

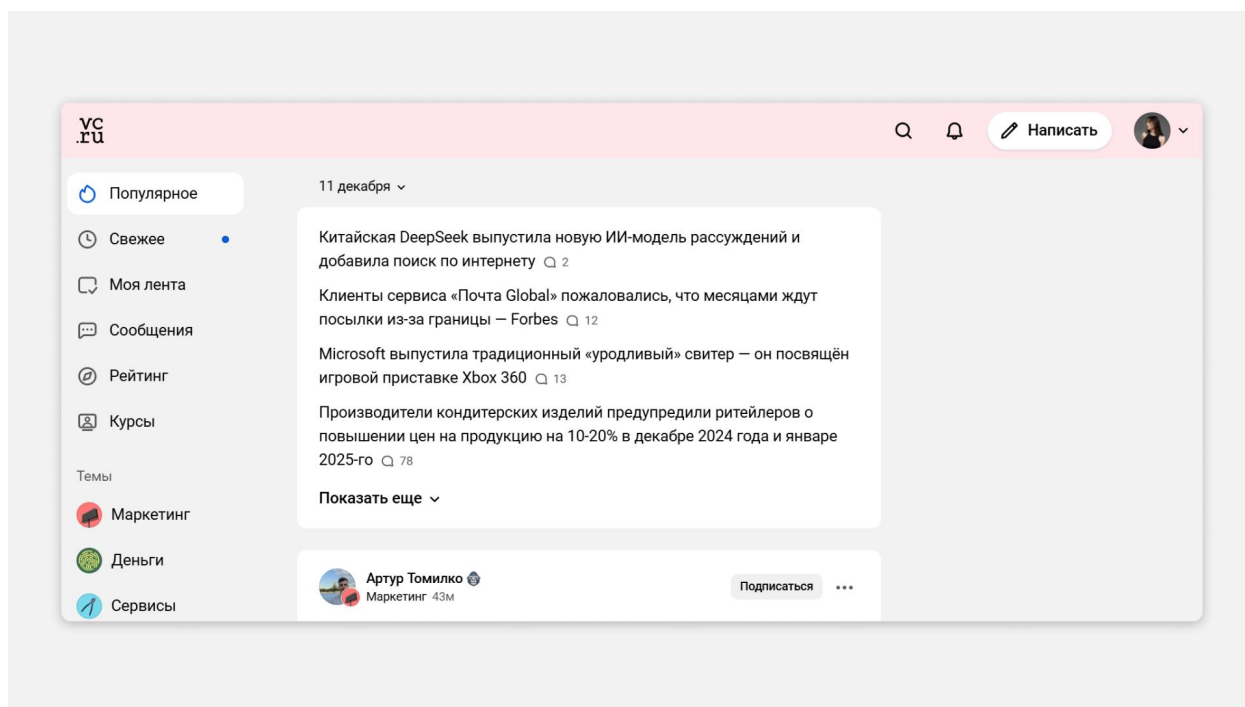
Как написать статью на vc.ru: подробный гайд

Чтобы найти новых клиентов, можно опубликовать статью на vc.ru — онлайн-платформе, где обсуждают стартапы, бизнес и технологии. В статье рассказали, что это за площадка, какие у неё особенности, и как на ней публиковать и продвигать контент.

Что такое vc.ru

Vc.ru — это площадка о бизнесе, стартапах, инвестициях, маркетинге и технологиях. Контент на ней может разместить любой желающий: чтобы опубликовать статью, достаточно зарегистрироваться на сайте через соцсети или электронную почту.

Публикации ранжируются в ленте в зависимости от того, насколько контент интересен читателям. По умолчанию все материалы попадают в раздел «Свежее», а на главную выходят статьи, которые привлекли больше внимания пользователей. Как правило, это публикации о бизнесе, маркетинге и праве.



Интерфейс главной страницы

Кто читает vc.ru

У vc.ru большая аудитория: в 2024 году количество читателей перевалило уже за 13 миллионов. В большинстве своем они живут в городах-миллионниках. По возрасту аудитория распределилась так: 40% — люди в возрасте 25–34 лет, 22% — 35–44, 18% — 18–24. Vc.ru читают на работе и в поездках: чаще с мобильных устройств, чем с десктопных.

Аудиторию площадки можно условно поделить на две группы:

1. Предприниматели, стартаперы, менеджеры крупных компаний. Эти люди заходят на сайт, чтобы узнать о нестандартных решениях в бизнесе, вдохновиться и найти единомышленников. Зачастую они никак не выдают своего присутствия, но на них ориентируется множество авторов, которые хотят рассказать о своем продукте.

2. Люди, которые заходят не ради бизнеса: жалобщики на банки, диванные политики и экономисты, интернет-тролли. Зачастую эта аудитория очень токсичная и готова разнести в комментариях любую благородную идею. Но ее

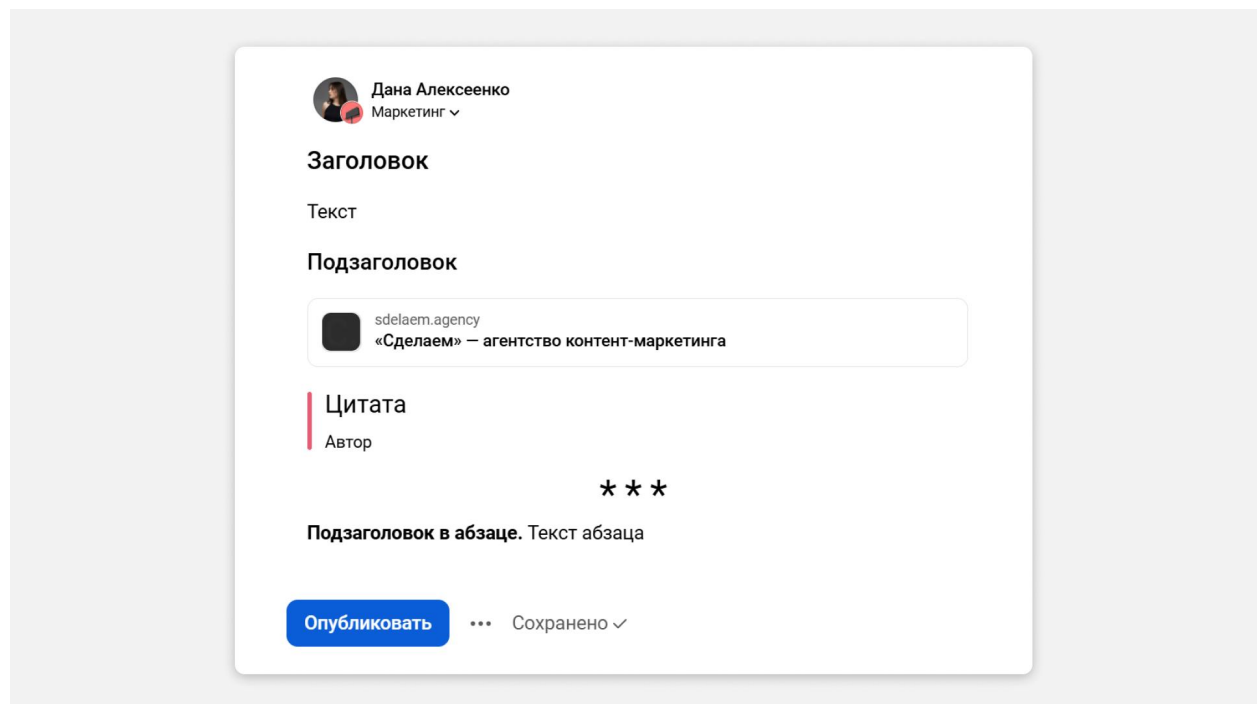
тоже стоит учитывать в подготовке статей — их активность в комментариях может привлечь больше внимания к публикации.

Как устроена площадка

У vc.ru есть несколько особенностей, которые отличают ее от других каналов. В этом блоке описали структуру площадки и механики, о которых стоит знать.

Формат трибуны

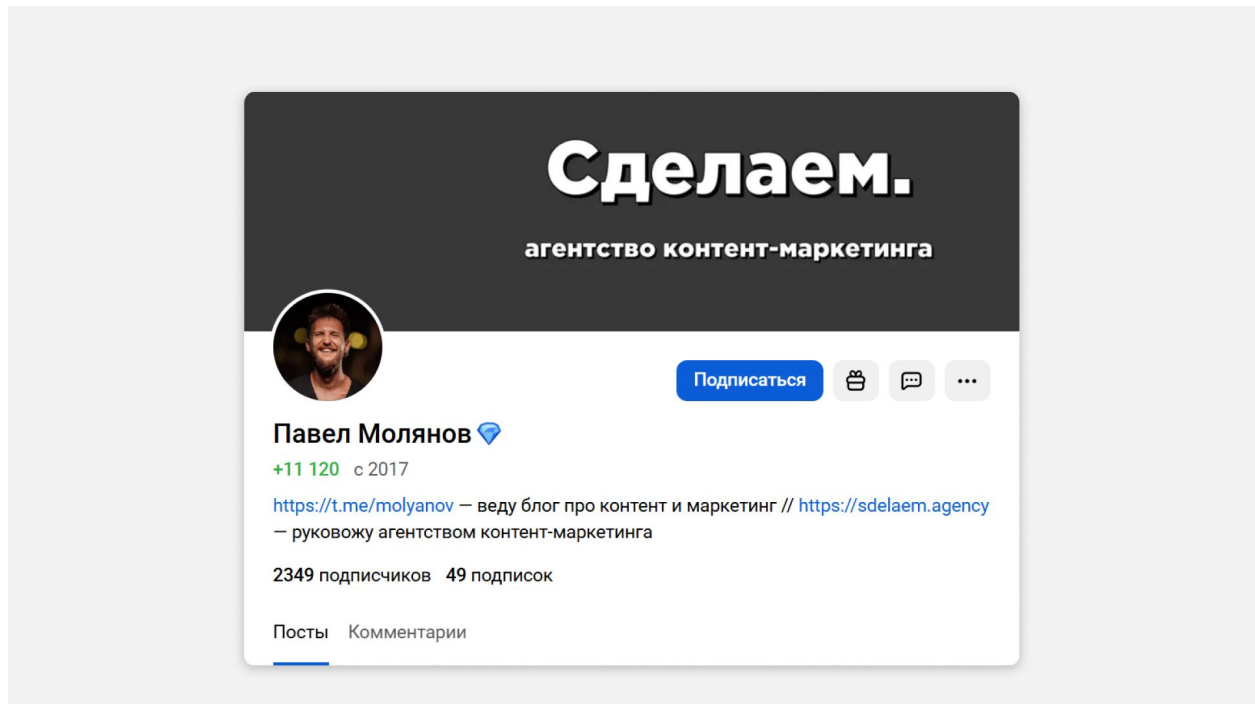
Чтобы разместить статью, достаточно зарегистрироваться на площадке и [прочитать её правила](#). После этого вы сможете опубликовать свой материал. Подготовить статью к публикации можно с помощью встроенного редактора: расставить заголовки и подзаголовки, иллюстрации, цитаты и ссылки, а также отформатировать текст.



