玩转周末风险登记册

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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电商服务的能力 | 商业风险 | 高 | 高 | 王琚，左林嶷 | 深入分析学生群体特点和需求，设计出符合他们的分享生活的社区 |
| R2 | 商家参与度不高 | 商家对玩转周末项目的了解不足，对于盈利模式产生怀疑 | 用户风险 | 高 | 高 | 王琚，刘月，张馨予 | 深入分析商户群体特点和需求，设计出符合他们的互动生活社区 |
| R3 | 计划日程不能满足所有用户 | 商家或网红大V给出的日程并不能符合所有人的需求 | 服务风险 | 中 | 中 | 刘月，张馨予 | 设计互动性强的日程，确保完成大多数人的需求 |
| 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 | 张馨予 | 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 | 杨美静 | 及时争取引进投资 |