



# Младен Митиќ

- Датум на раѓање: година
- Телефонски број:
- Е-пошта:
- Веб-страница:



## Профил

Инклузивен бизнис лидер чијашто мисија е оснажување на неговите тимови и на организацијата со цел да постигнат подобри резултати и да извршат забележливо влијание.

Менаџер на промени со докажана способност да гради единствени вредности за корисниците и за општеството на различни пазари.

Образовна подготовка и во областа на маркетингот и во областа на ИТ, што му дава единствена способност да ги разбере новите технологии и деловни модели коишто се во пораст во ерата на брзи технолошки промени.



## Работно искуство

09.2021 - денес

Братислава, Словачка

### Член на одборот и Главен комерцијален директор за масовен пазар Словачки Телеком

Обезбедување силен раст на пазарот (5+% на годишно ниво) со истовремено трансформирање на внатрешната организација и култура со цел да бидат агилни и да го претворат старомодниот телекомуникациски гигант во агилен дигитален учесник на пазарот.

Со воведувањето на новата платформа на брендот под име „Respect“, го смести веќе силниот бренд во категоријата на сакани брендови поради неговата цел во општеството.

01.2020 година - 09.2021 година

Бон, Германија

### Потпретседател за раст на деловни корисници (B2B) на Дојче Телеком Дојче Телеком

Ангажиран да го поддржи пресвртот во финансиското работење и во начинот на размислување на B2B сегментот во ЕУ преку спроведувањето на програмата Growth@Core, со фокус на комерцијалното управување, управувањето со вредноста, фокусот на корисниците, иновативните B2B понуди и дигиталната трансформација.

2 години подоцна, B2B сегментот во ЕУ е на траекторија на раст од 3% во споредба со претходната година.

08.2016 година - 12.2019 г.

Копенхаген, Данска

### Виш потпретседател (SVP) за маркетинг TDC Business (Дански телекомуникациски лидер со 3 милијарди долари)

Ангажиран за да изгради професионална организација во поглед на маркетинг и производи (фиксна, мобилна и облак) за да се направи промена на деловното работење и пресврт од двоцифрен пад на годишно ниво во компанија којашто постигнува раст.

Ја трансформираше традиционалната бавна организација чијашто работа беше поделена во силоси во брза вкрстено-функционална агилна организација (Бизнис лабораторија) составена од над 200 сопственици на деловни процеси и ИТ производи. Одговорен за билансот на успех за 1 милијарда долари со директна одговорност за буџет за SMC од 125 милиони долари.

- Пресврт на бизнисот од -14% опаѓање на EBITDA на годишно ниво во 2016 година во рамен развој во К4 од 2018 година со прогноза за раст во 2019 година.
- Изгради и реализираше програма за дигитализација којашто беше „најдобра во класата“ со супериорен поврат на инвестицијата за 24 месеци: 2% раст на приходите со истовремено намалување на трошоците за 18% во FTE на секторите за кориснички услуги и за продажба
- Го зголеми задоволство на вработените за 7% со негување на култура на ангажираност заснована на градење доверба и отворена комуникација.

01.2014- 07.2016 г.

Осло, Норвешка

### Директор за развој на маркетинг и производи Теленор Норвешка (Норвешки телекомуникациски лидер со 3 милијарди долари)

Промовиран за да развие маркетинг којшто е фокусиран на (сегментот на) корисниците и на организацијата на производи и за да имплементира нова B2B стратегија преку воведување нови маркетиншки концепти. Фокусиран на корисничкото искуство и NPS со цел Теленор повторно да ја заземе својата позиција, особено на пазарот на МСП. Управуваше со тим од 10 лидери и повеќе од 100 професионалци за телекомуникации.

- Зголемен удел на SIM пазарот за 2% и на пазарот на приходи за 3% во 2 последователни години
- Број 1 во NPS на норвешкиот B2B пазар во 3 последователни години
- Одговорен за биланс на успех од 650 милиони долари

Член на одборот на вториот бренд Dopper, вклучен во стратешките и тактички активности насочени кон оптимизирањето на резултатите на двојниот бренд на норвешкиот пазар.

## Работно искуство

11.2011 - 12.2013 г.  
Осло, Норвешка

### Раководител за управување со животен циклус на договори, стратегија и канали Теленор Норвешка

Ангажиран за да ја примени експертизата за „прикриен маркетинг“ со цел да се иницира првата персонализирана 1:1 понуда на телекомуникацискиот лидер како дел од стратешката транзиција од една понуда којашто одговара на сите кон прилагодени решенија/производи по мерка. Во текот на 2-годишниот период, неговата улога беше проширена и на управување со стратегија и со канали, со одговорност да ја води и да ја имплементира новата платформа за стратегија и бренд на Теленор Норвешка, вклучувајќи ја и новата стратегија во однос на каналите.

- Ги зголеми приходите за 1,5% на годишно ниво (100 MНОК) со консолидирање на мануелните процеси и инкорпорирање на алатки за автоматизација на маркетингот за поефективно искористување на податоците
- Ја имплементираше платформата за бренд на Теленор Норвешка со силни диференцијатори како основа за B2B стратегијата на Теленор Норвешка и долгорочни планови за маркетинг.
- Беше директно одговорен за SMC буџет од 100 милиони долари.

03.2010 - 10.2011 г.  
Белград, Србија

### Менаџер за припејд сегментот Теленор Србија

Промовиран за да развие најголем сегмент за приватни корисници со одговорност за една третина од приходите на Теленор Србија. Изгради единствен и иновативен фактор за диференцијација на српскиот пазар „Мое мени“, засновано на паметно формирање цени преку микро сегментиран пристап којшто користи тест за „прикриен маркетинг“ и методологија за учење. Го воведе првиот МВМО како втор бренд изграден во единствено партнерство со една популарна издавачка куќа во Србија.

- Ги зголеми припејд приходите на годишно ниво на конкурентниот српски пазар за 3,5% и покрај тоа што конкурентите беа многу агресивни во поглед на цените и што пазарот на припејд услуги опаѓаше по 7% на годишно ниво
- Достигна стапка на прифаќање на кампањите од 78%

01.2004 - 02.2010 г.  
Белград, Србија

### Различни работни позиции

Прогресивно управување со искуство во деловите за услуги за корисници, маркетинг и односи со потрошувачи во Теленор Србија и во неговиот претходник Мобтел Србија (од 2003 до 2010 г.).

## Образование

Белград, Србија

### Факултет за организациски науки: Инженер за информациски системи Универзитет во Белград

Лозана, Швајцарија

### Напредна програма за стратешко управување IMD

London Business School  
Accelerate обука за лидерски вештини

## Јазици



## Силни страни

- Лојален
- Прилагодлив
- Љубопитен
- Подготвен да учи
- Иновативен
- Одговорен
- Менаџер на промени
- Цврст интегритет