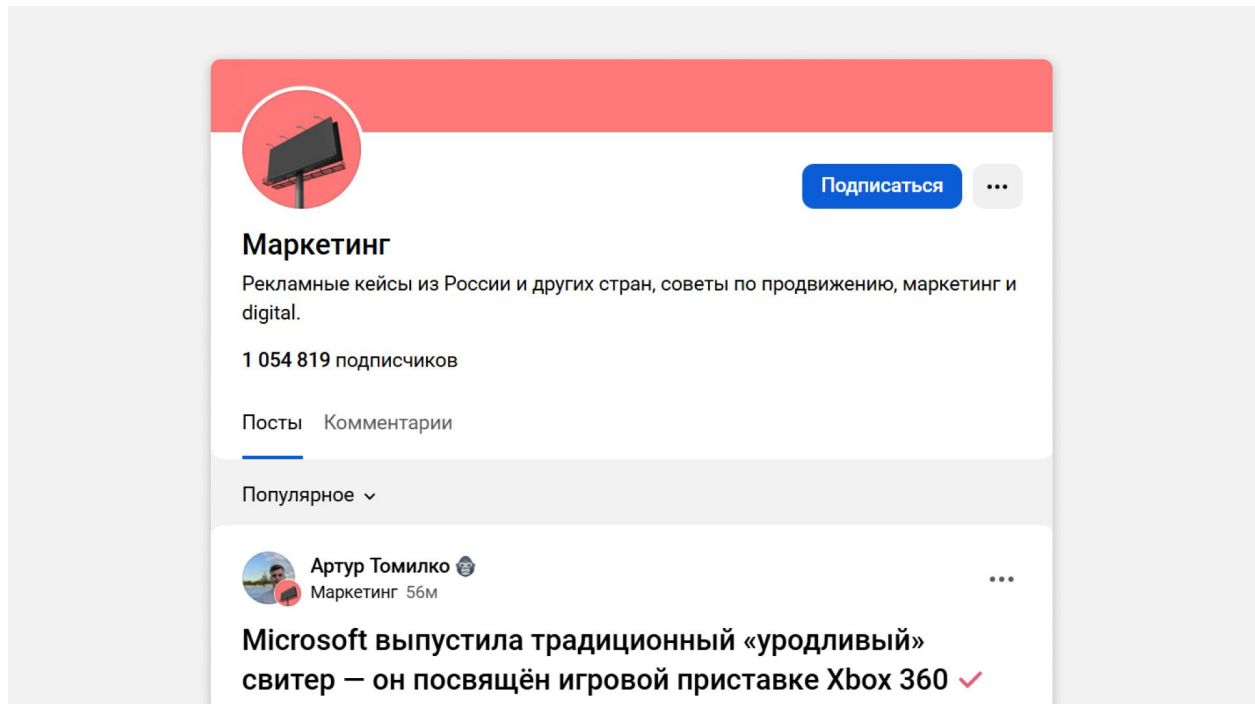
Интерфейс редактора

Блоги, темы и ленты

Блог — это страница компании или пользователя, где можно размещать свой контент.

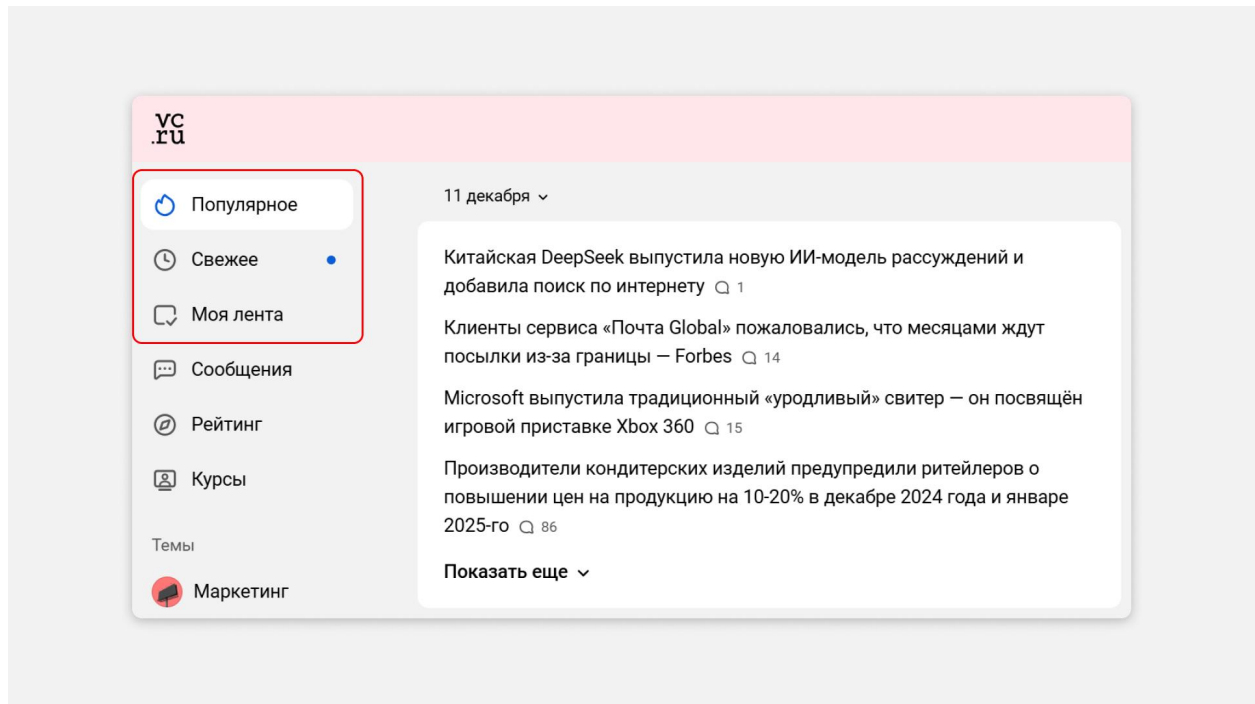


Тема объединяет публикации, написанные на схожие, соответственно, темы. Выбрать ее можно самостоятельно перед публикацией.



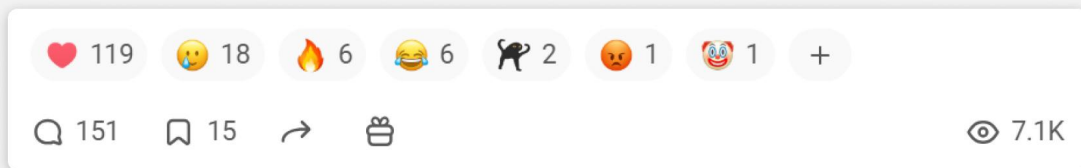
На главной странице разместились три ленты:

- в «Популярное» алгоритмы добавляют контент, который вызвал интерес у читателей в первые часы после публикации;
- в «Свежее» попадают все новые посты;
- в «Моей ленте» будут публикации только тех блогов и тем, на которые вы подписаны.



Реакции и комментарии

Под публикацией можно оставить реакцию или комментарий, а еще сделать репост и сохранить ее в закладки. Посты и статьи, под которыми появляется много реакций и разворачиваются словесные баталии, попадают в «Популярное» и получают большой охват.



Подписки Plus и Pro

Vs.ru предлагает подписки, которые откроют доступ к новым возможностям площадки и инструментам продвижения.

Подписка Plus:

- дает доступ к новым реакциям
- предлагает настроить бейдж у имени в постах и комментариях
- разрешает редактировать комментарии в течение часа после публикации
- отключает рекламу на сайте
- дарит эксклюзивную иконку приложения на смартфоне
- открывает доступ к видеоаватарке
- позволяет слушать статьи в озвучке искусственного интеллекта
- показывает список оценивших у любого поста и комментария

Стоит такая подписка 129 ₽ в месяц при помесечной оплате или 1180 ₽ в год.

Подписка Pro:

- разрешает публиковать до 100 постов в месяц
- продвинет статьи в ленты «Свежее», «Популярное» и через систему рекомендаций

- проиндексирует публикации в поисковиках
- добавит в редактор инструмент «Кнопка», которая принесет больше конверсии, чем ссылки в тексте
- подключит Яндекс Метрику
- добавит черную галочку возле ваших комментариев и статей
- предложит короткий адрес vc.ru/company

Подписка Pro будет стоить уже 49 900 ₽ в месяц.

