大学生电子商务网风险登记册

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **描述** | **根本原因** | **类型** | **概率** | **影响** | **责任人** | **应对策略** |
| R1 | 家长接受度低 | 家长不能接受互联网+教育 | 用户风险 | 高 | 高 | 李欣然 | 深入分析学生群体特点和需求，设计出符合他们的电子购物平台 |
| R2 | 学校接受度低 | 学校看不见软件的优势，觉得多此一举 | 用户风险 | 高 | 高 | 冯嘉星 | 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 | 其他同类型软件抢占市场 | 软件上市后，回合ofo一样有众多的模仿者，我们要早上市，早占领市场。并保持自身优势，保留住客户。 | 市场风险 | 中 | 高 | 王函瑜、冯敏 | 设计科学的业务流程，确保快递速度 |
| R4 | 人员不能及时到位 | 销售人员和运维等不能及时就位，耽误软件上市。 | 人员风险 | 中 | 高 | 薛云晴 | 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 | 邬梓渌 | 及时争取引进投资 |