Dříte v rukou knížku, která vás chytne a nepustí! Osobně laděnou knihu zkušeného obchodníka, který zažil řadu úspěchů a neúspěchů při prodeji a postupně přišel na to, co opravdu rozhoduje o výborných výsledcích.

V knize se dělí o své zkušenosti, bere čtenáře na řadu svých obchodních jednání, přemýšlí o příčinách svých úspěchů a neúspěchů a dochází ke klíčovým poznatkům, díky nimž jsou někteří obchodníci tak úspěšní a milují svoji práci.

Co se jiní učili měsíce a roky, můžete vy získat z této knihy během několika okamžiků. I pro vás prodej přestane být dřínou a stane se hrou.

Hodně úspěchů!

Jiří Jemelka
Knihu věnuji všem poctivým a čestným obchodníkům i těm, kteří mají upřímnou touhu takovými se stát.
Jiří Jemelka

PRODEJ

DŘINA NEBO HRA

Grada Publishing
Obsah

O autorovi ................................................................................................................................................. 12
Předmluva ................................................................................................................................................. 13
Úvod ............................................................................................................................................................. 15

1  Základ života – vybudované porozumění ...................................................... 17
   1.1.................................................................................................................................................. 17
   1.2 .................................................................................................................................................. 18
   1.3 .................................................................................................................................................. 19
   1.4 .................................................................................................................................................. 19
   1.5 .................................................................................................................................................. 21

2  Úkol člověka – činit druhé šťastnými ................................................................ 18
   2.1 .................................................................................................................................................. 22
   2.2 .................................................................................................................................................. 23
   2.3 .................................................................................................................................................. 24
   2.4 .................................................................................................................................................. 26
   2.5 .................................................................................................................................................. 27
   2.6 .................................................................................................................................................. 29

3  Nech být OK vše, co se děje ................................................................................... 19
   3.1 .................................................................................................................................................. 31
   3.2 .................................................................................................................................................. 32
   3.3 .................................................................................................................................................. 33
   3.4 .................................................................................................................................................. 34
   3.5 .................................................................................................................................................. 35
   3.6 .................................................................................................................................................. 36

4  Výtrvalost je mírou víry ............................................................................................ 19
   4.1 .................................................................................................................................................. 38
   4.2 .................................................................................................................................................. 39
   4.3 .................................................................................................................................................. 40
4.4 Zákazníkovi patří plná pozornost aneb Čistý a upřímný zájem o člověka – další klíč k úspěchu ................................................................. 42
4.5 Spustíš? Nespustíš? ........................................................................................................ 42
4.6 Buď obchodník profesionál – s lidskou tváří a vnímavým srdcem ...... 43

5.1 Další klíč k úspěchu – neustálý trénink, neustálé kontinuální zlepšování se coby obchodníka i člověka ................................................................. 46
5.2 Jak uvnitř, tak vně – mé zaváhání, zákazníkovo zaváhání ................. 47
5.3 Základní přesvědčovací nástroje : vnitřní jistota obchodníka, řeč těla, tonalita hlasu – teprve pak následují co do přesvědčivosti slova a jejich význam ........................................................................................................................................ 48
5.4 Nikdy neházej flintu do žíta ................................................................................... 50
5.5 Nejlepší způsob, jak navázat rozhovor – vyslovit, co jsem vypozoroval ........................................................................................................ 51
5.6 Zásada pro obchod zní: Nejdříve vždy zjisti potřeby, teprve pak přesvědčivě prezentuj ........................................................................ 53
5.7 Po uzavření obchodu se s klientem dál bav o životě – chceš přítele, ne „zákazníka na jedno použití“ .......................................................... 54

6.1 Chceš uzavřít obchod? Vybuduj s druhou stranou vzájemné porozumění ................................................................. 57
6.2 Soustřeď se ze všech sil na zájmy klienta – vypláti se to .......... 58
6.3 Mluv od srđce, obchoduj srđcem ................................................................................ 59
6.4 Nevyvíjej na zákazníka nátlak ............................................................................... 60
6.5 Obchodem chci získat přítele, nejen zákazníka – to je ta nejkrásnější věc na byznyse .................................................................................. 62

7.1 Vše, co potřebuješ k obchodu – schopnost vybudovat porozumění, schopnost naslouchat a rozhodnutí být druhému užitečný ................. 64

