ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳನ್ನು, ಭಾವೇಶ್ ಈ ಕೈಗಾಡಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಯೋಗಿಕವಾಗಿ ಕಲಿಯುತ್ತಿದ್ದರು. 'ನಾವು ಕಲಿಯಲು ಸಿದ್ಧರಾದರೆ ಸಾಕು, ಬದುಕು ನಮಗೆ ಸಾವಿರ ಅವಕಾಶವನ್ನು ನಮ್ಮೆದುರು ತೆರೆಯುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತದೆ. ಆ ಕಲಿಕೆಯ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ನಾವು ಸಿದ್ಧವಿರಬೇಕು. ಈ ಕಾಣುವಿಕೆಗೆ ಕಣ್ಣುಗಳು ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ತೊಂದರೆ ಇಲ್ಲ. ಈ ಕಾಣುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮಿದುಳು–ಹೃದಯ ಇವರೆಡರ ನಡುವೆ ಸಮತೋಲನವನ್ನು ಸಾಧಿಸಿ ಕಾಣುವಂತಹ ಕ್ರಿಯೆ' ಎಂದು ಅರಿತಿದ್ದರು.

ಭಾವೇಶ್ ಅವರು ಗಮನಿಸುತ್ತಿದ್ದರು. ಅಕ್ಕಪಕ್ಕದ ಸ್ಟಾಲಿನ ತಮ್ಮಂತಹ ಬೀದಿ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಬಂದೊಡನೆ, ತಮ್ಮ ವಸ್ತುಗಳಿಗೆ '500 ರೂಪಾಯಿ' ಎನ್ನುವರು. ಕೊನೆಗೆ ಚೌಕಾಸಿ ಮಾಡಿದಾಗ 50 ರೂಪಾಯಿಗಳಿಗೂ ಮಾರುವರು. ಇದೇ ಕಾರಣಕ್ಕೆ ಭಾವೇಶ್ ಅವರ ಸ್ಟಾಲ್‌ಗೆ ಬಂದಾಗ, ಗ್ರಾಹಕರು ಚೌಕಾಸಿಗೆ ಇಳಿಯುತ್ತಿದ್ದರು. ನೂರು ರೂಪಾಯಿಯ ಮೋಂಬತ್ತಿ, ಇಪ್ಪತ್ತು ರೂಪಾಯಿಗೆ ಸಿಗುವುದು ಎಂದು ಭಾವಿಸುವರು. ಹಾಗೆಂದೇ ಚೌಕಾಸಿ ಆರಂಭವಾಗುವುದು. ಆರಂಭದಲ್ಲಿಯೇ ಭಾವೇಶ್ ತಮ್ಮದು 'ಫಿಕ್ಸೆಡ್ ಪ್ರೈಸ್' ಒಂದೇ ನಿಗದಿತ ಬೆಲೆ ಎಂದು ನಮ್ರವಾಗಿ ಆದರೆ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಹೇಳುವರು. ಆದರೆ ಸ್ವಲ್ಪ ದಿನಗಳಲ್ಲೇ ಅವರಿಗೆ ಅರ್ಥವಾಯಿತು. ಇವರು ಒಂದೇ ಬೆಲೆ ಎಂದು ಹೇಳಿ, ಬೆಲೆ ಇಳಿಸದೆ ಇದ್ದಾಗ ಗ್ರಾಹಕ ಮುಂದಕ್ಕೆ ಹೋಗಿ ಬಿಡುತ್ತಿದ್ದ. ಆಗ ಭಾವೇಶ್ ಅವರಿಗೆ 'ಇವೆಲ್ಲ ಮೋಂಬತ್ತಿಗಳನ್ನು ನಾನು ಸ್ವತಃ ತಯಾರಿಸಿದ್ದೇನೆ. ಇವು ಮಾಲಿನ್ಯರಹಿತ ಮೋಂಬತ್ತಿಗಳು. ಹೆಚ್ಚು ಸಮಯದವರೆಗೆ ಉರಿಯುತ್ತವೆ' ಎಂದು ತಮ್ಮ ಮೋಂಬತ್ತಿಗಳ ಗುಣ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹೇಳತೊಡಗಿದರು. ಮೋಂಬತ್ತಿಗಳನ್ನು ಸ್ವತಃ ಮಾಡಿದವರಾಗಿ, ಅವುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಪೂರ್ಣ ಜ್ಞಾನ ಅವರಿಗಿತ್ತು. ಯಾರೋ ತಯಾರಿಸಿದ್ದನ್ನು ತಂದು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ತಯಾರಿಸಿದವನಿಗಿಂತ ಮತ್ಯಾರಿಗೆ ತಮ್ಮ ವಸ್ತುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚು ತಿಳಿದಿರುತ್ತದೆ?

