食途风险登记册

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 | 张成成、王清顺、闫博文 | 深入分析用户群体特点和需求，设计出符合他们的服务平台 |
| R2 | 用户参与度不高 | 没有足够的吸引力 | 用户风险 | 高 | 高 | 郭佳昊、陈自力、朱鸿宇 | 深入分析用户群体特点和需求，设计出符合他们的服务平台 |
| 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 | 王清顺 | 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 | 陈自力 | 及时争取引进投资 |