

Mnogi smatraju ovog čovjeka najboljim podcasterom u regiji. Otkrio nam je zanimljive detalje iz svog života: "Upadao sam u probleme i pokušavao ih rješavati riječima, češće bezuspješno nego uspješno"

www.dalmacijadanas.hr/mnogi-smatraju-ovog-covjeka-najboljim-podcasterom-u-regiji-otkrio-nam-je-zanimljive-detaje-iz-svog-zivota-upadao-sam-u-probleme-i-pokusavao-ih-rjesavati-rijecima-cesce-bezuspjesno-nego-uspjesno/

August 26, 2025

"Rast je počeo kada sam shvatio da rečenica 'radi kvalitetno i klijenti će doći sami' – ne funkcionira"

ANA TENŽERA / Foto: Privatna arhiva 26. kolovoza 2025. 10:15



„Nauči kako efikasnije upravljati sobom, lakše se motivirati na važne aktivnosti koje odgađaš i stvoriti bolje odnose s osobama u tvojoj poslovnoj ili privatnoj okolini.”, piše na *web* stranici najjačeg *podcastera* u regiji **Saše Tenodija**, profesionalnog socijalnog pedagoga koji je je svoj posao proširio i na učenje drugih kako bi sami bili bolji komunikatori, bolje baratali riječima, došli i do svojih *podcasta*, *blogova*, ili kako se već žele izraziti.

Od reklama za Vaše seminare i *podcaste* na *YouTubeu* se ne može pobjeći – stalno iskače prozorčić s najavama, pozivima na pokretanje te kako steći samopouzdanje. Kad je toliki uspjeh počeo?

- Tekst se nastavlja nakon oglasa -



- Rast je počeo kada sam shvatio da rečenica „radi kvalitetno, imaj zadovoljne klijente i posao će ti doći sam po sebi” ne funkcionira - to su stari principi generirani na sustavu preporuka. Nekada je sustav preporuka bio moj glavni kanal, danas je sporedni. Promjena je stigla kada sam napravio nadogradnju identiteta – „ja sam predavač kada sam u predavaonici, a kada sam izvan predavaonice, odlučujem biti *marketer*”.



POPRAVCI OD TUČE BEZ LAKIRANJA

Kontakt:

Mob: 098 173 38 54, 091 529 13 37

Vratimo se malo kroz vrijeme – kakav ste bili učenik, jeste li upadali u probleme ili ih, kao sada, rješavali riječima?

- Upadao sam u probleme i pokušao ih rješavati riječima, češće bezuspješno nego uspješno. Zapravo, gotovo svi u mojoj okolini su imali umijeće rješavanja problema riječima na višoj i učinkovitijoj razini nego ja. Od takvih pojedinaca i njihovih nesvjesnih vještina se i počela „kuhati” potreba da ono što oni rade nesvjesno, naučim koristiti svjesno.



Saša Tenodi

Kad ste se zainteresirali za ovakav oblik medija (*podcasti* i ostalo čime se bavite)?

- Motiv je isti, samo je format drugačiji. Svi moji projekti imaju isti temeljni pokretač - strast za komunikacijom. Od 2005. do 2016. slušam audio knjige, krajem 2016. prijatelj Voras mi šalje *link* na jedan *podcast*. Čim sam poslušao prvi, zaljubio sam se u format - ideja pričanja sa stručnjacima bez uštogljenosti i bez ograničenja u postavljanju pitanja.. Trenutačno ne mogu zamisliti bolji okvir za učenje od *podcasta*.

Za koliko vremena je Vama počela monetizacija prvih *podcasta*, i ako ih možete predstaviti?

- Nisam krenuo u *podcast* iz finansijskih motiva. Motiv je učenje i umrežavanje. Monetizacija dolazi kroz evente Moć komunikacije, a indirektna monetizacija dolazi povećanim brojem upisa na moje seminare, jer *podcast* doprinosi percepciji autoriteta i povjerenja.

