

Práce pojednává o tom, že když obchodník věří produktu, který prodává, tak zvládne nadchnout zákazníka a prodat, což je smyslem obchodu. Není nic lepšího než, když má firma nadšené obchodníky. Jen pro to musí něco udělat, a to je mít produkt, který je dobrý a nadchnout jím obchodníky. Nadšení se tak prolíná celou firmou, která něco vyrábí a následně prodává. Toto pravidlo platí obecně pro všechny pracovníky, kteří se podílejí na produktu a jsou jim nadšení a své nadšení předávají dále. V práci popisuji, jak jsem využila nabyté vědomosti k tomu, aby ze mě byl nadšený obchodník, a protože jsem během studia zastávala i pozici product owner, tak jsem se snažila přenášet nadšení na všechny pracovníky, kteří se podíleli na vývoji.