ಇದೀಗ ಮುಂದಕ್ಕೆ ಹೆಜ್ಜೆ ಇಟ್ಟ ಗ್ರಾಹಕ ಅವರ ಮಾತುಗಳನ್ನು ಕೇಳಿ ಕ್ಷಣ ಕಾಲ ನಿಲ್ಲುವ. ನೂರು ನೂರಾಐವತ್ತು ರೂಪಾಯಿಗಳಿಗಾದರೂ ಕ್ಯಾಂಡಲ್ ಕೊಂಡುಬಿಡುವ. ಆದರೂ ಅವರಿಗೆ, ಭಾವೇಶ್ ಒಂದಿಷ್ಟಾದರೂ ಬೆಲೆ ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲಿ ಎಂಬ ಆಸೆ ಇರುತ್ತಿತ್ತು. ಗ್ರಾಹಕರ ಈ ಮನೋಭಾವವನ್ನು ಭಾವೇಶ್ ಚೆನ್ನಾಗಿ ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಂಡರು. ಹಾಗೆಂದೇ ಶೇಕಡಾ ಹತ್ತು ಅಥವಾ 15 ರಿಯಾಯಿತಿ ಕೊಡಬಹುದಾದಂತಹ ಬೆಲೆ ಇಟ್ಟಿರುತ್ತಿದ್ದರು. ಆದರೆ ಮೋಂಬತ್ತಿಯ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಕಡಮೆ ಮಾಡುವ ಬದಲು, ಆ ರಿಯಾಯಿತಿಯ ದರಕ್ಕೆ ಅದರದೇ ಬೆಲೆಯ ಕೆಲವು ಸಣ್ಣ ಮೋಂಬತ್ತಿಗಳನ್ನು ಉಚಿತವಾಗಿ ಕೊಡುವರು. ಗ್ರಾಹಕರ ಜೊತೆಯಲ್ಲಿ ಮಕ್ಕಳು ಬಂದಿದ್ದರೆ, ಅವರ ಕೈಗೆ ಅವನ್ನು ಉಡುಗೊರೆಯಾಗಿ ಇಡುವರು.

ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ದಿನ, ವಾರ, ತಿಂಗಳು ನಿಂತಂತೆ ಅವರಿಗೆ ಅರ್ಥವಾಗಿತ್ತು, ಉಚಿತವಾಗಿ ಏನಾದರೂ ಸಿಕ್ಕಾಗ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಬಲು ಖುಷಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಭಾವೇಶ್ ಮನಃಶಾಸ್ತ್ರದ ಎಂ.ಎ. ಡಿಗ್ರಿ ಕೂಡಾ ಮಾಡಿದ್ದರು. ಕಲಿತದ್ದು ಏನೂ ವ್ಯರ್ಥವಾಗಿರಲಿಲ್ಲ. ಕಲಿತ ಎಲ್ಲ ವಿದ್ಯೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡರೆ ಅದರಿಂದ ಲಾಭವಿದೆ, ಹಿತವಿದೆ ಎಂದು ಭಾವೇಶ್‌ಗೆ ಮನದಟ್ಟಾಗಿತ್ತು. ಇದರ ಪರಿಣಾಮ, ಅದೇ ಗ್ರಾಹಕರು ಆರು ತಿಂಗಳ ನಂತರ, ಇಲ್ಲ ಒಂದೆರಡು ವರ್ಷಗಳ ನಂತರ ಬಂದಾಗ, ಭಾವೇಶ್ ಅವರನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಂಡು ಬಂದು ಭೇಟಿಯಾಗುತ್ತಿದ್ದರು. ಸ್ಟಾಲಿಗೆ ಬಂದಾಗ ಅವರು ಹೇಳುತ್ತಿದ್ದರು 'ಅರೆ ಆಗ ಬಂದಿದ್ದೆವಲ್ಲ, ನಮ್ಮ ಮಗು ಎರಡನೇ ತರಗತಿಯಲ್ಲಿದ್ದ. ಆಗ ನೀವು ಅವನಿಗೆ ಗುಲಾಬಿ ಆಕಾರದ ಮೋಂಬತ್ತಿ ಕೊಟ್ಟಿದ್ದಿರಲ್ಲ, ಅದನ್ನು ಇವತ್ತಿಗೂ ಜೋಪಾನವಾಗಿ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡಿದ್ದಾನೆ.'