Без подписки Pro не индексируются в поисковиках статьи, опубликованные именно в блоге компании — статьи в личных блогах получают SEO-трафик и на бесплатном аккаунте. Поэтому если вы хотите опубликовать материал и получить переходы из поисковиков, но не готовы оформить подписку, то делайте это через личный аккаунт.

Какой контент публиковать на vc.ru

Мы выделили 5 форматов статей, которые чаще всего залетают на этой площадке
↓

Экспертный контент. Если у вас бизнес в сфере недвижимости, то вы можете заходить на vc.ru с аналитикой рынка, рассказывать о мифах и ошибках, сравнивать ипотеки, делиться внутренкой — в общем, рассказывать то, в чем читатель не разбирается, но разобраться хотел бы. Такой формат подойдет тем компаниям, которые хотят сформировать образ эксперта в своей нише.



Павел Комаровский
Деньги 1 мая

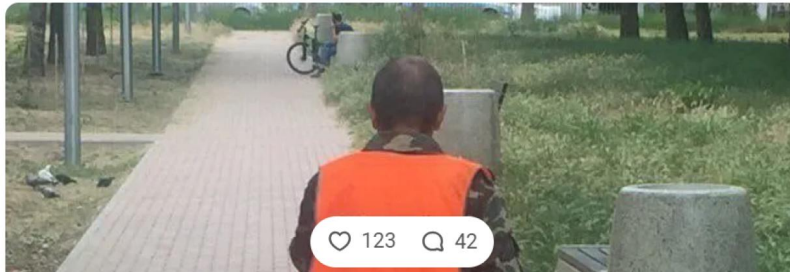
Слушать

Подписаться



Что ждет крипту в России в 2024 году: разбираем последствия нового закона на мемах

В России выкатили новый закон о регулировании крипты, и грозятся принять его до конца текущего года. Что конкретно там запретили, какая ответственность грозит за «незаконные операции с криптовалютой», и как дальше будут выживать отечественные криптообменники – разобрались во всём этом с профильным юристом.



123 42

[Статья «Что ждет крипту в России в 2024 году: разбираем последствия нового закона на мемах»](#)

Инструкции и руководства. Если вы знаете, как сделать что-то, что нужно многим, то напишите подробную инструкцию с иллюстрациями и советами. В таких статьях будут полезны шаблоны, которые читатель заберет с собой.



Нескучные финансы
Деньги 09.07.2021

Слушать

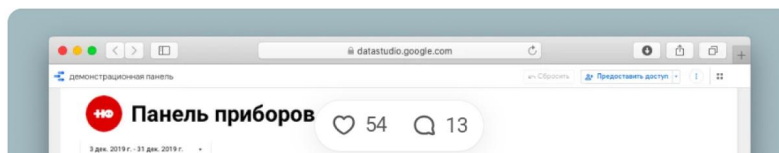
Подписаться



Как собрать финансовую панель приборов в Google Data Studio

Каждому бизнесу нужна панель приборов с основными финансовыми показателями: деньги, прибыль, рентабельности, запасы, зарплаты, дебиторка, — и всё это в динамике.

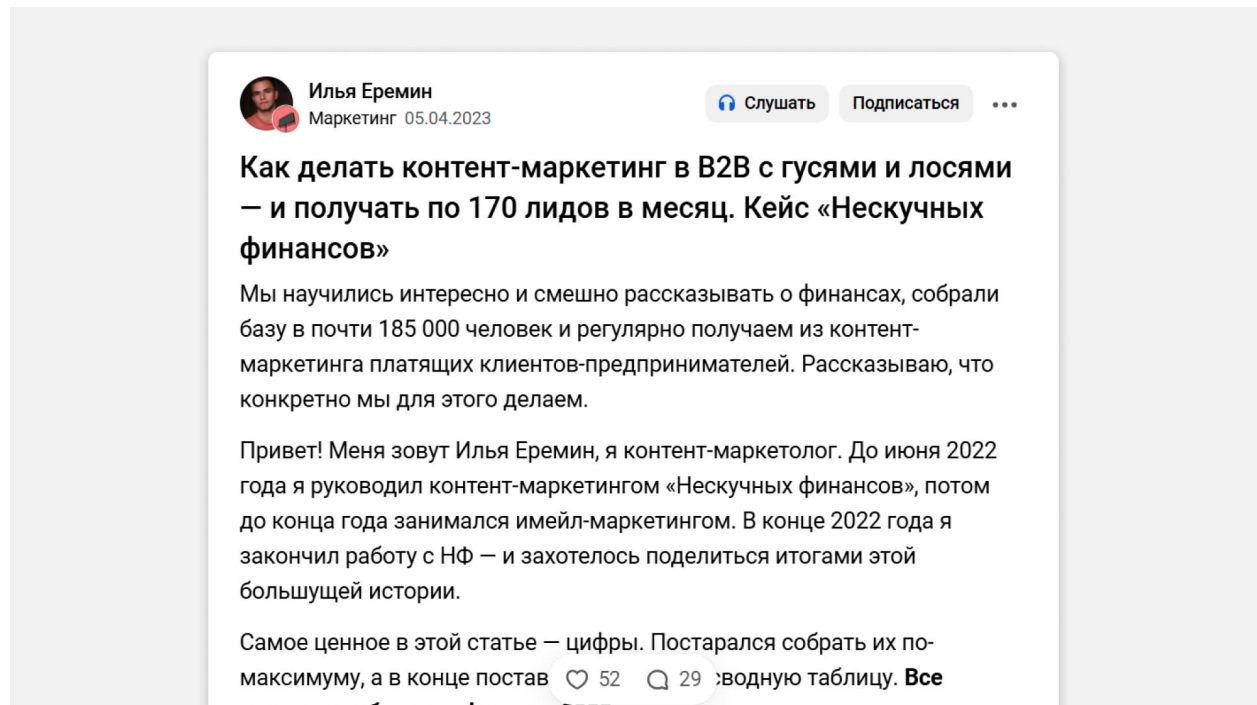
Хорошо, если у вас есть платная программа для финучета со встроенной панелью, на которую всё это автоматически подтягивается. А если нет, и вы ведете учет в табличках, эта статья для вас — рассказываем, как сделать свою финансовую панель приборов в Google Data Studio.



54 13

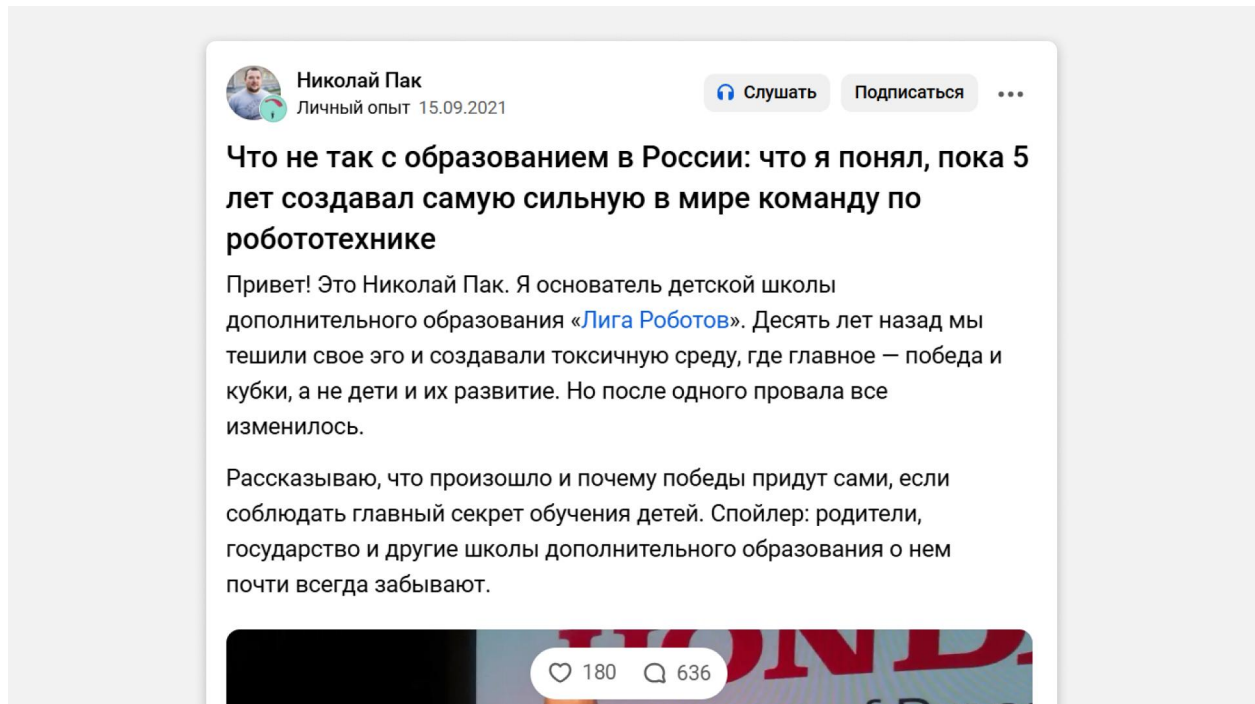
[Статья «Как собрать финансовую панель приборов в Google Data Studio»](#)

Кейсы. На vc.ru хорошо заходят рассказы о личном опыте компании, причем не только положительном. Этот формат тоже требует подробностей и иллюстраций, а еще описания сложностей, которые возникли в процессе работы, и того, как вы их преодолели. Вишенкой на торте будет результат, который чаще всего представляют в цифрах. Собственно, ради него все и затевалось, в том числе и статья-кейс.



