

Как попасть в Forbes, если ты не миллионер: сделайте 3 шага

Несмотря на весь хайп вокруг Forbes, это издание — вполне обычное деловое СМИ. Да, статусное, но **доступное**, если знать правила игры. Объясняем, как сюда попасть без миллионов на счету (или с ними 😊). Держите инструкцию.

Шаг 1. Стать «нужным» комментатором

Редакторы Forbes (и других топовых СМИ) постоянно ищут экспертов для комментариев к новостям. Ваша задача — попасть в пул авторов конкретного редактора конкретного раздела. Как это сделать:

- **Собрать пресс-портрет.** Это что-то типа вашего резюме, содержащее ссылки на 10–20 публикаций в изданиях уровня РБК, Rusbase или «Делового Петербурга». Это покажет редактору Forbes, что вы — эксперт.
- **Обозначить экспертизу.** Финансы, IT, маркетинг — редактор должен сразу понять, по каким темам к вам обращаться.
- **Написать редактору.** Отправьте портфолио с темами, на которые вы готовы давать комментарии. И ждите, когда к вам обратится за комментарием редактор того или иного отдела.

Даже 5 публикаций в региональных СМИ — уже старт. Главное — качество, а не громкое имя издания. Понятно, что публикации в СМИ уровня Tier-1 придадут вам как эксперту больший вес.

Шаг 2. «Вытащить цифру» и провести исследование

Хотите не просто цитату, а полноценную статью? Нужно подтянуть **уникальную аналитику** или данные:

- Изучите свою нишу. Какие цифры взорвут аудиторию Forbes? Например: «70% стартапов в РФ закрываются из-за X факторов».
- Проведите исследование внутри компании. Опросы, статистика, кейсы — соберите уникальные и полезные данные.
- Предложите свой материал редактору.

Но! Без пресс-портрета из предыдущего пункта даже гениальное исследование редактор проигнорирует.

Шаг 3. Вход в «Форбс» через заднюю дверь

Иногда Forbes перепечатывает статьи из других СМИ. Как увеличить шансы попасть сюда со своим материалом?

- Публикуйтесь в изданиях Tier-1 («Российская газета», «Известия», «Ведомости» и т.д.) — я понимаю, издания тоже не формата «Сельские известия», но у Forbes и правда немного вредные редакторы с налетом важности.
- Пишите ярко и небанально: если ваш текст опубликуют в «Коммерсанте», его могут перепечатать в Forbes.
- 20 публикаций за квартал в топовых СМИ (тех, в которые попасть проще, чем в Forbes) дают 5-10% вероятности того, что вашу статью перепостят.

Итог: Forbes — не боги медиа-Олимпа, а обычная новостная платформа с симпатичным позиционированием, которая публикует интересные для своей целевой аудитории материалы, в том числе сторонних авторов — комментарии и полноценные статьи.

Чтобы туда попасть (без оплаты в СМИ за публикацию), нужно:

- 1 Собрать портфолио из 10+ публикаций, чтобы войти в пул авторов издания.
- 2 Провести уникальное исследование с яркой цифрой, чтобы предложить полнотекстовый материал.
- 3 Публиковаться в других топ-СМИ, чтобы получить шанс на перепубликацию в Forbes.

Вот примеры комментариев и статей клиентов PRslon в Forbes (без оплаты в СМИ):

- [И швец. и жнец: почему компании все чаще назначают сотрудников на две и более позиции.](#)
- [Продажи легковых автомобилей в России в первом квартале выросли в два раза.](#)
- [Продажи новых легковых автомобилей в России выросли в апреле на 81%.](#)

👉 Да, рекламную [публикацию в «Форбс» можно купить за денежку](#) в нашем интернет-магазине СМИ, а по подписке получить 4-12 месяцев работы.