ಭಾವೇಶ್ ತಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ 'ಹಲೋ, ಹಾಯ್, ನಿಮ್ಮ ಹೆಸರು?' ಎಂದು ಸ್ನೇಹದಿಂದ ಕೇಳುವರು. ಅವರ ಪರಿಚಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿದ್ದರು. ಮತ್ತೆ ಅದೇ ವ್ಯಕ್ತಿ ಬಂದಾಗ, ಅವರ ಒಂದೇ ಮಾತಿನಲ್ಲಿ ಅವರ ದನಿಯಿಂದಲೇ ಅವರನ್ನು ಗುರುತಿಸುವರು. ಭಾವೇಶ್ ಅವರದು ಅಗಾಧ ಜ್ಞಾಪಕಶಕ್ತಿ. ಹೋಟೆಲಿನ ಕೆಲಸದ ಸಮಯದಲ್ಲಿಯೇ ಅವರು ಬಂದ ಅತಿಥಿಗಳನ್ನು ಒಂದೇ 'ಹಲೋ' ಸ್ವರದಿಂದ ಗುರುತಿಸುತ್ತಿದ್ದರು. ಕಣ್ಣಿನಲ್ಲಿ ಕಾಣಲು ಗುರುತಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲದಾಗ, ತಮ್ಮಲ್ಲಿರುವ ಇತರ ಇಂದ್ರಿಯಗಳನ್ನು ಪೂರ್ಣ ಬಳಸಿ ಅವುಗಳ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಕ್ಕೆ ಸಾಣೆ ಹಿಡಿದಿದ್ದರು.

ಭಾವೇಶ್ ಎಂದೂ ಈ ಕ್ಷಣದ ಲಾಭವನ್ನು ಯೋಚಿಸಿದವರಲ್ಲ. ಅವರ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿ ಎಷ್ಟೇ ಕಷ್ಟದ್ದಾಗಿದ್ದರೂ, ಅದು ಹೇಗಾದರೂ ಸರಿ, ತಕ್ಷಣದ ಹಣ ಗಳಿಕೆ ಮಾಡಬೇಕು ಎಂದು ಹೊರಟವರಲ್ಲ. ಬಹಳಷ್ಟು ಉದ್ಯಮಿಗಳು, ಏಕಾಏಕಿ ಈ ಕ್ಷಣವೇ ಶ್ರೀಮಂತರಾಗಲು ನೋಡುತ್ತಾರೆ. ಅದಕ್ಕೆ ಯಾವ ಮಾರ್ಗವನ್ನಾದರೂ ಸರಿ, ಹಿಡಿಯಲು ಆತುರರಾಗುತ್ತಾರೆ. ಇದು 'ಸಸ್ಟೇನೆಬಲ್ ಮಾಡಲ್' ಅಲ್ಲ, ಅದು ಹೆಚ್ಚು ದಿನ ಉಳಿಯುವುದಲ್ಲ, ಸದಾ ನಡೆಯುವುದಲ್ಲ ಎಂದು ಭಾವೇಶ್ ಅವರಿಗೆ ಅರಿವಿತ್ತು. ಒಂದು ಸ್ನೇಹ ಏರ್ಪಡಲು, ಅದು ಬದುಕಿನುದ್ದದ ಸಂಬಂಧವಾಗಲು ಸಮಯ ಬೇಕು, ತಾಳ್ಮೆ ಬೇಕು. ಅವರು ಕಾಯಲು ಸಿದ್ಧರಿದ್ದರು. ಅವರು ಅರಸುತ್ತಿದ್ದ ಯಶಸ್ಸು, 'ಅರ್ಥಪೂರ್ಣ ಯಶಸ್ಸು'. ತನ್ನೊಡನೆ ಇತರರಿಗೂ ಹಿತವಾಗಬಲ್ಲ ಯಶಸ್ಸು.