8.1 Když se nedaří, nevzdávej to – nezdary netrvají věčně, vytrvej .......... 67
8.2 Dávej druhému zřetelně najevo, že mu rozumíš – pokud mu skutečně rozumíš .......................................................................................... 68

9.1 Tajemství „Pana Obchodníka“ – klid, výrovnanost, touha vyslechnout a pochopit, prozíravě odpovědět, zachovat si v každé situaci vnitřní rovnováhu ......................................................................................... 71
9.2 Vnitřní klid, vnitřní klid a vnitřní klid ........................................................................ 72
9.3 Každý člověk má právo na svůj vlastní názor. Umím to pochopit? .................................................................................................................. 72
9.4 Nech druhé mluvit, to je celé ................................................................. 73
9.5 Být v klidu, vnímat, co se děje – a pak říct, co mám zrovna na myслi .............................................................................................................. 75
9.6 Jak uvnitř, tak vně – platí stále ................................................................. 76

10.1 Řekni si o reference .................................................................................. 78
10.2 Znovu a znovu – nejdříve zjistí, co chce zákazník, teprve pak předloží nabídku ................................................................. 79
10.3 Pokud jsou otázky základním nástrojem obchodníka, potom otázka „proč?“ je mezi nimi zlatem .................................................. 79
10.4 Vždy klientovi že ke kapituluj, co ses od něho dozvěděl – klidně i třikrát, čtyřikrát za celou obchodní schůzku ........................... 81
10.5 Základní paradox – čím míň chceš prodávat a čím víc chceš pomáhat, tím víc obchodů dojednáš ........................................... 83

11.1 Podceňovaná síla rozhodnutí ................................................................. 84
11.2 I obchodník má právo vybírat si zákazníky .......................................... 85
11.3 Podle ovoce poznáte správnost či nesprávnost rozhodnutí .......... 86

12.1 Když uzavřeš obchod, je to OK – když ho neuzavřeš, je to taky OK ... 87
12.2 Nejdříve seznam klienta s hodnotou a přínosem výrobku/služby pro něho, teprve pak mluv o ceně této hodnoty a přínosu .......... 88
12.3 Střídej „rytmus“ náladě na schůzce – uvolněnost a smích s vážností a upřímností ................................................................. 89
12.4 Chvíle, kdy zákazník přemýšlí, je posvátná – buď zticha ................. 91
12.5 Vždy, vždy, vždy umožni klientovi zachovat si tvář – ať už má pravdu nebo ne ................................................................. 92
12.6 Nesnaž se dostat klienta tam, kam chceš ty – to ty se přizpůsob jeho potřebám ................................................................. 93
12.7 Ticho a pohled do očí ........................................................................... 94
12.8 Shrnutí klíčových bodů prodeje .............................................................. 96

13.1 A co když klient už má dodavatele, konkurenční firmu?
Běž si prostě jen popovídat ................................................................. 98
13.2 Úsměv od srdce rozpouští ledy ................................................................. 99
13.3 Nech druhému jeho pravdu ................................................................. 100
13.4 Nepři se s druhými o nepodstatné věci. Dej klientovi prostor mít pravdu, říct, co chce říct ......................................................... 101
14.1 Opakování, matka moudrosti – když si jednou něco uvědomíš, neznamená to, že si toho budeš vědom „navěky“ ................................................ 105
14.2 Budovat porozumění – základ obchodu .......................................................... 105
14.3 Sobectví v obchodě – neúspěch jistý .......................................................... 107
14.4 Dej druhému člověku své srdce – on ti pak dá to svoje. Získej si srdce člověka – on ti pak dá svou důvěru ve tebe ........................................ 108
14.5 Rozjímání o účelu obchodu ........................................................................... 109
14.6 Na schůzku budu chodit s tím, že na prvním místě je vybudovat porozumění ............................................................................................................. 110

15.1 Co to znamená být v kůži druhého člověka ................................................. 112
15.2 Několik slov o telefonování ........................................................................... 113
15.3 Když je klient vzteklý, běž za ním ve své emoci vědomě „dolů“ .............. 115
15.4 Měj z obchodu radost, neber to smrtelně vážně ........................................ 117

16.1 Co když mám v hlavě myšlenku: „Nezvládnu to!“ ........................................ 119
16.2 Pouhé potlačování negativních pocitů tě vždy zradí .................................... 120
16.3 Dělej vše nejlépe, jak umíš. Podle nejlepšího vědomí a svědomí – pak bude vše OK .......................................................................................... 120