[Статья «Как делать контент-маркетинг в B2B с гусями и лосями — и получать по 170 лидов в месяц. Кейс “Нескучных финансов”»](#)

Личная история. Аудитория приходит на площадку, чтобы узнать о чужом опыте. И если на уровне компаний это кейсы, то на уровне блогов — личные истории. Чтобы написать сильную статью в этом формате, нужно хорошо разбираться в законах сторителлинга и подбирать истории, которые будут интересны читателям. Помните, что в каждой истории должна быть драма, — иначе статья рискует провалиться.

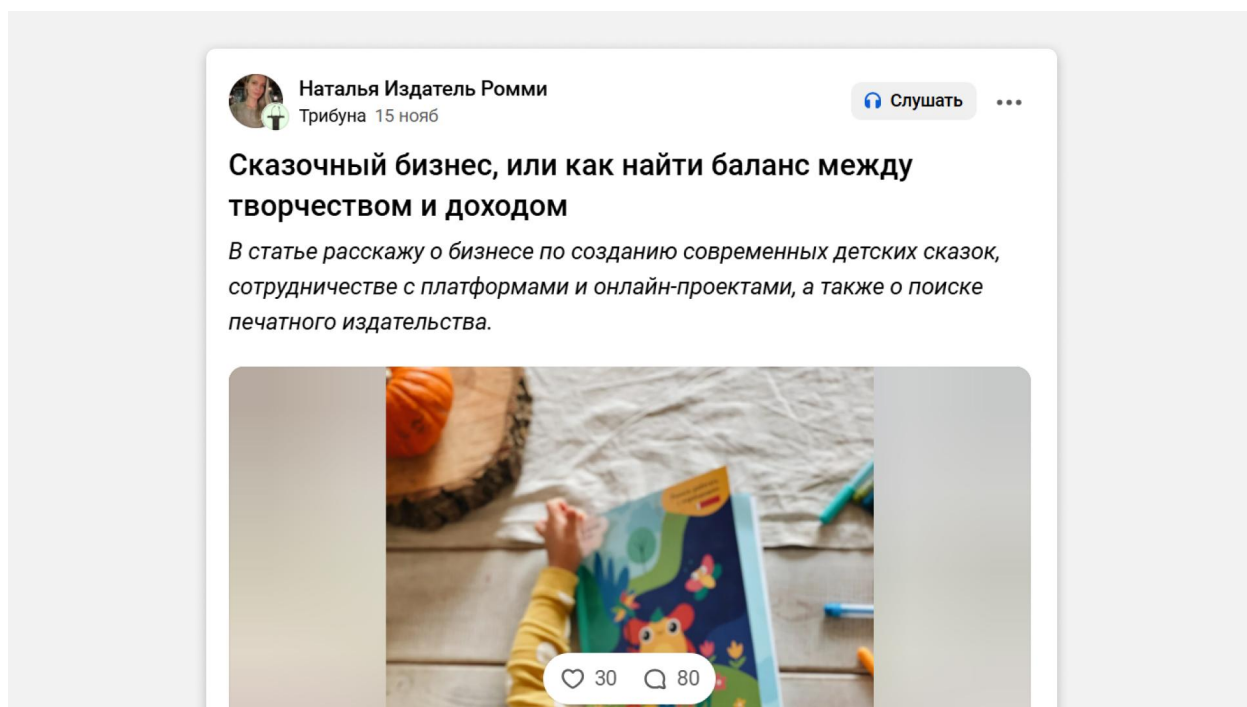


[Статья «Что не так с образованием в России: что я понял, пока 5 лет создавал самую сильную в мире команду по робототехнике»](#)

Рассказ о продукте. Большинство площадок просто не пропустит такие рекламные статьи, а на vc.ru можно напрямую рассказать о своем продукте, его возможностях и преимуществах. Для этого есть специальная тема — «Трибуна».

Чтобы получить хороший охват, нужно прийти с продуктом, который соответствует хотя бы одному из критериев:

- решает проблему — актуальную и важную;
- лучше аналогов или первый в своем роде — и вы можете это подтвердить;
- интересная история создания — как раз с той драмой, о которой мы говорили;
- его хочется обсуждать — продукт может и не быть напрямую полезен читателям, а просто вызывать эмоции.

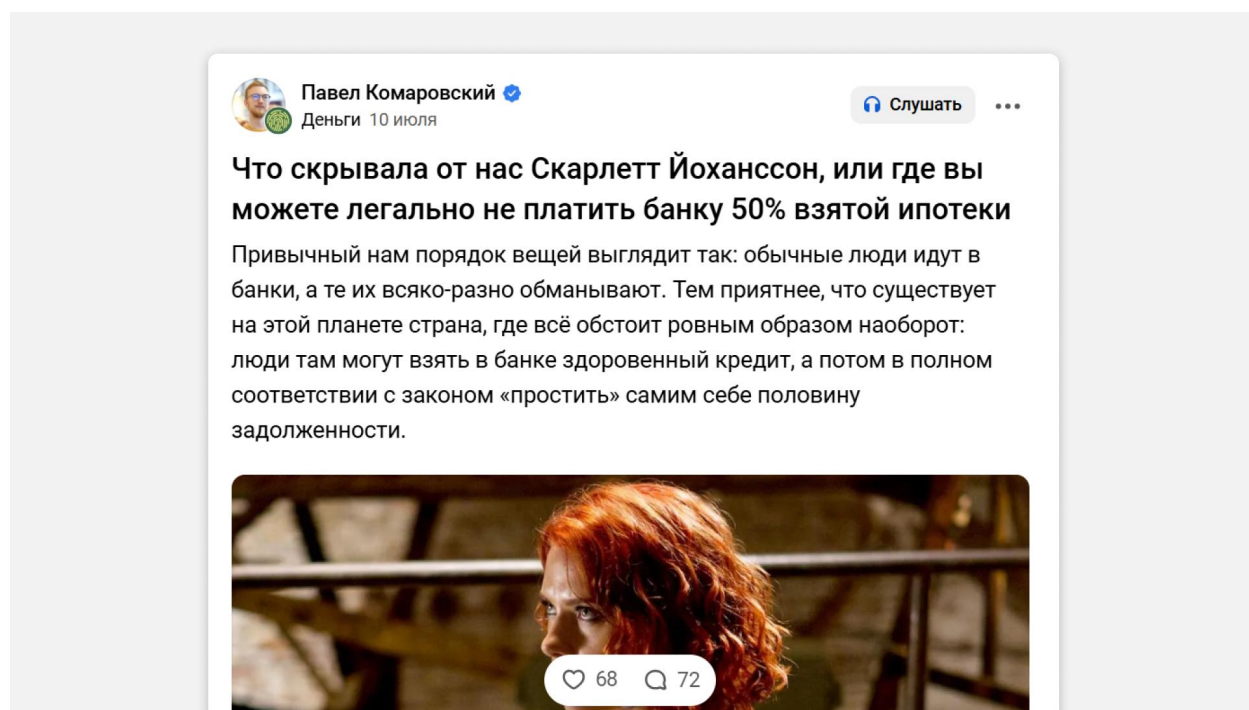


[Статья «Сказочный бизнес, или как найти баланс между творчеством и доходом»](#)

Примеры хороших статей на vc.ru

Поделимся еще несколькими статьями в разных форматах, которые собрали большие охваты и показали хорошую вовлеченность читателей. На них можно ориентироваться во время подготовки собственных статей

Что скрывала от нас Скарлетт Йоханссон, или где вы можете легально не платить банку 50% взятой ипотеки



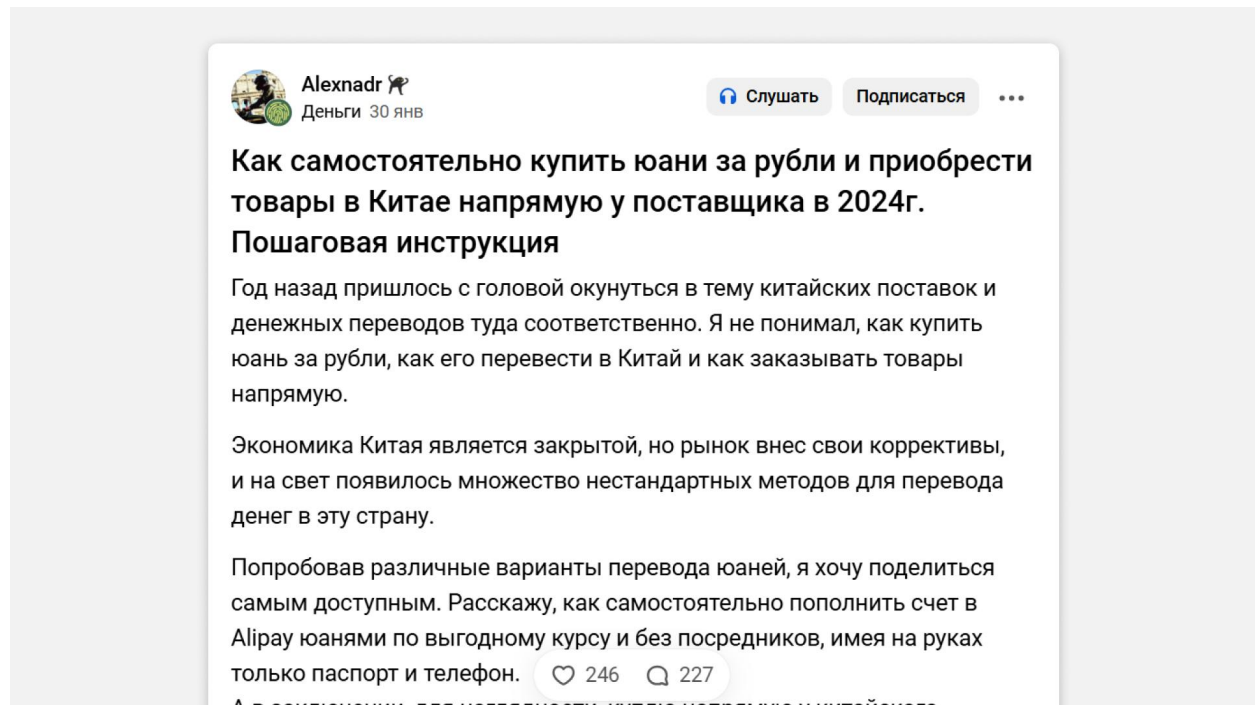
В экспертной статье Павел Комаровский рассказывает, что ипотека в других странах работает не по тем же законам, что в России, и приводит в пример Данию, где можно сэкономить половину стоимости. Материал подробный, с примерами, цифрами и иллюстрациями. Несмотря на то, что тема достаточно сложная, текст написан простым и понятным языком. В выводах Комаровский дает конкретные советы читателям и предлагает прочитать и другие статьи по теме.

