

下厨房 2021~2023 届管培生岗位

下厨房管理培训生计划再次开放，名额 15 人。

期待对新消费感兴趣的同学们加入我们，并通过**为期 1 年**培养与实践逐渐成长为下厨房的**核心人才**。

这里有更多尝试的机会和平台，让我们和你一起成长。

【开放职位】

产品经理-食品方向（非 app 方向哦）

- 1、针对快速发展的食品领域，深入挖掘终端消费者的需求，并提供相应解决方案。负责产品从立项到开发的全链路，协同各部门进行项目管理。
- 2、负责食品概念的创新，产品开发、工艺设计、包装等的需求整理和输出。
- 3、市场调研，竞品分析，提供产品策略和营销建议。
- 4、提出并推动配方专利的申请。

媒介投放-抖音方向

- 1、挖掘平台达人，进行合作洽谈，对接跟进直播、短视频全链路事宜，完成销售目标。
- 2、与达人保持良好的沟通，进行深度合作及绑定，创造优质的销售数据。
- 3、负责对推广效果分析复盘，分析数据并优化策略，不断提升销售数据。
- 4、协助优化达人合作策略，持续挖掘潜力渠道及达人。

盲盒职位：

会根据你独特“闪光点”在高速发展的业务中匹配关键岗位提供轮/定岗机会。

【面向人群】

2021 年-2023 年毕业的“新鲜人”，本科及以上学历。

【寻找这样的年轻血液】

愿意在消费品产品经理、媒介投放进一步发展。

抗压能力强、勇于尝试、优秀的自驱力和责任感。

【可以获得什么】

1. 1v1 的导师培训：

为期 1 年的管培生轮岗体系，核心领导班子 1v1 指导，打破层级交流壁垒，充分交流助你开挂成长。

2. 丰富的工作经历：

发掘你的专属业务潜力，解锁你的职场隐藏技能。

3. 职业规划：

会为你量身定制适合自身发展的职业生涯规划。

【工作地点】

北京海淀区 新华创新大厦

【业务介绍】

下厨房成立至今已经有 11 年+的时间了，自 2017 年起实现了全面赢利。除大家熟知的“下厨房”、“懒饭”APP 外，2020 年 6 月成立了“新消费品”业务，也定义为公司战略级的项目，下厨房自有品牌正式上线一年半了，也有了几款口碑产品：扑扑虾滑、拳拳午餐肉、奇亚籽颗粒花生酱…

2021 年，我们几乎全年聚焦产品开发、泡在工厂；今年加强了渠道的开拓，努力让好的产品找到懂它的顾客。

这两年里，很多管培生参与了下厨房自有品牌业务的从 0 到 1。我们亲眼见到，优秀的管培生可以迅速成长、独当一面；甚至可以开始带一个小团队，在一线业务实践中找到增长机会。

随着业务方向的逐渐明朗，是时候进行第二轮的管培生招聘、寻找明年此时能够做“队长”的伙伴了。

文化：鼓励员工提出新想法，认领项目及内部流动，提供试错平台。扁平化管理方式，打破层级束缚，结果导向。

价值观：坦诚直接 | 自驱 | 自由与责任 | 拥抱变化
欢迎志同道合的新鲜血液加入我们，共同奋战！

【产品信息】

下厨房天猫旗舰店：<https://m.tb.cn/h.fvccQFG>

【福利介绍】

优厚的企业福利：六险一金、额外假期、加班打车、免费体检、不限量零食宠物日等

超全面的成长机会：横向轮岗、业务活水、纵向晋升

【投递方式】

发送个人简历至邮箱：1148819070@qq.com

邮件命名为【下厨房-学校-姓名】