17.1 Řekni klientovi, že nejsi prodejce, který musí za každou cenu prodat – myslíš-li to vážně, sblíží vás to ................................................................. 122
17.2 Zajímej se o druhé tak dlouho, dokud se nezačnou oni upřímně zajímat o tebe ........................................................................................................ 124
17.3 Když neviš, co říct nebo udělat, mlč, buď v klidu a nech věcem volný průběh ....................................................................................................... 126
17.4 Když se ti nedaří, nenvzdávej se. Buď aktivní, používej zdravý selský rozum, dej do „toho“ srdíčko ........................................................................ 128
17.5 Možná stačí méně hodnotit a více se snažit porozumět .......................... 129

18.1 Na prvním místě člověk, ne obchod .................................................................. 131
18.2 Dávej druhým najevu, že jim rozumíš – vytváří to „most porozumění“ mezi námi .............................................................................................. 133
18.3 Používej další nástroj obchodníka – usměrňování toku zájmu .............. 134
18.4 Jak můžeš reagovat, mimo jiné, na zákazníkovu otázku: „A co mi vlastně můžete nabídnout?“ ................................................................. 136
18.5 Nech zákazníky, ať si vybírají a nakupují sami. Neprodávej, jen usměrňuj obchodní jednání ...................................................................................... 137
18.6 Dej zákazníkovi šanci a prostor přemýšlet o tom, co chce ...................... 138
18.7 Tvoj neverbální projev dává klientovi výraznou zpětnou vazbu – nehodnot tedy klientská slova přehnaným neverbálním projevem (vytřeštěným očima apod.), pokud mluví o něčem choulostivém ................................................................. 140
18.8 Řekni si o obchodu ........................................................................................................ 141
18.9 A co když přijde námítka? ................................................................................... 142
18.10 Co následuje po schůzce? .................................................................................. 143
19.1 A kdo tluče, tomu bude otevřeno… Tluč, pros, hledej ......................... 145
19.2 Jedna z největších chyb – být netrpělivý .......................................................... 147
19.3 Otázky – klíč k cestě a výsledku ..................................................................... 147
19.4 Obchodník, který nemá v prodeji výsledky, nemá skutečné odchodlání úspět ................................................................. 148
19.5 Několik postřehů navíc ......................................................................................... 149
20.1 Na nic si nehraj, buď upřímný a přirozený, buď sám sebou ................ 151
20.2 Trpělivě a upřímně se zajímej ............................................................................ 151
20.3 Co se mám tímto naučit? ..................................................................................... 153
21.1 Na obchodní schůzku se připrav, nepodceňuj význam přípravy .... 155
21.2 Odstraň svou vlídnost sociální masky a tvrdost obchodních partnerů .............................................................................. 156
21.3 Co tím máte na mysli, hodně peněz? ................................................................. 156
21.4 Při zvládání námitek neargumentuj, snaž se vžít do zákazníka a pochopit to, čeho se bojí. Pak předlož důkaz, ne argument .......... 158
21.5 Zkoušej to. Kdo nic nezkusí, nic nezíská ............................................................. 160
21.6 Na počátku schůzky se pohodlně posaď a seď tak po celý rozhovor ....................................................................................... 161
22.1 Sedm bodů prodeje ............................................................................................... 163
22.2 Klid, pohoda, duševní rovnováha ........................................................................ 163
22.3 Upřímnost nad zlato ............................................................................................. 164
22.4 Trpělivý zájem ........................................................................................................... 165
22.5 Pozorné naslouchání ............................................................................................ 167
22.6 Porozumět lidem ..................................................................................................... 167
22.7 Stále se učit ................................................................................................................. 168
22.8 Účel ................................................................................................................................ 169
23.1 Duševní stav obchodníka – proč jej řešit? ................................................................. 171
23.2 Tvoje schopnosti říkají: „Dokážeš to“ ................................................................. 171
23.3 Věnuj pozornost tomu, co cítíš uvnitř, nejen tomu, co vidíš vně ...... 172
23.4 Buduj důvěru, teprve pak prodávej ................................................................. 173
23.5 Klíč k obchodu – najít přání a potřeby zákazníka. Najdi aspoň
5–7 důvodů „proč“ ................................................................................................. 174
23.6 Používej shrnutí, rekapitulaci rozhovoru tak často, jak jen to jde ...... 174
23.7 Sleduj nejlepší zájmy klienta ............................................................................... 176
23.8 Jak vypadá profesionální obchodník? ............................................................ 176