Эта публикация стала популярна у читателей, так как тема ипотеки горячая, особенно в 2024 году.

[→ Прочитать статью](#)

Как самостоятельно купить юани за рубли и приобрести товары в Китае напрямую у поставщика в 2024 г.

Пошаговая инструкция

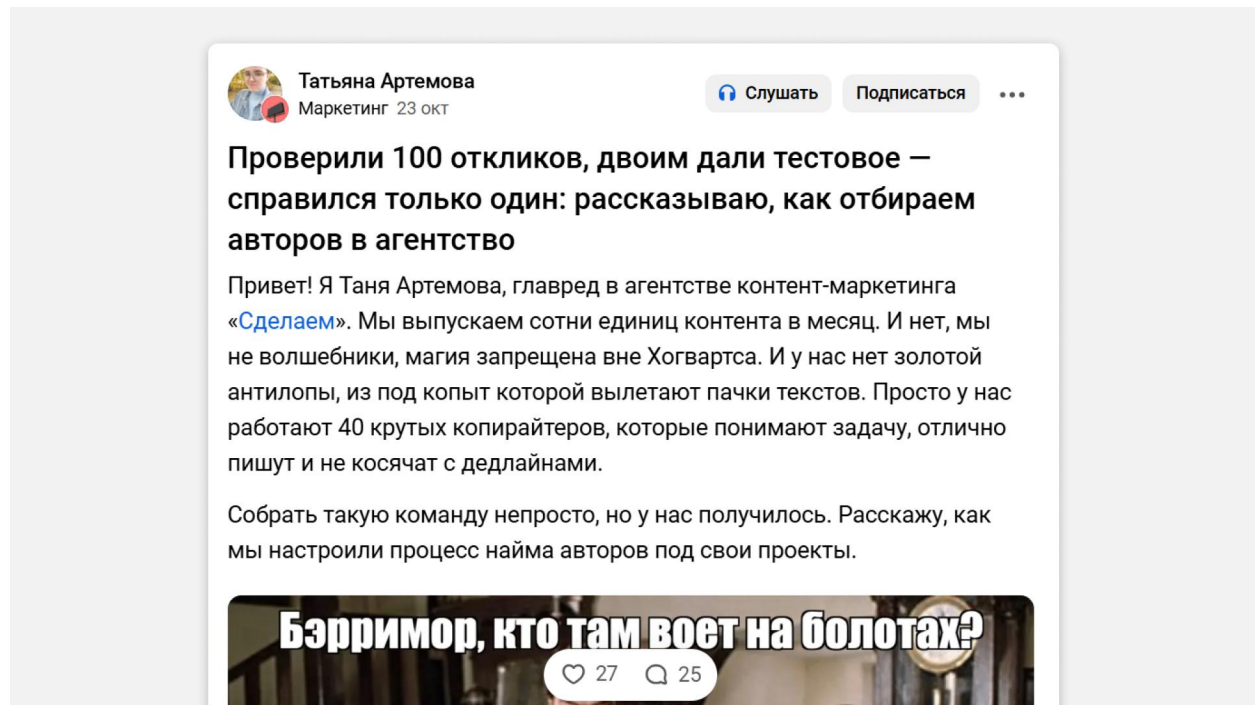


Это очень подробная инструкция с продуманной внутренней организацией, множеством ссылок, иллюстраций, советов, как сделать лучше на этом шаге, а как лучше не делать.

Статья получила 52 000 просмотров, 227 комментариев и 225 сохранений в закладки — полезные подробные инструкции сложно найти, а использовать нужно часто. Тем более, когда тема сложная и актуальная для работы, как здесь.

[Прочитать статью →](#)

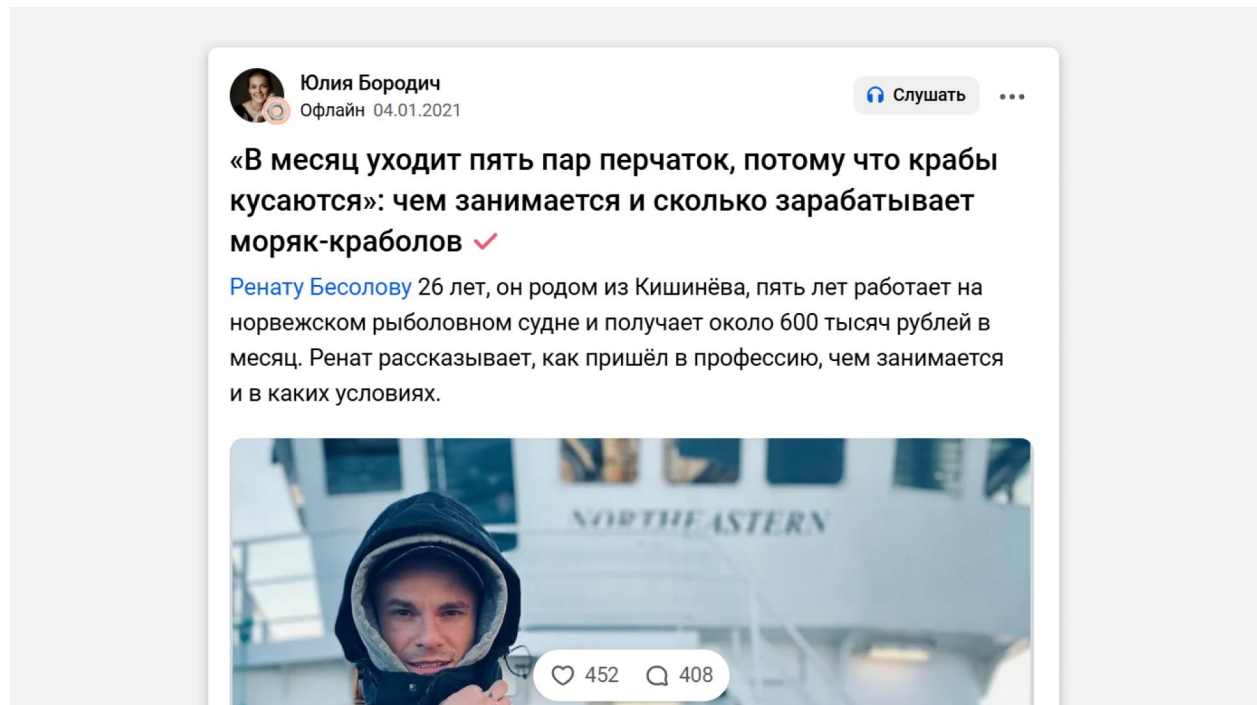
Проверили 100 откликов, двоим дали тестовое — справился только один: рассказываю, как отбираем авторов в агентство



Эта статья — кейс нашего агентства контент-маркетинга, в котором мы поделились алгоритмом отбора авторов в команду. По сути его тоже можно назвать инструкцией — пригодится эйчарам. Целевые же читатели, компании, которые хотят построить контент-маркетинг, увидят, как тщательно мы отбираем авторов, чтобы получить лучший результат, и как сложно будет делать это самостоятельно, и обратятся к нам за удаленной редакцией — ссылку на форму мы оставили в конце статьи.

[Прочитать статью →](#)