Poznato je da 90 posto novih *podcasta* ne uspije. Koji je razlog tome? Što je najvažnije kod osnivanja i „održavanja tj. plivanja *podcasta*” na medijskoj sceni?

- Entuzijazam. Entuzijazam nije dobra emocija. Entuzijazam ima magnitudu brze akcije, no nije održiva emocija ako pričamo o ozbiljnom pristupu projektu. Ja ne krećem iz stanja entuzijazma već dogovora sa samim sobom - ne razmišljam o rezultatu poput financija - prvo razmišljam na sljedeći način: Jesam li dovoljno ozbiljan da konzistentno radim na ovom projektu? Ako je odgovor: Nisam (barem) 99% siguran da to mogu isporučiti, projekt stavljam na stranu. Mislim da *podcasteri* koji kreću iz entuzijazma

previše razmišljaju o brojkama, monetizaciji, statusu i slično. U konačnici, kada na sva zvona najave svoj projekt i onda nestanu prije 20. epizode, nisu svjesni koliko su ugrozili svoju reputaciju kao osobe koja nije u skladu sa svojom najavom i svojim obećanjem samome sebi i publici koja ih je počela pratiti u startu projekta.

Nekoliko ljudi s kojima sam razgovarala o Vama, spremajući se za ovaj intervju, kažu da se Vašoj karizmi ne može odoljeti, da imate samopouzdanje lava i da ćete svakog „obrlatiti” da mišljenjem pređe na stranu koju Vi zastupate. Točno?

- Ne nužno. Biram svoje bitke prema 2 kriterija: 1. Je li mi cilj u komunikaciji doista bitan - ako nije, odustajem od komunikacije; i 2. Je li mi osoba s kojom komuniciram izazovan sugovornik od kojeg/koje mogu nešto naučiti. Sasvim mi je u redu da "izgubim" od sugovornika koji je izazovan, jer ću kroz komunikaciju s njim/njom preuzeti obrasce koje je ta osoba koristila u svojoj strategiji i aplicirat ću ih u svoj komunikacijski pristup. Što bi značilo, da moj sustav uvjerenja interpretira: Pobijedio ili izgubio, u oba slučaja sam pobijedio - u prvom kratkoročno, u drugom dugoročno.

Što je metamodel komunikacije?

- Metamodel je da od jezičnih modela unutar Neurolingvističkog programiranja, koje se sastoji od 11 jezičnih obrazaca, navigiramo osobu prema željenom ishodu komunikacije. Najčešće ga koristim kako bih pomogao pojedincu da uvidi nedosljednosti u svom jeziku i doživljaju realiteta kako bi mu se otvorile nove perspektive i „srušila” limitirajuća uvjerenja. Ono što apsolutno svakog koči bilo u profesionalnom ili osobnom rastu su uvjerenja koja obliku naš realitet. Kada upotrebom metamodela pomognem osobi da preoblikuje svoja uvjerenja, posljedično mijenja se i njen/njegov model svijeta te osoba instantno vidi da posjeduje znatno veći broj opcija za rješavanje svojeg stanja u odnosu na nekoliko minuta prije (mog) metamodela.

Koja je razlika između komunikatora i profesionalnog komunikatora?

- Razlika je u ključnoj riječi „proces”. Komunikator ide nesvjesnim obrascima prema svom cilju u komunikaciji, profesionalni komunikator ima jasno definiran ishod koji želi ostvariti komunikacijom, svjestan je procesa, svjestan je i „što ako ne ide po planu” situacija i - najvažniji kriterij - profesionalni komunikator, za razliku od komunikatora, može u nedogled replicirati i procese i ishode.

Obzirom da vladate komunikacijom te ste pomogli tisućama ljudi kako da se, primjerice, postave prema šefu koji nad njim/njom vrši *mobbing*, je li Vam se dogodila situacija da ste ostali bez riječi, pa čak da su Vas i emocije svladale?

- Naravno. Puno puta. I dan danas se zna dogoditi, no kao što sam naveo ranije. To su situacije u kojima privremeno gubim i dugoročno dobivam.

