

50 **ТЕМ** ДЛЯ ПУБЛИКАЦИЙ В СМИ

Готовые идеи и инфоповоды для экспертов,
предпринимателей и владельцев бизнеса.



КАК ЧИТАТЬ ЭТОТ ГАЙД

КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ЭТИМ ГАЙДОМ

Не копируйте тему дословно. Адаптируйте её под свою экспертность, аудиторию и текущий контекст.

01 ТЕМА



02 ВАША ЭКСПЕРТИЗА



03 АКТУАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ



04 ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОЛЬЗА

ЗАМЕТКА РЕДАКТОРА · ПРИМЕР

БЫЛО ~~«5 ошибок при выборе специалиста»~~

СТАЛО **«5 ошибок, которые пациенты совершают при выборе врача-косметолога»**

ГЛАВНЫЙ ВОПРОС

Хорошая тема отвечает на вопрос: «Почему об этом важно говорить именно сейчас?»

NEWSROOM-ЛОГИКА

ЧТО ДЕЛАЕТ ТЕМУ ИНТЕРЕСНОЙ ДЛЯ СМИ

5 факторов

01 АКТУАЛЬНОСТЬ Почему об этом важно говорить именно сейчас? ПРИМЕР «Изменения на рынке, новый тренд, сезонность, событие»	02 ПРОБЛЕМА ИЛИ КОНФЛИКТ Какую боль, проблему или противоречие затрагивает тема? ПРИМЕР «Популярный подход работает не для всех»	03 НЕОЧЕВИДНЫЙ ВЗГЛЯД Что вы можете сказать иначе, чем большинство? ПРИМЕР «Общепринятое мнение может быть ошибочным»	04 ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОЛЬЗА Что читатель сможет понять, выбрать или сделать после материала? ПРИМЕР «5 признаков, которые помогут избежать ошибки»	05 ЭКСПЕРТНОСТЬ АВТОРА Почему именно вы можете говорить на эту тему? ПРИМЕР «Опыт, кейсы, практика, собственные наблюдения»
---	---	--	--	--

СОБЫТИЕ + ПРОБЛЕМА + МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА + РЕШЕНИЕ

ТЕМЫ 01-10

ТРЕНДЫ И ИЗМЕНЕНИЯ

- 01 Что изменилось в вашей отрасли за последний год
- 02 Какие тренды будут определять рынок в ближайшем будущем
- 03 Что стало популярным, но подходит далеко не всем
- 04 Какие новые технологии меняют профессию
- 05 Какие привычные методы скоро могут устареть
- 06 Как изменились запросы клиентов
- 07 Что сегодня работает иначе, чем 5 лет назад
- 08 Какие зарубежные тренды приходят на ваш рынок
- 09 Что изменит вашу отрасль в следующие 3 года
- 10 Что сейчас переоценено, а что недооценено

КАК СДЕЛАТЬ ТЕМУ АКТУАЛЬНОЙ

НЕ ПРОСТО «Тренды косметологии»

А ЛУЧШЕ «Какие процедуры теряют популярность в 2026 году и почему клиенты выбирают естественный результат»

ТРЕНД + ИЗМЕНЕНИЕ ПОВЕДЕНИЯ + ПРОГНОЗ ЭКСПЕРТА



ВЗГЛЯД НА РЫНОК

ТЕМЫ 11-20

ОШИБКИ, МИФЫ И ЗАБЛУЖДЕНИЯ

♦ осторожно с расхожими мнениями

11	5 главных ошибок клиентов	16	Когда «дороже» не означает «лучше»
12	Самый распространённый миф в вашей сфере	17	Красные флаги при выборе специалиста
13	Почему популярный совет может не работать	18	Как отличить профессионала от дилетанта
14	Что люди делают неправильно, даже не подозревая об этом	19	Какие обещания должны насторожить клиента
15	На чём нельзя экономить	20	Что специалист никогда не посоветует своему клиенту

ПОЧЕМУ ЭТИ ТЕМЫ РАБОТАЮТ

- ♦ избежать ошибки
 - ♦ распознать риск
 - ♦ проверить убеждение
- ♦ не потерять деньги
 - ♦ сделать правильный выбор

МИФ / ОШИБКА → РИСК → ОБЪЯСНЕНИЕ ЭКСПЕРТА → ПРАВИЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

слабо «Мифы о косметологии»
сильнее «5 мифов об омоложении, из-за которых пациенты выбирают неподходящие процедуры»



РЕШЕНИЕ И ДОГОВОРЁННОСТЬ

ТЕМЫ 21–30

ДЕНЬГИ, ВЫБОР И РЕЗУЛЬТАТ

21 Сколько реально стоит качественная услуга

22 Из чего складывается цена

23 За что клиент действительно платит

24 Как выбрать специалиста

25 Как подготовиться к первой консультации

26 Как понять, что услуга вам подходит

27 Когда стоит отказаться от услуги

28 Как оценить результат

29 Через сколько времени ждать эффект

30 Как избежать лишних расходов

3 УГЛА ПОДАЧИ ТЕМ О ДЕНЬГАХ

01

ЦЕНА

Из чего на самом деле складывается стоимость?