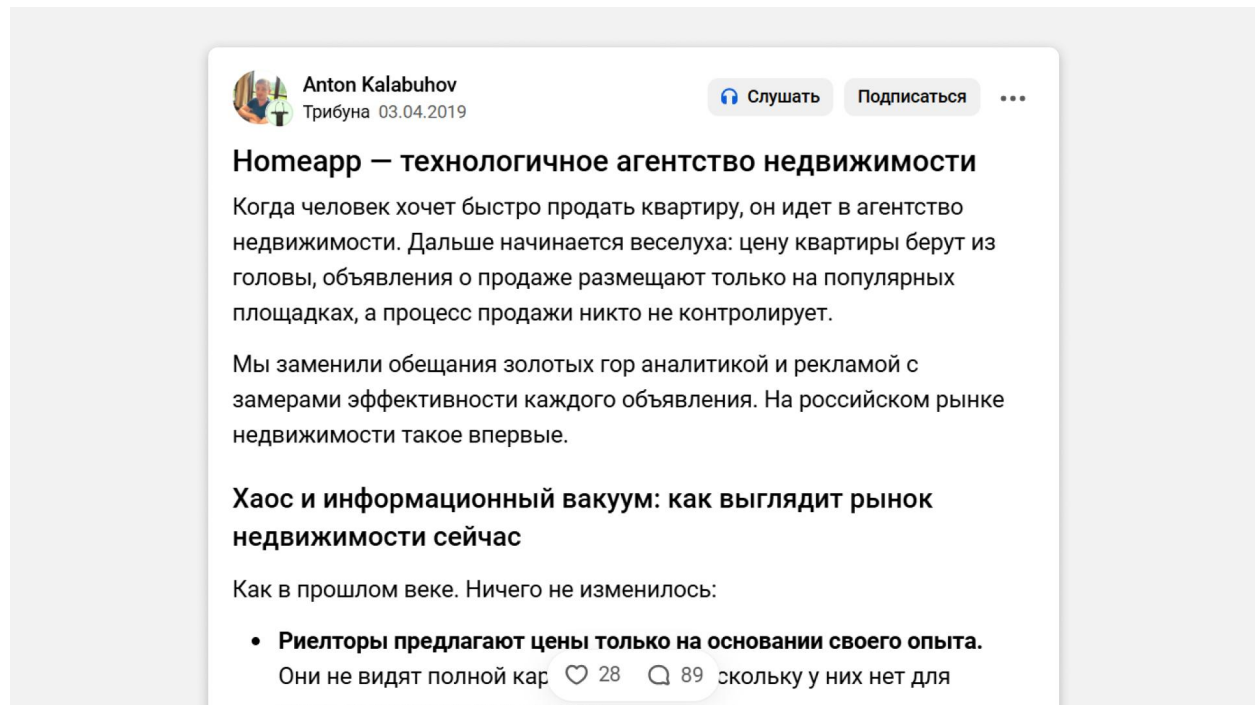
«В месяц уходит пять пар перчаток, потому что крабы кусаются»: чем занимается и сколько зарабатывает моряк-краболов



Личные истории, как мы уже говорили, любят на vc.ru, а если это история о редкой профессии, то прочитать ее будет интересно еще большему кругу людей. Эта статья собрала 185 000 просмотров и набрала 408 комментариев: все благодаря теме, которую хочется обсуждать, подробностям из жизни и работы на судне, которые можно узнать только из первых уст, и красивым фотографиям из плавания.

[Прочитать статью →](#)

Homeapp — технологичное агентство недвижимости



Мы написали статью для клиента, в которой позиционировали Homeapp как аналог агентству недвижимости: обрисовали ситуацию на рынке недвижимости сейчас и рассказали, как сервис перевернет игру и сделает процесс продажи удобнее для всех. То есть, не просто рассказали о преимуществах продукта, а встроили его в реальность, показали на примерах, как он улучшит ситуацию на рынке. Статья набрала 19 000 просмотров и попала в закладки к 127 пользователям.

[Прочитать статью →](#)

Как продвигать публикации на vc.ru

Сразу после публикации статьи попадают в ленту «Свежее» — там их могут увидеть читатели, прочитать и отреагировать. Если материал им понравится, то алгоритм отправит его в ленту «Популярное» и он появляется на главной странице VC.

Чем больше внимания статья получит, тем более высокую позицию займет в ленте, а значит, ее увидит большее количество читателей. Соответственно, ключевой фактор успеха статьи на VC — это оказаться повыше в ленте, чтобы статью увидело больше потенциальных читателей.

Поэтому после публикации работа над материалом не заканчивается. Вот джентльменский набор действий, которые стоит делать автору, чтобы увеличить охваты.

Анонсы в других каналах. Расскажите о статье в соцсетях, почтовой рассылке и профильных чатах. Внешняя аудитория придет почитать материал, оставит реакции и комментарии — это даст понять алгоритмам площадки, что статья интересна, а значит, пора ее продвигать. Но здесь важно не призывать просто зайти и поставить лайк: за такое публикацию могут просто забанить.

Курсы Сделаем



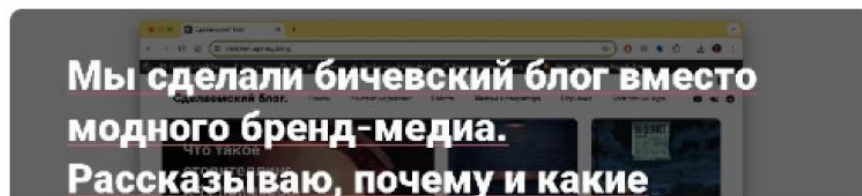
Мы могли вложить миллионы в собственное бренд-медиа: заморочиться с дизайном, сделать крутую главную страницу, выделить медиа в отдельный бренд, чтобы всё как у взрослых.

Но сделали простецкий блог, который приносит нам 17,5K органического трафика и 350–500 подписок в месяц. При этом ежемесячные расходы на него не превышают 100K рублей.

Главред Сделаемского блога Илья Еремин рассказал, как появилась идея сделать бичевский блог вместо модного бренд-медиа, как проходил запуск и что там с результатами.

Ссылка на статью, чтобы читать и ставить лайки → <https://vc.ru/marketing/1541698-my-sdelali-bichevskii-blog-vmesto-modnogo-brend-media-rasskazyvayu-pochemu-i-kakie-rezultaty>

vc.ru



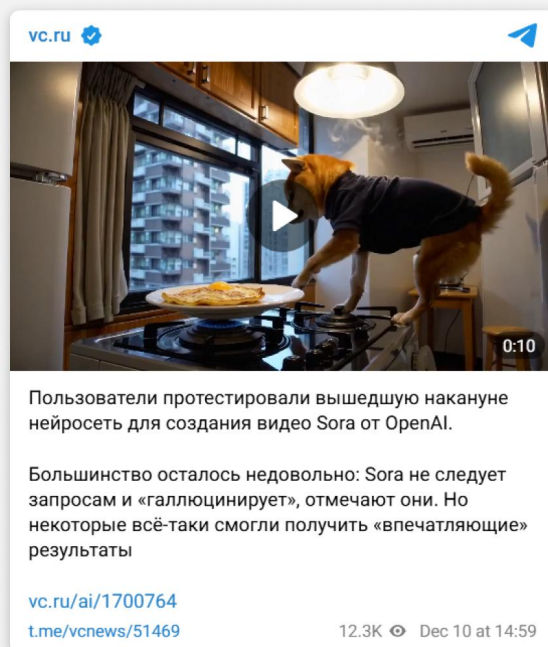
[Анонс статьи в нашем Телеграм-канале](#)

Продвижение через комментарии. После публикации статьи отслеживайте комментарии и содержательно отвечайте на них. Так статья обрастет ветками обсуждений и станет интереснее для других читателей и алгоритмов.



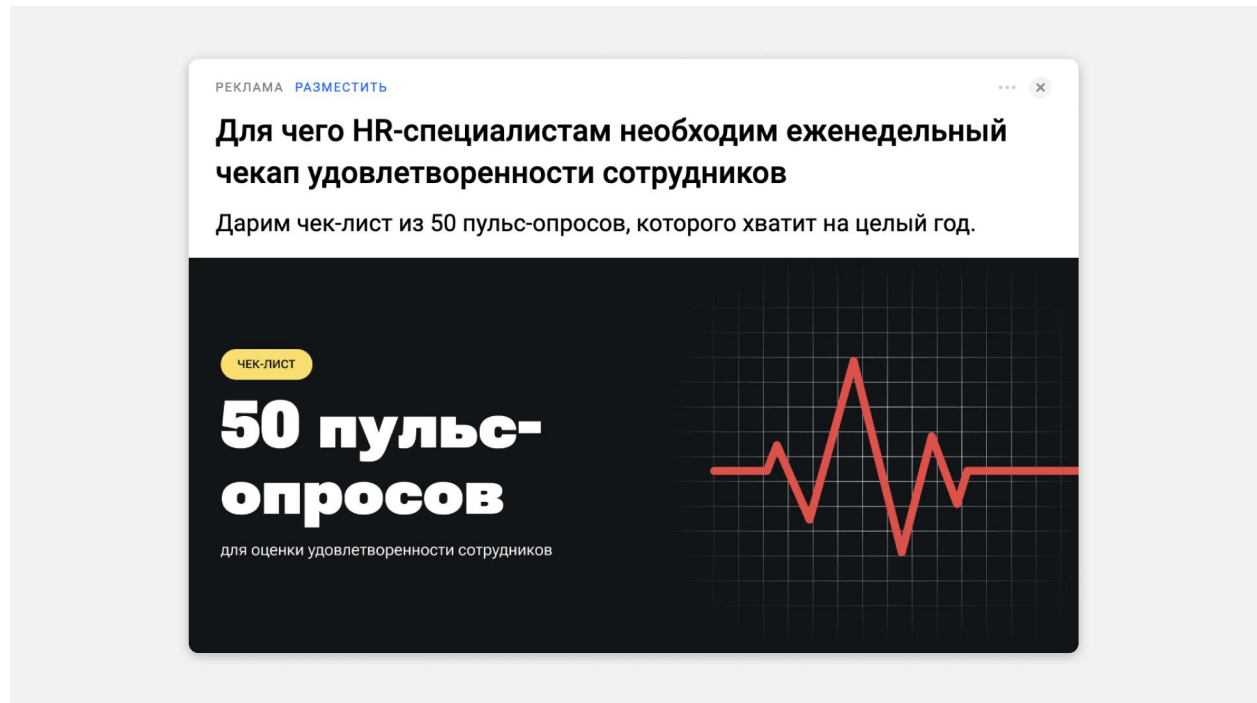
[Комментарии под статьей «Запустили курс по нейросетям, на котором учим своих сотрудников за чужие деньги»](#)

Продвижение в каналах vc.ru. О хороших статьях редакция площадки рассказывает в своих каналах, оттуда приходит дополнительный трафик.