ಭಾವೇಶ್ ಅವರಿಗೆ ಪುಕ್ಕಟ್ಟೆಯಾಗಿ ಕೊಡುವ ವಸ್ತುಗಳು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುತ್ತವೆ ಎಂಬ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ತಂತ್ರ ಅರಿವಾಗಿತ್ತು. ಎಷ್ಟೋ ಜನ ಚೌಕಾಸಿ ಮಾಡುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಅಂತಹವರು ಇನ್ನೂರು, ಐನೂರು ರೂಪಾಯಿಗಳ ಮೋಂಬತ್ತಿಗಳನ್ನು ಕೊಂಡಾಗ, ಅದಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಯಾಗಿ ತಮ್ಮ ಕೃತಜ್ಞತೆಯನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಲು, ಅವರಿಗೆ ತಮ್ಮ ಬಜೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವಷ್ಟು ಕೆಲವು ಮೋಂಬತ್ತಿಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಗೆ ಉಚಿತವಾಗಿ ನೀಡುತ್ತಿದ್ದರು. ಆ ಪರಿವಾರದ ಹಿರಿಯರನ್ನು, ಇಲ್ಲ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಅವರ ದನಿಯಿಂದಲೇ ಗುರುತಿಸಿ, ಅವರ ಕೈಗೆ ಉಡುಗೊರೆಯ ಉಚಿತ ಮೋಂಬತ್ತಿಗಳನ್ನು ಇಡುತ್ತಿದ್ದರು. ಇದರಿಂದ ಅವರೆಲ್ಲರಿಗೂ ತುಂಬಾ ಖುಷಿಯಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಮೋಂಬತ್ತಿ ಕೊಂಡದ್ದು ಆನಂದದ ಅನುಭವವಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಮನುಷ್ಯ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಮರೆಯುತ್ತಾನೆ, ಆದರೆ ಅನುಭವಗಳು ಬಹುಕಾಲ ನೆನಪಿನಲ್ಲಿ ಉಳಿಯುತ್ತವೆ. ಇದೇ ರೀತಿ ಭಾವೇಶ್ ಅವರ ಕೆಲಸ ಮುಂದುವರೆಯಿತು. ಅವರಿಗೆ ಒಂದಿಷ್ಟು ಪುರಸೊತ್ತು ಸಿಕ್ಕಿತು ಎಂದರೆ, ಕಲಿತ ಪಾಠಗಳನ್ನು ಮೆಲುಕು ಹಾಕುವರು. ಅನಿಸಿದ್ದನ್ನು ಅಳವಡಿಸಲು ಮಾರ್ಗಗಳನ್ನು ಯೋಜಿಸುವರು.

ತಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರ ಗುಂಪಲ್ಲಿ, ಮಕ್ಕಳು, ಮಹಿಳೆಯರನ್ನು ತಮ್ಮ ವಿಶ್ವಾಸಕ್ಕೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡರೆ, ತಮ್ಮ ಕೆಲಸ ಸುಲಭ ಎಂದೂ ಅರಿವಾಗಿತ್ತು. ಕಾರಣ, ಕೊಳ್ಳುವಬಿಡುವ ನಿರ್ಧಾರವನ್ನು ಇವರೇ ಹೆಚ್ಚು ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದರು. ಅನೇಕ ಬಾರಿ ಶಾಲೆಯ ದೊಡ್ಡ ತಂಡಗಳು ಮಹಾಬಲೇಶ್ವರಕ್ಕೆ ಪ್ರವಾಸಕ್ಕೆ ಬರುತ್ತಿದ್ದವು. ಅವರುಗಳು ಭಾವೇಶ್ ಅವರ ಸ್ಟಾಲ್ ಹತ್ತಿರ ಬಹಳ ಬಾರಿ ಬಂದು ನಿಲ್ಲುತ್ತಿದ್ದರು. ಆ ಗುಂಪಿನ ಕಲರವದ ನಡುವೆ, ಅವರ ಶಿಕ್ಷಕರು ಯಾರು ಎಂದು ಭಾವೇಶ್ ಗುರುತಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿದ್ದರು. ಅವರಿಗೆ ತಮ್ಮ ಕ್ಯಾಂಡಲ್ ಉದ್ಯಮದ ಬಗ್ಗೆ ಹೇಳಿ, ಅವರಿಗೆ ಉಚಿತವಾಗಿ ಒಂದು ಮೋಂಬತ್ತಿ ಕೈಗೆ ಇಡುತ್ತಿದ್ದರು. ಅದನ್ನು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದಂತೆ, ಅಲ್ಲಿದ್ದ ಐವತ್ತು ಅರವತ್ತು, ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ನೂರು, ಇನ್ನೂರು ಮಕ್ಕಳು ತಾವೂ ಒಂದು ಮೋಂಬತ್ತಿ ಕೊಳ್ಳಬೇಕೆಂದು ಬಯಸುತ್ತಿದ್ದರು. ಆ ಒಂದು ಉಡುಗೊರೆಯ ಕಾರಣದಲ್ಲಿ, ಅವರ ತಳ್ಳುಗಾಡಿಯ ಅಷ್ಟೂ ಮೋಂಬತ್ತಿಗಳು ಖರ್ಚಾಗುತ್ತಿದ್ದವು.

ತಮ್ಮ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ಯಶಸ್ಸುಗೊಳಿಸುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂದು ಅವರು ಯೋಚಿಸುವರು. ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ಜನರನ್ನು ತಮ್ಮ ಉದ್ಯಮದೊಡನೆ ಜೋಡಿಸುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂದು ಯೋಚಿಸುವರು. ಆ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಬಹಳಷ್ಟು ಸಂಶೋಧನೆಯನ್ನು ಅವರು ಮಾಡಿದರು. ಈ ಸಂಶೋಧನೆ ಸೈದ್ಧಾಂತಿಕವಾಗಿ ಉಳಿದಿರಲಿಲ್ಲ, ಪ್ರಾಯೋಗಿಕವಾಗಿ ಅಳವಡಿಸಿ ನೋಡುತ್ತಿದ್ದರು. ಎದುರಿಗೆ ಇರುವ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು, ಅವರ ಧ್ವನಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರದಿಂದ ಅವರು ತಮ್ಮ ಮೋಂಬತ್ತಿಗಳನ್ನು ಕೊಳ್ಳುವರೇ ಇಲ್ಲವೇ ಎಂದು ಗುರುತಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡುವರು. ಇವೆಲ್ಲವನ್ನು ಕಿವಿಯಿಂದ ಕೇಳಿ ಗುರುತಿಸುವ, ತಮ್ಮ ಮನದ ಕಣ್ಣುಗಳಿಂದ ನೋಡಿ ಅರಿಯುವ, ಅರಿತು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸುವ ಸತತ ಪ್ರಯತ್ನ ಅವರದಾಗಿತ್ತು. ಅನೇಕ ಬಾರಿ ಸ್ಟಾಲ್ ಎದುರು ಬಹಳಷ್ಟು ಕಂಗನ್ ಇಲ್ಲ ಬಳೆಗಳ ಸದ್ದು ಕೇಳಿ ಬರುವುದು. ಬಹಳ ದೊಡ್ಡ ಕಂಠದಲ್ಲಿ ಕೊಳ್ಳೆಂದು ಆಗ್ರಹ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಕೇಳಿಸಿದಾಗ ಆ ಮಹಿಳೆಯೊಡನೆ ಬಂದ ಪುರುಷ ಬಹುಶಃ ಆಕೆಯ ಪತಿ ಇರಬಹುದು ಎಂದು ಊಹಿಸುವರು.