Što kao čovjek iz susjedne branše mislite o *self-help* programima, poput skupog dvotjednog krstarenja s *lifecoachericom*, i da li Vam je ona ikad bila potrebna (možda za seminar ili *podcast*), ne nužno Vama?

- Ljudi imaju potrebu za pripadanjem i poticajnim okruženjem te u konačnici... traže pomoć za svoje stanje. Smatram da je sve dobro za određeni dio publike koji se nalazi u nečijoj priči i, naravno, ako ta priča daje osobi željeni rezultat. Netko ide u crkvu, netko na autogeni trening, netko na meditaciju, netko na krstarenje ili karting - ne vidim razliku osim u načinu/sadržaju na koji je pojedinac odlučio zadovoljiti neku svoju svjesnu ili nesvjesnu potrebu koju nije znao zadovoljiti na drugačiji način. Ako za tebe funkcionira, dobro je, ako ne funkcionira, pronađi novu okolinu i sadržaj koji će preciznije pogoditi ono što ti treba.

Za sebe kažete da ste (osim što posjedujete druge medijske alate) kao prvo *networker*. Možete li pojasniti kako ste došli do tog zaključka, kao i pojmove *GoGether* i *GoGiver*?

- Još jedan od identiteta koje sam svjesno počeo graditi (2014.), jer nisam imao talent za „networkanje“. Koncept *GoGiver* iz istoimene knjige govori o osobi koja je u fokusu davanja vrijednosti bez traženja protuusluge. *GoGiver* je idealan *mindset networkera* jer, za razliku od *GoGether*a, nije mu/joj u fokusu brza pobjeda. Npr. *GoGether* će se pojaviti na konferenciji ili *eventu* i imat će ishod da upozna što više pojedinaca kojima će kroz *follow up* komunikaciju nekoliko dana nakon upoznavanja pokušati prodati svoju uslugu ili ih zamoliti za povezivanje s potencijalnim kupcem iz svoje mreže poznanstava. *GoGiver* s druge strane nije usmjeren na prodaju već na davanje vrijednosti razgovoru/poznanstvu. *GoGiver* neće prodavati svoju uslugu direktno već će si postavljati pitanja poput: na koji način ja mogu biti od koristi osobi s kojom komuniciram, s kime je mogu spojiti, što joj mogu pružiti odmah da mu/joj pomognem u njegovom/njenom ishodu.

Slažete li se sa izjavom „the more hands you shake the more money you make“?

- Da, to je *mindset networkera*, no naglašavam, ovaj stav zahtjeva strpljivost, jer (*gogiving*) *networking* nije „igra“ brzih transakcija.

Kad ste se počeli koristiti mnemotehnikom i NLP-em (neurolingvističko programiranje) i zašto?

- Mnemotehnikama 2003. godine kada sam u 22. godini odlučio upisati fakultet. Obzirom da nisam bio dobar učenik u osnovnoj i srednjoj školi, odlučio sam prvo naučiti kako učiti NLP-em na trećoj godini fakulteta. Razlog za NLP - nisam „kliknuo“ s psihoterapijom zbog (po mojim kriterijima) predugačkog procesa edukacije. Drugi razlog - puno više volim grupni rad nego individualni. Treći razlog - proces promjene u NLP-u može biti zabavan. I dan danas su mi NLP i NLP polaznici zanimljivi kao i na početku.

Iskustvo nije najbolji učitelj. Iskustvo je jedini učitelj, kažete. NLP ste savršeno savladali, pitate li se i danas zašto, pogotovo jer ste u školi bili, po Vašim riječima, jedva prosječan učenik?

