|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 风险类型 | 序号 | 风险 | 预防措施 |
| a.来自用户的风险 | a.1 | 没有足够用户参与 | 1. 做好市场调查，甚至可以适当的增加小赠品 |
| a.2 | 部分用户分类被忽略 | 1. 用户部分分析详细 2. 把分析不到的用户归成一个大类 |
| b.文档交付风险 | b.1 | 规格说明过于精简 | 1. 交付时组长监督 2. 其他成员小组例会时提出问题 |
| b.2 | 产品开发计划不准确 | 1. 及时与相关负责人交流，了解思想适当修改 |
| c.市场风险 | c.1 | 市场需求模棱两可 | 1. 调查充分，对于不确定部分尽可能留空或增加可修改度 |
| c.2 | 市场需求不断变化 | 1. 开发到一段时间之后，进行市场调查，出现变更之后，小组进行开会修改 |
| d.来自客户的风险 | d.1 | 客户参与度不够 | 1. 组长尽可能多的和客户预约，进行商讨和修改 |
| d.2 | 客户对产品缺少认同 |
| d.3 | 客户需求变更 | 1. 及时与客户交流 2. 在适当的地方增加可供选择的栏目 |
| e.管理风险 | e.1 | 缺少有效的需求变化管理过程 | 1. 开例会时，组员内部尽可能提出自己的问题，组长进行统一，发现问题，再讨论 2. 组长根据规格文档，检查仔细 |
| e.2 | 对需求的变化缺少相关分析 |
| f.其他 | f.1 | 需求计划预算出现问题 | 1. 分析详尽，尽可能节省 2. 组内分摊 |