

Vita Marc Sobolewski

Marc Sobolewski ist Experte für Teamentwicklung, Vertrieb und Change Management, einschließlich Workshops, Moderation und Trainings. Seit 2002 berät er Führungskräfte und Mitarbeiter im Umfeld der Life Science-, Fliesen-/Baustoff- und Konsumgüterbranche.



Der Diplom-Kaufmann hat über 27 Jahre Umsetzungserfahrung im B-2-B Geschäft. Er ist ausgewiesener Experte bei der Identifizierung und Realisierung von Entwicklungs- und Umsatzpotenzialen. Geschickt verzahnt er strategische und operative Vertriebs- und Marketingaktivitäten entlang der Wertschöpfungskette. Mit ausgeprägtem Gespür für Menschen und Möglichkeiten tragen seine Projekte nachweislich zum Unternehmenserfolg bei. Überdies steuert und begleitet er Veränderungsprozesse in Unternehmen. In Trainings, Moderationen und Workshops gibt der Branchenkenner sein Know-how zudem regelmäßig weiter.

Marc Sobolewski verfügt als Führungskraft über 13 Jahre Managementenerfahrung in der Industrie: Bis zur Gründung von *m2s marketing to sales* 2002 war er in der Geschäftsleitung eines Konsumgüter- und Automotivherstellers für Marketing und Vertrieb zuständig. Davor bekleidete er Führungspositionen in renommierten deutschen und internationalen Konzernen sowie im Mittelstand. So verantwortete er als Vertriebsleiter Frankreich, Belgien und Luxemburg bei JASBA, dem bedeutendsten Fliesenhersteller im Premium-Mosaik-Segment. Bei VP-Schickedanz zeichnete er unter anderem für das Handelsmarketing der Traditionsmarken Tempo®, bess®, Moltex®, Camelia® und Demak'up® verantwortlich. Als Verkäufer im Key Account-Management (75 Mio. € Umsatz-Verantwortung) und anschließend im Customer Marketing von Procter & Gamble steuerte er den Marktauftritt der Pampers®-Produktfamilie (> 330 Mio. € Umsatz). Bei Procter & Gamble fungierte er zudem zusätzlich als Inhouse-Vertriebs-Trainer für mehrere Außendienst-Teams im LEH.

Marc Sobolewski hat Betriebswirtschafts- und Volkswirtschaftslehre an den Universitäten Bonn und Köln studiert und hält einen Abschluss als Diplom-Kaufmann der Universität Köln (Marketing-Schwerpunkt).

In Fachzeitschriften und Onlineveröffentlichungen sind seit 2005 über 130 Fachartikel zu Vertrieb, Teamentwicklung, Führung und Change Management erschienen.