method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计划软件的吸引力 | 商业风险 | 高 | 高 | 卢毅双，李佳，李召云 | 深入分析学生群体特点和需求，设计出符合他们的计划软件 |
| R2 | 商家参与度不高 | 商家对软件的了解不够、信心不足，及需要做一定的配合缺乏意愿 | 用户风险 | 高 | 高 | 李佳，李召云，闫佳莹 | 深入分析商户群体特点和需求，设计出符合他们的推送广告平台 |
| R3 | 无法实现到指定日期的提醒功能 | 用户设定提醒是很容易的，但是到达日期之后后台关闭则没有办法提醒用户 | 流程风险 | 中 | 高 | 卢毅双，董全鹤 | 设计科学的后台管理服务，确保后台处于正常运行状态 |
| 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 | 卢毅双 | 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 | 卢毅双 | 及时争取引进投资 |