02

РИСК

На чём экономия может привести к большим расходам?

03

ВЫБОР

Как понять, за что действительно стоит платить?

НЕ ПРОСТО «Сколько стоит услуга» А ЛУЧШЕ «Почему самая дешёвая услуга иногда обходится клиенту дороже»

ТЕМЫ 31-40

ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ

31 С чем вы категорически не согласны в своей отрасли

32 Непопулярное мнение эксперта

33 Главная проблема рынка сегодня

34 Что необходимо изменить в отрасли

35 Какой совет вы бы дали новичку

36 Что вы делаете иначе, чем большинство коллег

37 Как изменился ваш профессиональный взгляд за последние годы

38 Какой опыт сильнее всего повлиял на ваш подход

39 Какие вопросы вам чаще всего задают клиенты

40 На какой вопрос невозможно дать универсальный ответ

СИЛЬНОЕ ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ – ЭТО НЕ ПЕРЕСКАЗ ОБЩЕИЗВЕСТНОГО. ЭТО ПОЗИЦИЯ, КОТОРУЮ ВЫ МОЖЕТЕ ОБОСНОВАТЬ.

ПОЗИЦИЯ → АРГУМЕНТ → ФАКТ ИЛИ КЕЙС → ВЫВОД

ПОЗИЦИЯ

«Высокая цена не всегда означает высокое качество»

АРГУМЕНТ

«Клиент часто платит за бренд, локацию и маркетинг»

ВЫВОД

«Оценивать нужно компетенции специалиста и реальные результаты»



ТЕМЫ 41-50

ЛИЧНАЯ ИСТОРИЯ И ЭКСПЕРТНЫЙ БРЕНД

41 Почему вы выбрали эту профессию

42 Как вы пришли в свою сферу

43 Главная профессиональная ошибка

44 Самый сложный случай в практике

45 Что вы поняли после первых 100 клиентов

46 Какие принципы вы никогда не нарушаете

47 Что отличает ваш подход

48 Как выглядит ваш рабочий день

49 Какие книги, люди или события повлияли на вас

50 Что бы вы сделали иначе, если бы начинали карьеру сегодня

ФОРМУЛА СИЛЬНОЙ ЛИЧНОЙ ИСТОРИИ

ТОЧКА А

Кем вы были



**ПЕРЕЛОМНЫЙ
МОМЕНТ**

Что изменило ваш путь



РЕШЕНИЕ

Что вы сделали



ТОЧКА Б

К какому результату
пришли



ВЫВОД

Что из этого может
взять читатель

Личная история работает сильнее, когда читатель узнаёт в ней себя.



МОДУЛЬНАЯ СИСТЕМА

ОДНА ТЕМА — ПЯТЬ РАЗНЫХ ЭКСПЕРТОВ

БАЗОВАЯ МЕХАНИКА

«5 ошибок при выборе
специалиста»



ПСИХОЛОГ

5 ошибок при выборе психолога

КОСМЕТОЛОГ

5 ошибок при выборе врача-косметолога

ВРАЧ

5 ошибок пациента при выборе тактики лечения

ЮРИСТ

5 ошибок при выборе юриста для бизнеса

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ

5 ошибок при выборе бизнес-партнёра

РЕДАКЦИЯ ЗАГоловков

ТЕМА — ЭТО ЕЩЁ НЕ ЗАГОЛОВОК

было «Косметология»

стало «Почему женщины всё чаще отказываются от радикального омоложения»

было «Психология отношений»

стало «Почему успешные люди годами остаются в несчастливых отношениях»

было «Бизнес-партнёрство»

стало «5 ошибок при выборе бизнес-партнёра, которые предприниматели замечают слишком поздно»

АНАТОМИЯ Сильного заголовка

КОНКРЕТИКА + ИНТРИГА + ПОЛЬЗА + ПОНЯТНАЯ АУДИТОРИЯ

5 ФОРМУЛ
СИЛЬНЫХ
ЗАГоловков

01
ПОЧЕМУ...