24.1 Sila rozhodnutí působí stále .................................................................................. 178
24.2 Trpělivost, trpělivost, trpělivost .......................................................................... 179
24.3 Lidi nezajímá, co pro ně máš, dokud nepoznají, že se zajímáš
především o ně ........................................................................................................ 179
24.4 Plusové body v komunikaci ............................................................................... 180
24.5 Projevovat úctu druhému člověku – základní lidská slušnost .......... 182
24.6 Člověk velmi dobře reaguje na „plusovou komunikaci“ ............................. 183

25.1 Tisíc a jedna každodenní maličkost ................................................................. 186

26.1 Naslouchej svému vnitřnímu hlasu, hlasu svědomí ........................................ 197
26.2 Intenzita, energie, moudrost ............................................................................. 198

27.1 Základ života .......................................................................................................... 200

28.1 Psychická příprava na schůzku .......................................................................... 201
28.2 Udělej během přípravy na schůzku vše, co je v tvých silách –
nachůzce samotné dej věcem volný průběh ............................................................ 202
28.3 Kompas pro životní cesty .................................................................................... 203

29.1 Vytrvalá a vstřícná snaha o komunikaci .......................................................... 205

30.1 Pokud ti klient zruší smlouvu, nevzdávej se, nezanevři na něj –
kontaktuj ho za nějaký čas v přátelském duchu znovu ........................................ 207
30.2 Historicky byl prodej založen především na prezentaci
a přesvědčování. Poté přišla doba, kdy obchodníci především
naslouchali. Dnes se obchod posouvá dál. Jeho základem
bude přátelství – a samozřejmě kvalitní produkt ........................................ 208
30.3 Klientova otázka, obava, nejistota – to nejsou námitky ................................. 209
30.4 Nátlakem a argumentací zvládají námitky amatéři. Profesionální obchodník zvládá námitky porozuměním, pochopením, otázkami, vstřícností, diskuzí a trpělivostí ............................ 210
30.5 Nereaguj na slovní výpady – buď stále klidný, drž se debaty k věci ........................................................................................................................ 211
30.6 Vyjít se dá s každým, pokud se pro to rozhodneš a jsi připraven zaplatit za to cenu – od trpělivosti přes sebezapření až po pokoření .................................................................................................................................. 214
30.7 Cesta na vrchol. A zpátky ................................................................................ 215

31.1 Obchod s přitelem ................................................................................................. 218
31.2 Upřímnost k sobě samému .................................................................................. 220
31.3 Udělej z úspěchu zvyk ......................................................................................... 221
31.4 Příčina a důsledek, akce a reakce, kauzalita .................................................. 223
31.5 Jak se zlepšovat? ............................................................................................... 224
31.6 Znamení dobrého obchodníka ........................................................................... 225

Závěr ................................................................................................................................. 233
Doslov ............................................................................................................................... 234
A na úplný závěr ............................................................................................................. 235
Seznam lekcí ................................................................................................................ 236
O autorovi


Vystudoval VŠB-TU Ostrava, obor Management a ekonomika, dálkově studoval na Impac University, USA, Florida, 2005, obor Operations Organization. Deset let se věnuje obchodnímu, podnikovému a marketingovému poradenství, rozvoji, revitalizaci a restrukturalizaci firem, vzdělávání podnikatelů, manažerů, marketingových pracovníků a obchodníků. Systematicky pracuje s obchodníky, manažery a podnikateli s hlavním cílem – zlepšit jejich dovednosti a výsledky.

