



**Marcin Bujnowicz:**  
*Staram się pytaniami stawianymi klientowi uzmysłwić, czego naprawdę mu potrzeba*

*nie uświadomione. Po ich rozpoznaniu staram się pytaniami stawianymi klientowi uzmysłwić, czego naprawdę mu potrzeba. W Polsce handel, nowoczesny handel, jest dziedziną bardzo młodą, ma 10-12 lat. Przecież wcześniej nie było ani konkurencji, ani negocjacji z dostawcą, ani walki o klienta. Towar przychodził do sklepu według rozdzielnika, popyt wечно przewyższał podaż. A to ukształtowało wśród ludzi „handlu” określone typy zachowań. Wiem, to bo moje Konsorcjum szkoliło np. personel większości oddziałów PSS Spotem. Udało mi się zebrać w firmie ludzi*

**Marcin Bujnowicz:**

## Nie da się uczyć według schematów

Miał 18 lat, kiedy założył pierwszą firmę handlową. Przy jej prowadzeniu popełnił długą serię błędów zakończonych zastężoną plajtą. I – przy okazji – nauczył się więcej o handlu niż ze sterty podręczników. Z podręczników uczył się także, od 4 lat jest szefem Konsorcjum Bujnowicz, firmy zatrudniającej sześć osób i zajmującej się: doradztwem organizacyjnym i personalnym, szkoleniem, badaniem rynku i pośrednictwem w negocjacjach.

*– Tych dziedzin nie da się od siebie sztywno oddzielić. W działalności firm szkoleniowo-doradczych na ogół obowiązują schematy i gotowe formułki, których staramy się unikać. W gruncie rzeczy bowiem potrzeby każdego z naszych klientów są inne. Bardzo często przez niego samego*

*o bardzo wysokich kwalifikacjach, zdobywanych w Polsce i za granicą, co istotne, o zakresach wiedzy, które się uzupełniają. To pozwala nam właśnie na dostosowywanie się do potrzeb klienta. Oficjalnym tego potwierdzeniem jest uzyskany przez nas znak ISO 9001: 2000*

(t)