- Trebalo mi je cca godina dana da shvatim zašto sam u NLP-u bio „prirodno“ dobar, a u školi nisam. Razlog za to je NLP pristup podučavanju koji koristi vizualni, auditivni i kinestetički okvir. Svaka vježba NLP-a prolazi kroz proces: 1. Objašnjenje razloga za vježbu/tehniku - što dobivate ako istu savladate; 2. Kratka teorija zašto tehnika funkcionira na način koji funkcionira; 3. Moja demonstracija tehnike; 4. Rad u parovima; 5. Moj *feedback* i brušenje tehnike. NLP se lako uči, jer je učenje iskustveno. U školi sam imao problema, jer su mi bile prezentirani pristupi koji meni nisu funkcionirali poput - ponavljaj na glas dok ne zapamtiš, podvlači markerima i slično... Ne kažem da to uopće nije funkcioniralo za mene, ali u odnosu na NLP pristup učenju - kao da sam prolazeći NLP edukaciju bio potpuno druga osoba u usporedbi sa školom - učio sam brzo, lako i uživao u procesu.

Vratimo se na *podcaste*. Obzirom da ste najjači *podcaster* u regiji možete li reći „tko Vam je za petama“, odnosno koji *podcasti* su kvalitetni i koji su Vam zapeli za oko?

- Ne bih rekao da sam najjači *podcaster* u regiji, a bilo bi i teško definirati kriterij najboljeg. Ako je kriterij broj snimljenih *podcasta*, tu bih rekao da sam u top 5 *podcastera* u regiji. Znam da otprilike tu brojku snimaka imaju Ratko Martinović i Marko Petrak iz **Podcast inkubatora**. Ako je kriterij *audio podcast*, tu mogu reći da smo kolega Voras i ja broj 1. No, ako je kriterij broj *subscribiera*, mi se tu sa **Surovim strastima** ne možemo mjeriti s YT *podcasterima*. Npr. uz Podcast inkubator u Hrvatskoj veliku bazu gledatelja ima Vinko Mihaljević (**LOOD podcast**). Vinko snima od početka 2021. godine, a moj projekt **Moć komunikacije** je novi *podcast* pokrenut relativno nedavno (prije 10 mjeseci), tako da u tom projektu tek gradim svoju publiku i prilično sam daleko od brojki koje imaju prije spomenuti *podcasteri*.

Što *podcast* mora imati da bi stekao stalne pratitelje?

- Konzistenciju i nišu. *Podcaster* se treba sam sa sobom dogovoriti koju nišu želi „zauzeti“. Npr. Surove strasti su zauzele 3 niše: audio, *business* i (povremeno) *lifestyle*, dok je Moć komunikacije, kao što samo ime sugerira, edukativni *podcast* u kojem pokušavam izmapirati obrasce komunikatora od kojih publika može imati koristi - poput obrazaca u javnim nastupima, trema, pristupi odgoju djeteta, mentalitet pobjednika (pojedinci iz sporta)...

Kakvo je Vaše mišljenje o *blogovima*?

- Nekada sam ih pisao jednom tjedno, no, mislim da nisam napisao ni jedan od kada sam ozbiljnije pristupio *podcastingu*. Nekada smo Voras i ja znali snimati i 10 epizoda tjedno. Moje mišljenje je: „find your voice“ - pronađi način na koji će publika vidjeti/čuti tvoju poruku. Mislio sam da su to *blogovi*, no „kliknuo“ sam s *podcastima*.

Što mislite o društvenim mrežama, primjerice, od prezentiranja prekrasnih slika obitelji, a znate da im životna situacija nije nimalo privlačna kakvom je žele pokazati. Zašto ljudi to uopće rade?

- Nemam mišljenje trebaju li ili ne trebaju to raditi. Uvjerena sam da je namjera svakog pozitivna, taman da se i takvom fotografijom privremeno osjećaju bolje. Ako ti ono što radiš daje bolji osjećaj ili bolju percepciju sebe - *do it*.



Saša Tenodi

Sloboda medija. Mislite li da je dobro da zaista svatko s tipkovnicom može pisati ili u *podcastu* pričati što želi?