Již ve 24 letech stál poprvé před lidmi jako trenér krátkých dvouhodinových přednášek. Věnoval se prodeji, manažerským konzultacím a stále hledal fungující způsoby, jak vyřešit prodejní i manažerské problémy, se kterými se dnes a denně setkávají jeho klienti. Této činnosti se věnuje dodnes. Postupem času kombinací vlastních zkušeností, zkušeností klientů a tipů získaných dalším vzděláváním vytvořil systém prodejních a manažerských nástrojů, kterými lze velice účinně zvýšovat tržby, zisk, produktivitu lidí a efektivitu provozu. Během deseti let přispěl k růstu desítek firem z různých odvětví i z různých částí ČR.
Vítám tě u čtení této knihy, ve které najdeš detailně popsané události z konkrétních obchodních schůzek. Jedná se o skutečné příběhy, které jsem měl možnost prožít během svého působení ve firmě, jež poskytuje svým klientům manažerské a obchodní tréninky. Pracoval jsem zde na pozici obchodníka. Během této práce jsem v sobě objevil skryté „hodnoty“.
Začal jsem totiž používat (a to nejen v práci) trpělivost, vnímavost vůči životu, opravdovost v zájmu o druhé, pracovitost, přání neustále se zlepšovat… Tyto hodnoty mi byly v dosavadním životě cizí. Právě zde jsem se učil dělat první kroky v obchodě. Učil jsem se obchodovat ne za účelem zisku, ale za účelem služby. Učil jsem se objevovat a rozvíjet v sobě dovednosti, jež jsou pro prodej podstatné. Při tom mi pomáhali především dva muži, kterým jsem dodnes vděčný, R. Z. a M. K. Obou si velmi vážím a děkuji jim za vše, co mi předali. „Dávali ze sebe“ a učili mě žít pro druhé. Pomáhali mi být lepším člověkem.

Respektuji soukromí svých bývalých klientů, a proto nezveřejňuji ani názvy jejich firem, ani jejich jména. Stejně tak si uvědomuji, že za mnohé poznatky vděčím svému působení ve vzdělávací firmě a neúnavnému vedení ze strany svých dřívějších šéfů. Proto respektuji zájmy firmy, ve které jsem pracoval, a neuvádím v knize nic, co by se s těmito zájmy křížilo.


Nepřivlastňuji si autorství níže uvedené citace. Neznám jméno autora, proto ho zde neuvádím. Text cituji doslova, jen oslovem „Můj synu“ jsem změnil na „Můj obchodníku“.

„Můj obchodníku, dobrá rada je vždy cenná. Nikdo se přece nenarodil moudrý. Každý potřebuje zkušenost a čas. Žil jsem a pozoroval svět déle než ty, a proto věz, že není zlato vše, co se třpytí. Viděl jsem padnout zářící hvězdu a také jsem viděl, jak se zlomila mnohá opěrná hůl, na niž lidé spoléhalí. Chci ti dnes dát některé rady, abys i ty věděl, k čemu jsem dospěl a co mě čas naučil.


Podaří-li se ti splnit svá předsevzetí a dosáhněš-li úspěchu a uznání, zůstaň nadále skromný. Skromnost a pokora jsou jediným trvalým majetkem. Věz, že není velké a dobré a není pravdivé to, co neobstojí před věčnou Pravdou deseti přikázání. Drž se proto pevně dobrého a neříkej nikomu zlé. Pamatuj,
milý obchodníku, že pravda se nikdy neřídí podle nás, ale my se musíme řídit podle pravdy.


Uč se od druhých. A kde se mluví o moudrosti, svobodě a pokoře, tam vždy pilně naslouchej! Bude-li tě někdo chtít učit moudrosti, podívej se mu nejprve do tváře a do očí, protože věčné hodnoty může rozdávat pouze ten, kdo je sám dost moudrý.

Čiň dobře a nestarej se o odměnu. Svou práci konej s plnou odpovědností a do cizích záležitostí se nepleť.


Posiluj v sobě touhu vždy konat dobro. Denně se také v tichosti zahloubej do myšlenek o životě a smrti, abys mohl s nezatíženým svědomím odejít z tohoto světa.

To, co nazýváme smrtí, je jen proměna k novému bytí. Učiň vše, abys na druhý břeh odcházel s láskou a úctou plnou básní ke svému Stvořiteli, kterého jsi pozval v jeho dílech na zemi a svým životem vyznal.“

Konec citace. A nyní již následují příběhy, které přinesl život.
Píše se rok 2003…
1.1 Základ života – vybudované porozumění

Zdravím tě, obchodníku!
Dneska jsem se vrátil domů a mám skvělý pocit z odvedené práce, tak se o něj chci s tebou podělit.


Profesorka se na mě podívala a zeptala se na moji práci. Ve stručnosti jsem jí řekl, že jsem obchodník. Chvíli jsme si povídali o tom, co to všechno obnáší. Pak jsem projevil zájem o ni a na oplátku jsem se zeptal na její práci. Mimo jiné jsem byl zvědavý i na to, zda používá teorii, kterou učí, v praxi. Řekla, že ne. Poté jsem jí položil několik dalších otázek, a ani nevím jak, najednou byl z našeho rozhovoru velmi příjemný dia-
log o životě. Upřímně jsem se o ni zajímal. Člověk pozná, zda je zájem
druhého předstíraný (motivovaný získuchtivostí), nebo zda jde skutečně od srdce.