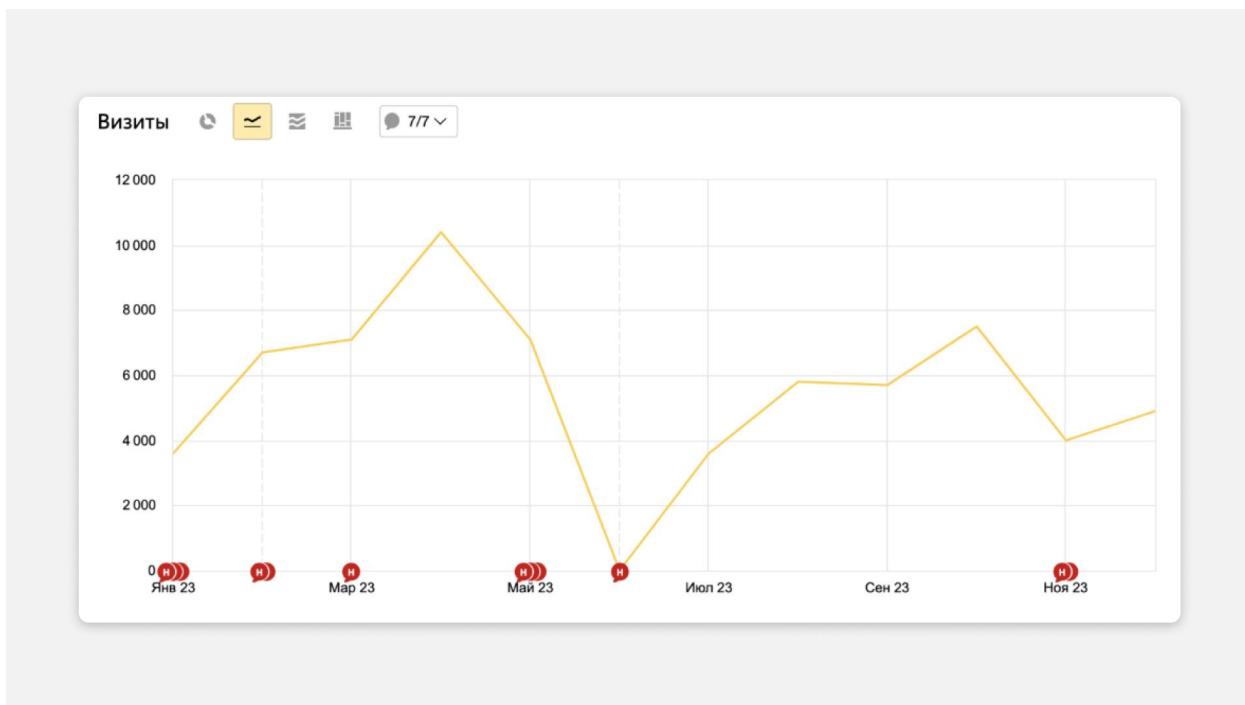
[Анонс статьи в Телеграм-канале vc.ru](#)

Реклама на vc.ru. В vc.ru есть встроенный инструмент для рекламы статей. Они попадут в ленты пользователей и при этом ничем не будут отличаться от других статей, кроме подписи «Реклама». В настройках можно настроить параметры и стоимость.



Платная реклама в сторонних сервисах. Если статья приносит хороший трафик на сайт, конвертирует читателей в подписчиков и лидов, то можно запустить рекламу в сторонних каналах, например, через VK Таргет или Яндекс Директ. Оттуда придут новые читатели, часть которых продвинется дальше по воронке.

Бонус: SEO-трафик. На vc.ru накопилось уже много контента, поэтому площадку любят поисковики. Это значит, что статья, адаптированная под поисковые запросы, в выдаче может обогнать даже крупных конкурентов. Если у вас небольшой блог, а вы хотите получить на статью SEO-трафик, то публикуйте ее на vc.ru.



За неполный 2023 год мы получили 78 584 просмотров на VC из поисковиков

Какие результаты приносят публикации

Статьи на vc.ru повышают узнаваемость компании и приводят новых клиентов. Для этого не обязательно собирать десятки тысяч просмотров — заявки приходят и при небольших охватах, если статья написана грамотно и по делу.

Вот несколько примеров, как статьи на VC привели компании лидов ↓

Написали статью для аутсорсинга бухгалтерии. Опубликовали на vc.ru статью с кейсами компании «Батискаф» о том, как они помогают клиентам оптимизировать налоги, финансы и бухгалтерию, и благодаря этому не переплачивать, получать больше прибыли и развивать бизнес. Статья собрала 6400 просмотров, 48 комментариев и привела в компанию четырех новых клиентов.



Батискаф Консалтинг

Деньги 29.03.2022

Слушать

...

Как один бизнес снизил налоги в 11 раз и еще четыре кейса законной оптимизации



Компания работает в ноль и владелец сидит без дохода, бухгалтер постоянно косячит, а ФНС доначислила миллионы из-за сомнительной налоговой схемы? Кажется, что легче закрыть фирму, чем постоянно латать финансовые дыры. На самом деле в большинстве случаев можно не только решить проблему с деньгами, но и найти ресурсы на развитие бизнеса.

Меня зовут Алина Шереметьева, основательница консалтинговой компании «Батискаф». Мы уже 8 лет помогаем российским предпринимателям

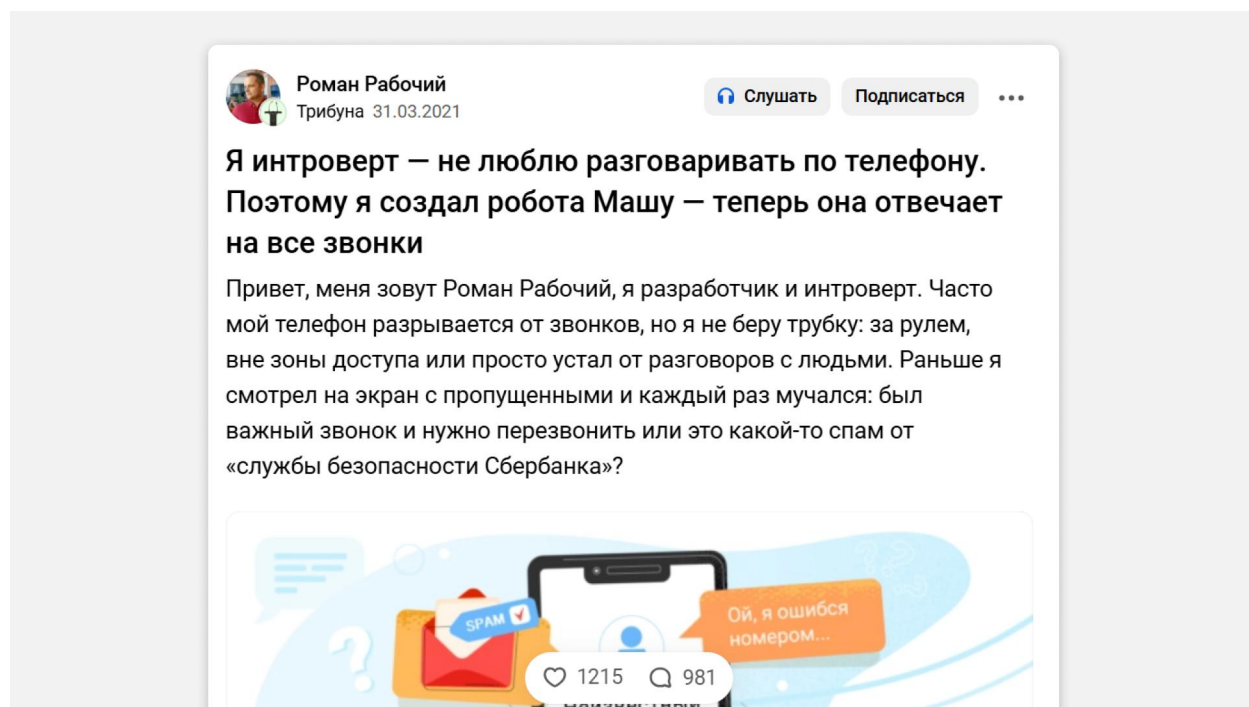
47

48

[Статья «Как один бизнес снизил налоги в 11 раз и еще четыре кейса законной оптимизации»](#)

Опубликовали статью о стартапе, которая принесла 10 000 регистраций.

Написали материал, который попал в топ-7 популярных публикаций vc.ru за все время и в топ-1 раздела «Трибуна». С одной статьи наш клиент получил 10 000 регистраций в сервисе, предложения от инвесторов и крупных корпораций, приглашение в Сколково.



[Статья « Я интроверт — не люблю разговаривать по телефону. Поэтому я создал робота Машу — теперь она отвечает на все звонки»](#)

Подготовили серию статей, которые суммарно собрали 47 500 просмотров. Написали статьи для «Рентрайда» — сервиса, через который частные владельцы автомобилей могут сдавать их в посуточную аренду. Рассказали о нем широкой аудитории, закрыли возражения и привлекли новых клиентов. [Кейс о серии статей](#) можно прочитать на нашем сайте.



Александр Клёнин

Трибуна 08.07.2022

Подписаться



Мы взяли американскую идею и сделали первый в России работающий сервис по аренде авто у частных

Устали от грязных поломанных каршерингов и традиционного проката авто! Теперь у нас свой сервис, и мы одни на рынке в белом пальто стоим красивые, только пока без денег. А теперь подробнее.

Привет! Меня зовут Александр Клёнин, я директор компании [RentRide](#). Шесть лет мы занимаемся тем, что сводим арендаторов и собственников машин вместе: одним помогаем получить хорошую машину напрокат, а вторым — заработать на сдаче машины в аренду. Расскажу, как люди платили нам за фейковые бронирования, как нас обманывали собственники и почему все конкуренты закрылись, а мы до сих пор верим, что будем с этой бизнес-моделью зарабатывать.