- Apsolutno ne vidim ništa loše u tome (uz uvjet da se poštuje zakonski okvir). Dobar sadržaj će kroz 24 mjeseca pronaći svoju publiku, loš sadržaj ili lošeg *podcastera* će publika brzo prepoznati tako da - i to je jedan od razloga zašto neki „slučajni“ *podcasteri* brzo odustanu. Ili im je sadržaj loš, ili su oni loši.

Što mislite o „starim medijima“ poput novina, radija, televizije – pratite li njihove informativne programe ili se tijekom dana informirate po portalima?

- Od 2010. godine ne pratim tradicionalne medije. Pročitao sam u jednoj knjizi 2010. godine da bi svaka osoba trebala pokušati napraviti medijski post u trajanju od 30 dana. Evo, moj traje petnaestak godina. Iz druge perspektive, to što ne konzumiram dnevne informacije ne znači da ne bih investirao u plasiranje svojih poruka kroz tradicionalne medije, jer im publika i dalje vjeruje tako da, sa strane marketinga DA, sa strane osobnih benefita ipak sam radije kontroliram sadržaj koji konzumiram.

Jedna od naših najpoznatijih kolumnistica, sada u mirovini, koja je željela ostati anonimna, za „smajlice” i ostale *emotikone* kaže da su „silovanje mozga”. Da citiram; „Što, on sad tu nešto piše i onda na kraju lupi tog smajlića. Što to znači? Da se ja sad moram smijati?” Smajlice čak nekad koriste i neke web stranice, nije li to malo neozbiljno?

- Meni je. Vidio sam u jednoj knjizi da je autor gotovo na svakoj stranici dodavao smajlice. Osobno sam mu to komentirao na jednoj društvenoj mreži da bih mu savjetovao da ih makne, no veći broj komentara je ipak otišao u smjeru - nemamo ništa protiv smajlića/*emotikona*. Tako da, ako autor zna svoje kupce i svoju publiku, može što god želi. Ja bih preskočio takvu komunikaciju, pogotovo u knjizi.

Ne znam značenje „*emotikonskog jezika*”, ne znam što znači feferon i trešnja ili slična kombinacija, no mladi se nerijetko tako dopisuju. Nije li to smrt pisanog jezika kao takvog?

- Nemam odgovor na ovo pitanje. Moj stav je, nema se smisla boriti protiv neizbježnog (ako je neizbježno) i, kao drugo, pokušati razumjeti što nam nešto prema čemu osjećamo otpor možda dobrog može dovesti. Trenutačno ne razumijem, no vjerujem da ću si objasniti i pronaći pozitivnu vrijednost i u tome.

I za kraj – kako bi ocijenili stanje u našim medijima? Naklade novina sve su manje, televizije se natječu, pa je čak legendarno vrijeme HRT-ovog Dnevnika s „pol osam” pomaknuto na devetnaest sati, na *webu* zaista svatko može raditi, a *blogovi* i *podcasti* cvjetaju. Kakvu budućnost Vi predviđate?

- Odgovor na ovo pitanje bi me mogao ubaciti u kategoriju proroka - evo smajlija 😊

Ovako, ne znam za druge, znam za sebe. Ja sam čovjek od niše i konzistencije. Neovisno o cvjetanju ili propasti bilo čega, pa taman da to bili i *podcasti*, ja to volim i nastaviti ću se baviti time što volim. Nisam ni u jedan projekt ušao zato jer je tema *hype/trend* ili neka treća riječ, ušao sam zato jer mene to „pali”. Tako da rast, pad, uspjeh ili propast nisu riječi koje su meni u fokusu.

[Od beta kazeta do umjetne inteligencije: Kako se novinarstvo promijenilo u posljednjih 20-ak godina](#)

Članak je objavljen uz finansijsku potporu Agencije za elektroničke medije iz Programa poticanja novinarske izvrsnosti

Moja reakcija na članak je...

Ljubav

2

Haha

0

Nice

0

What?

0

Laž

0

Sad

0

Mad

0

NAPIŠI, DOJAVI, SLIKAJ,
UKAŽI... BUDI DIO NAS.