Po několikaminutovém rozhovoru o životě řekla, že mi dá ještě doplňující otázku – ať jí povím, co je to „zlatá akcie“. Byl jsem překvapený, že se znovu vrátila ke zkoušení. Řekl jsem jí, co jsem na dané téma věděl. A když už jsme si před tím tak příjemně popovídali o životě, zapojil jsem ji do rozhovoru. V podstatě jsme si spolu pěkně pohovořili na téma zlatá akcie. Diskuzi uzavřela slovy, že mi nakonec tedy dá s přimhouřenýma očima dvojku.


1.2 Úkol člověka – činit druhé šťastnými

D. Chopra ve své knize Vytváření hojnossí píše o tom, že: „… po pravdě řečeno, úkolem každého z nás je učinit šťastným každého člověka, se kterým přijdeme do styku.“ Teď jsem jeho slova zažil v reálném životě a mám z toho moc příjemný pocit. Proč nechodit po světě a nedělat druhé šťastnými, aniž bych od nich něco chtěl? Už jen ten pocit, že vidím druhého, jak se čítí příjemněji, mi dává zpátky něco cenného – pocitují radost.

Podívejte, co udělala moje snaha vybudovat porozumění s paní zkoušející! A to z ní měla většina studentů strach, protože ji předcházela pověst nepříjemné profesorky! Vytvořené porozumění ji proměnilo ve velmi příjemného člověka. Ukázala i druhou stránku své osobnosti, vstřícnost. A to je cenné poučení do života. Všude, ať ve škole ve vztahu učitel–žák, či v obchodě ve vztahu klient–obchodník, jde především o setkávání dvou lidí. O komunikaci člověka s člověkem. A člověk se cítí dobře, když si
s druhým rozumí. Lidé nebyli stvořeni proti sobě, byli stvořeni pro sebe. Klíčem k srdci člověka je ochota porozumět mu.

Ještě jedna perlička na závěr. Když jsem odcházel ze zkoušky, řekla mi ta paní, že když budu někdy investovat na kapitálovém trhu, tak se u ní můžu stavit pro pár užitečných informací. Řekni sám, nepřísná větší radost zajímat se v prvě řadě vždy o druhého člověka? Snažit se s ním vyjít, vybudovat porozumění?

1.3  Nech být OK vše, co se děje

A teď k práci. Minulý týden jsem se naučil zase něco nového o porozumění. Taky jsem více pochopil, co to znamená být v klidu, nechat být vše, co se děje, OK. Trpělivě to, co se děje, vnímat. Uvědomuji si, že když budu vědomě chtít (a já chci), může být život jedna velká radost. Radost, díky „být v klidu“, za každé situace. Úzasná myšlenka – dělat cokoliv v životě, úplně všecíčko v naprostém klidu.

Před pár dny jsem si přečetl pro mě velmi hodnotnou myšlenku: „Mít klid, být v klidu a odpočívat v klidu lze jen v přítomném okamžiku.“ To znamená nelétat v myслi do minulosti či do budoucnosti.


1.4  Vytrvalost je mírou víry

V posledním týdnu jsem prošel několika situacemi, ve kterých jsem si ověřil, že to hlavní, co k práci potřebuji, je vnitřní víra v dosažení žádoucích výsledků.

Jedna věc je jistá. Dané cvičení funguje. Svědomí mi tiše, ale silně říká, co mám dělat, a moje víra, že se mi podaří být dobrým obchodníkem, roste. To je celkem zajímavé zjištění, vezmu-li v úvahu, že s profesí obchodníka jsem začal před třemi měsíci a od té doby jsem vlastně uzavřel jen jeden obchod – a jinak vůbec nic. Jsem přesvědčený o tom, že kdybych ráno a večer, nebo alespoň jednou denně, nedělal toto cvičení „ztišení“, by byl já užíván na pochybách, zda mám dělat profesí obchodníka, zda to raději nezabalit a jít si hledat jinou práci. Je velmi pravděpodobné, že strach z neúspěchu a pochybnosti, „zda to zvládnu“, by mě omezovaly, vzbuzovaly by ve mně nervozitu. To by se pak projevovalo také na kvalitě mého osobního života, která souvisí i s mými pocitami.