02
5 ОШИБОК...

03
ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ...

04
ЭКСПЕРТ ОБЪЯСНИЛ...

05
ГЛАВНЫЙ МИФ О...



ШАБЛОН ОБРАЩЕНИЯ

ГОТОВЫЙ ШАБЛОН ПИТЧА ЖУРНАЛИСТУ

● ● ● НОВОЕ СООБЩЕНИЕ · РЕДАКЦИЯ

ТЕМА Экспертная тема для материала

Здравствуйте!

Меня зовут [Имя], я [экспертность].

Предлагаю тему материала: «_____».

Почему тема актуальна сейчас: _____.

В материале могу рассказать:

- _____
- _____
- _____

Готов(а) оперативно дать комментарий или подготовить экспертный материал.

◆ ВАЖНО

Не пишите журналисту: «Расскажите обо мне».

Предлагайте конкретную тему и конкретную пользу для аудитории.

EDITORIAL CHEAT SHEET

10 ГОТОВЫХ ФОРМУЛ ДЛЯ ВАШЕЙ ПЕРВОЙ ПУБЛИКАЦИИ

Выберите одну механику и адаптируйте под свою экспертность

01 5 ОШИБОК, КОТОРЫЕ...

«5 ошибок при выборе психолога, которые мешают получить результат»

06 СКОЛЬКО НА САМОМ ДЕЛЕ...

«Сколько на самом деле стоит качественная услуга»

02 ПОЧЕМУ...

«Почему популярный метод подходит далеко не всем»

07 ЧТО НИКОГДА НЕ СДЕЛАЕТ ЭКСПЕРТ...

«Что хороший психолог никогда не скажет клиенту»

03 ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ...

«Что изменилось в запросах клиентов за последние 3 года»

08 НЕПОПУЛЯРНОЕ МНЕНИЕ...

«Непопулярное мнение: не каждому бизнесу нужен личный бренд»

04 ГЛАВНЫЙ МИФ О...

«Главный миф о косметологии, в который до сих пор верят пациенты»

09 ЧТО Я ПОНЯЛ ПОСЛЕ...

«Что я понял после первых 100 клиентов»

05 КАК ВЫБРАТЬ...

«Как выбрать специалиста и не пожалеть о решении»

10 ЧТО БУДЕТ С РЫНКОМ...

«Что изменит нашу отрасль в ближайшие 3 года»

ФИНАЛ

ВАША ЭКСПЕРТНОСТЬ УЖЕ МОЖЕТ СТАТЬ **ИНФОПОВОДОМ**

Вам не обязательно ждать громкого события, чтобы появиться в СМИ. Сильная экспертная позиция, полезный комментарий или своевременная тема уже могут стать основой публикации.

01

ВЫБЕРИТЕ ТЕМУ

→ 02

СФОРМУЛИРУЙТЕ ПОЗИЦИЮ

→ 03

ДОБАВЬТЕ АКТУАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ

→ 04

ПРЕДЛОЖИТЕ СМИ

Начните с одной темы. Именно с неё может начаться ваш медийный след.

КОНТАКТЫ



УПРАВЛЯЙТЕ СВОЕЙ ПУБЛИЧНОЙ РЕПУТАЦИЕЙ

bomónd помогает экспертам, предпринимателям и брендам формировать сильный публичный образ, повышать узнаваемость и системно развивать медийное присутствие.

ОБСУДИТЬ ПРОДВИЖЕНИЕ

+7 (966) 190-40-03



Telegram / WhatsApp

ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ВАШЕЙ РЕПУТАЦИИ И УЗНАВАЕМОСТИ



01 СМИ И ПУБЛИКАЦИИ

Интервью, статьи, экспертные комментарии



02 ПРЕМИИ И РЕЙТИНГИ

Участие, номинации и профессиональное признание



03 ГЛЯНЕЦ

Обложки, интервью и имиджевые публикации



04 ТВ И ВИДЕО

Телевизионные эфиры, интервью и видеопроекты



05 ПОДКАСТЫ И ВЫСТУПЛЕНИЯ

Подкасты, публичные эфиры, конференции и выступления



06 ЛИЧНЫЙ БРЕНД И PR

Системная работа над узнаваемостью и репутацией

◆ РЕПУТАЦИЯ НЕ ФОРМИРУЕТСЯ ОДНОЙ ПУБЛИКАЦИЕЙ. МЫ ПОМОГАЕМ **ВЫСТРОИТЬ СИСТЕМУ.**