

Miran Bilić
Scheidereye 2a
22359 Hamburg
Mobil: +49 172 68 300 33
eMail: miran.bilic@web.de
Linkedin: linkedin.com/in/miran-bilic



KURZPROFIL

Strategisch denkende Führungspersönlichkeit mit Verantwortung für Markenführung, Produktstrategie, Vertrieb und Transformation in der Medien- und Verlagsbranche

Umfangreiche Erfahrung in der Weiterentwicklung etablierter Marken, im Aufbau neuer Geschäftsfelder sowie in der Transformation von Print zu digitalen und multimedialen Geschäftsmodellen

Tiefes Verständnis für Kundenbedürfnisse, Customer Journeys, CRM- und Subscription-Modelle sowie datenbasierte Steuerung von Wachstum und Profitabilität

Nachgewiesene Erfolge in Change- und Transformationsprozessen, Organisationsentwicklung und Digitalisierung komplexer Strukturen

Starke People-Leadership-Kompetenz mit Fokus auf Empowerment, Verantwortung und Teamentwicklung

Hands-on, strukturiert und ergebnisorientiert mit unternehmerischem Blick für Marktchancen und Effizienzpotenziale

BERUFSERFAHRUNG

01/2020 – 12/2025 | Verlagsleiter – CORA Verlag – Verlagsgruppe HarperCollins Deutschland GmbH

Die Verlagsgruppe HarperCollins Deutschland veröffentlicht jährlich rund 300 Bücher und 400 Presseerzeugnisse, darunter über 1.000 Heftromane der Marke CORA, mit Sitz in Hamburg. Sie ist Teil der internationalen HarperCollins Publishers Group mit Präsenz in 17 Ländern

Mitarbeiter: 160 | Umsatz (DACH): > € 100 Mio. | Umsatzverantwortung: € 15 Mio. | Führungsspanne: 15 Direct Reports

Gesamtverantwortung für Markenstrategie, Produktportfolio, Vertrieb und Ergebnissteuerung beim Marktführer im Romance-Segment

Strategische Transformation vom klassischen Printmodell zu einem integrierten Multi-Channel- und Omnichannel-Ansatz (Print, Digital, Audio, eCommerce)

Aufbau und Skalierung neuer Produktlinien mit >€ 500.000 Umsatz im ersten Jahr

Einführung und Skalierung von CORA-Audio (Break-Even nach 20 Monaten) sowie Implementierung einer KI-gestützten Audioproduktion (>500 Titel im ersten Jahr)

Entwicklung einer deutschsprachigen Serien- und Markenwelt (>100 Titel im ersten Jahr)

Programm- und Sortimentsoptimierung mit Umsatzsteigerungen von 7–20 %

Kosten- und Prozessoptimierung im Abonnement-Versand (–30 %)

Steuerung des Vertriebs während COVID mit Erhöhung des LEH-Umsatzanteils auf >70 %

Vollständige Digitalisierung der Herstellungsprozesse und Einführung moderner KI-Tools in Lektorat und Marketing

Aufbau und Skalierung von „CORA-Print bei Amazon“ mit Absatzverdopplung im zweiten Jahr

Budget-, KPI- und Forecast-Verantwortung

11/2018 – 12/2019 | Vertriebsleiter – CORA Verlag– Verlagsgruppe HarperCollins Deutschland GmbH

Mitarbeiter: ca. 60 | Umsatz: > € 30 Mio. | Umsatzverantwortung: ca. € 10 Mio. | Führungsspanne: 4 Direct Reports (ab 02/2019 Interims-Gesamtleitung inkl. Prokura)

Gesamtverantwortung für Vertrieb und Marketing (DACH)

Neuaufbau der Vertriebsstruktur und Integration von Innen- und Außendienst, POS und Channel Marketing

Steigerung der Displayquote im Handel von 20 % auf 30 %

Umsetzung der Erkenntnisse aus Consumer Safari zur strategischen LEH-Verlagerung: Erhöhung der Lieferquoten um +20 % im LEH, Einführung von Exklusivplatzierungen u. a. bei Kaufland, Globus etc.

Optimierung von Abo-Direktmaßnahmen: Response: > 6 %, Conversion: >40 % und Senkung Churn Rate: 10 %

Ausbau des eCommerce-Geschäfts (>€ 500k p. a.) und Einführung profitabler eBook-Bundles (+10 %)

Neuverhandlung zentraler Vertriebskonditionen mit Einsparungen im zweistelligen Prozentbereich

01/2010 – 10/2018 | Senior Produktmanager – CORA Verlag - Harlequin Enterprises Germany GmbH

Der CORA Verlag zählt zu den führenden deutschen Verlagen für Liebesromane im Taschenheftformat und ist Teil der internationalen Harlequin Enterprises Group mit Sitz in Kanada; gegründet 1976, war der Verlag bis 2010 in einer Beteiligungsstruktur mit der Axel Springer AG.

Mitarbeiter: ca. 30 | Umsatz: ca. € 25 Mio. | Umsatzverantwortung: € 8 Mio. | Führungsspanne: 2 Direct Reports

Strategische Steuerung von Produktmanagement, Portfolio-, Preis- und Sortimentsstrategie

Aufbau und Skalierung des eBook-Geschäfts (von 1.000 auf >5.000 Titel; €2,5 Mio. p. a.)

Entwicklung eines dreistufigen Sortimentskonzepts (Entry / Value / Premium)

Profitabilitätssteigerung durch Remissionssenkung (-10 %) und DB-Optimierung (+5 %)

Prozessoptimierung in der Herstellung mit Kosteneinsparungen von ca. € 250k p. a.

Interims-Leitung Pressevertrieb Einzelverkauf; reichweitenstarke Kooperationskampagnen mit BILD

Planung der Consumer Safari sowie Marktforschungsprojekte zur Optimierung der B2C-Kommunikation und Customer Experience

WEITERE STATIONEN

2006–2009 | Produktmanager, CORA Verlag GmbH & Co. KG (Axel Springer)

2003–2005 | Account Director, trafodesign, Düsseldorf

2000–2002 | Marketingmanager/Kontakter, Ullstein GmbH (Axel Springer)

1994–2000 | Freiberufliche Tätigkeit Werbung & Vertrieb (u. a. Axel Springer)

AUSBILDUNG

1996 | Diplom-Kaufmann, TU Berlin

SPRACHEN

Deutsch: Muttersprache

Kroatisch: Muttersprache

Englisch: verhandlungssicher