | 高 | 梁启文 | 设计验证码控制刷数据的存在 |
| 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 | 张明 | 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 | 张明 | 及时争取引进投资 |