Американцы придумали систему лучше, чем прокат и каршеринг, вместе взяв



88



182

ее за основу и решили

[Статья «Мы взяли американскую идею и сделали первый в России работающий сервис по аренде авто у частных»](#)

Как написать статью на vc.ru

Мы написали уже около сотни статей для разных компаний на эту площадку, поэтому знаем, как писать для больших охватов. Делимся пошаговым планом ↓

Выбрать тему. Она должна соответствовать ожиданиям аудитории vc.ru, то есть быть в сфере бизнеса, и быть действительно интересной и актуальной.

Написать несколько заходов. Одну и ту же тему можно раскрыть по разному, поэтому перед тем, как приступить к написанию статьи, составьте несколько заходов. Заход может выглядеть так: примерный заголовок + позиционирование статьи + основные тезисы. Из них уже можно будет выбрать лучший. Заход также позволит понять, вывезете ли вы статью или же не хватит информации для полного раскрытия темы.

4 случая, когда корпоративный мерч — не просто одежда с логотипом и в фирменных цветах, а целая HR-история

Статья для эйчаров. Разберем, какие HR-процессы можно сделать эффективнее с помощью правильного мерча. Расскажем, как работает наш мерч в разных случаях, дадим ссылки на подробные кейсы, покажем фото.

Что расскажем в статье:

- Зайдем с того, что некоторые компании относятся к мерчу чисто формально — вроде «ну да, давайте сделаем футболки с нашим лого, все так делают». Получается, что тратят деньги просто так, без какого-либо эффекта. Но мерч можно использовать для онбординга, построения команды, обучения и создания корпоративной культуры в целом.
- Начнем с онбординга. Объясним, что часто это скучный процесс — новые сотрудники изучают документы, проходят короткое обучение, а со старыми сотрудниками знакомятся только тогда, когда возникает необходимость по работе. Покажем, как наш мерч меняет эту историю на примере пары кейсов. В одной компании новички получают мерч в

Пример захода для статьи

Собрать фактуру. Это вся основная полезная информация статьи, ради которой ее и откроет читатель. Лучше собирать ее до начала написания статьи — будет понятно, опять таки, что мы сможем рассказать читателю, а что — нет.

Написать подробный план. В нем обозначаем все блоки, кратко расписываем, о чем в них пойдет речь, распределяем фактуру и схематично расставляем иллюстрации.

Почему Макгрегор на самом деле победил Нурмагомедова

Вступление. В главном бое в истории современной UFC Нурмагомедов побил Макгрегора. Фактический результат уже не оспорить, но был ли он логичным? Есть несколько факторов в пользу того, что победа дагестанского бойца была случайной.

1. Борьба Нурмагомедова в первых трех раундах была бесполезной.

По статистике 67% боя прошло в партере, но он лишь занял время. Статистика судей, которые не давали Хабибу за это очков. Положение бойцов в партере, которые показывают: никакой угрозы со стороны Хабиба не было.

Иллюстрация 1: статистика по очкам от судей за первые три раунда.

Иллюстрация 2: 3 скриншота с положением в партере.

2. В стойке Конор переиграл Хабиба. По очкам Конор перебил Хабиба.

Было несколько ярких моментов с серьезным ущербом Нурмагомедову. Отдельно про нокдаун Хабиба: он был случаен и через 5 секунд Конор был уже в выигрышном положении.

Иллюстрация 3: статистика по количеству нанесенных ударов

[Сохраняйте шпаргалку](#), чтобы писать нормальные планы статей

Написать и отредактировать текст. О том, как написать хороший текст, рассказывать не будем — эту тему мы разложили по полочкам в нашем бесплатном курсе [«Научим писать»](#). Здесь же дадим советы, которые будут полезны именно для текстов на vc.ru:

→ следите за тем, чтобы повествование развивалось по правилам сторителлинга: начните с проблемы и идите к ее решению — такой подход любят читатели этой площадки;

→ задавайте контекст: читателям будет намного легче и комфортнее адаптироваться в теме, если автор разъяснит все моменты, в которых они плавают или которые знать просто не могли бы;

→ добавляйте конфликты: драма привлекает внимание и побуждает узнать, как же все разрешится.

Придумать заголовок и лид. Это лучше оставить напоследок, потому что тогда станет понятнее, что именно сможет лучше привлечь читателя. Заголовок должен отражать суть статьи, чтобы найти целевых читателей, и содержать «крючки»: деньги, впечатляющие цифры, интригу, формат статьи или слово «как». Лид должен дополнять заголовок и тоже может вносить интригу.

Подобрать иллюстрации. Картинки могут быть декоративными, а могут влиять на восприятие материала и понятно иллюстрировать информацию, которую сложно воспринимать в тексте (графики, скриншоты, фотографии). Не

обязательно обращаться к дизайнеру: можно сделать простые аккуратные картинки, которые будут дополнять повествование.

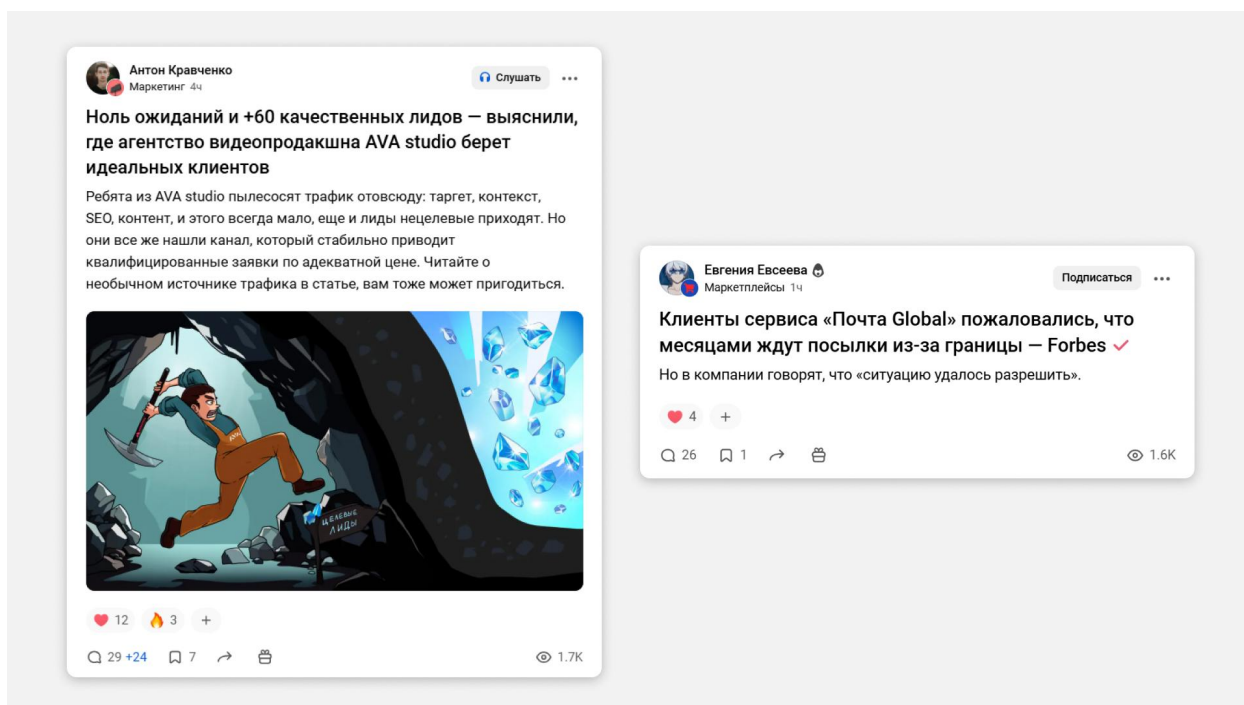
Добавить в концовку призыв к действию. Предложите читателям обратиться к вам, если они столкнулись с похожей проблемой: на этом этапе они уже прогреются и будут готовы связаться с вами. Такая реклама не вызовет негатива, ведь она не прерывает повествование и не мешает восприятию. А еще можно призвать читателей подписаться на ваш блог на vc.ru или, например, Телеграм, чтобы не терять связь с теплой аудиторией.

Как оформить статью

Готовую статью важно правильно оформить, чтобы она получила больший охват и достигла цели, будь это лиды или просто узнаваемость. Вот как это можно сделать:

1. Пользуйтесь инструментами встроенного редактора: ставьте заголовки разного уровня, выделяйте важные мысли жирным, в подписях к картинкам оставляйте пояснения, вставляйте цитатные блоки и персоны, опросы, аудио, используйте списки, эмодзи и разделитель в конце статьи.

2. Продумайте карточку статьи. Подберите хорошую заглавную иллюстрацию, которая будет привлекать внимание к публикации в ленте. Это не обязательно должна быть первая картинка статьи — выбрать можно любую, отметив ее в редакторе. На место поясняющего текста в карточке тоже можно отметить любой абзац.



Так выглядят карточки с картинкой и без

3. Выбирайте время для публикации с низкой конкуренцией. Перед тем как опубликовать статью, зайдите в «Популярное» и проанализируйте, сможет ли ваш материал тягаться с тем, что сейчас занимает первое место в ленте. Если уверены, что да — выкладывайте. И, конечно, отслеживайте инфоповоды: не стоит публиковаться в день, когда весь интернет обсуждает обвал коинов «Хомяка». Конкретное время же не так принципиально.

4. Выбирайте тему vs.ru. На темы читатели подписываются: читают все статьи в ленте «Маркетинг» или истории из «Личного опыта». Если перед публикацией пометить, в какой теме должна появиться статья, то у нее будет больше шансов попасться на глаза тем, кому она будет интересна.