



FOTÓ: ORBITAL STRANGERS

# KÉT ÉS FÉL MILLIÓ EMBER

AZ ORSZÁG LEGNAGYOBB FACEBOOK-TÁBORA RUBINT RÉKÁÉ.  
A POSZTOK TÖBBSÉGÉT MÉG MINDIG MAGA ÍRJA.

ÍRTA: HERMANN IRÉN

**A** fitneszikon másfél évvel ezelőttig egyedül kezelte FB-jelenlétét, ma öt-hatfős csapat dolgozik a vezetése alatt, és „összehangolt munkával végzik a tudatosabb építkezést”. A napi hat-hét poszt fele az állandó fellépéseké, sportrendezvényeké, van napi egy-két hirdetés, a többi privát bejegyzés. Van, hogy az arány változik, de szigorú szabály nincs. „Követőim a családi posztokat és a sikertörténeteket szeretik a legjobban” – mondja Rubint Réka, aki az elejétől fogva kedveli a közösségi médiás jelenlétet.

„Annyi bepillantást engedek az életünkbe, amennyit mi szeretnénk. Ennek köszönhetően egyre kevesebb a bulvársajtó által kreált, valótlan hír. Ezeken a felületeken a valóság jelenik meg. Az, ami nekem fontos, amit üzeni szeretnék a rajongóimnak.” Ezért is tiltja ki a negatív, obszcén megjegyzéseket író, rosszin-

dulatú kommentelőket, nem szereti, ha elveszik a teret a jótól. Réka turnéi, fellépései mellett ennek a csatornának is tulajdonítja telt házas fellépéseit, vagy hogy tavaly „két repülő” indítottak külföldi táborába.

„Volt, hogy a Nike magyar központjából posztoltam egy fotót, ahol a háttérben a következő szezon focimeze látszódott. Pár órával később jött a telefon az európai központból, hogy könnyörögnek, vegyem le a képet, mert állandóan csörög a telefonjuk, mindenkinek az a mez kell, de az még nem volt forgalomban akkor.” – illusztrálja egy történettel, mennyire szeretik mindenben követni a rajongói.

Rékának hét-nyolc közvetlen és állandó együttműködő partnere, szponzora van, az ő megjelenésük, kérésük előnyt élvez, és állandó statisztikát is kapnak a posztok utáni aktivitásról. A közösségi médiás megállapodások Réka bevételeinek 30–40 százalékát teszik ki, és törekszik a hosszú távú szerződésekre. „Előbb mindenképp kipróbálok és tesztelem a terméket, és ha a minőség kifogástalan, csak utána kezdődhetnek a tárgyalások” – mondja Réka. A posztok többségét most is ő írja, és ő teszi fel, készen küldött anyagoknál néha előfordul, hogy kollégái „rékásítják” a szöveget.

Tudatosan építik Réka Alakreform brandjét és webshopját is, figyelnek arra, hogy keresztbe népszerűsítsék az oldalakat. Réka a Facebookon sokáig egyedülállóan a legnagyobb rajongótáborral rendelkezett, jelenleg is 747 ezren követik; szorosan mögötte van népszerűségben Kasza Tibi. „Kasza Tibit személyesen ismerem, baráti a kapcsolatunk, de nem egy kategóriában utazunk, mivel én a saját sport- és életmódszeremet népszerűsíttem, Tibi leginkább a bulvárt és a humor szolgáltatását ötvözi.”

Réka Instagram-profilja és YouTube-csatornája is nagyon kedvelt, utóbbira töltik fel a videós anyagokat, és onnan linkelik az oldalakra. Réka előszeretettel jelentkezik beelőben is, ez a Facebook egyik legújabb örülete. Ezzel a sztárok tulajdonképpen egy kisebbfajta tévéműsort közvetítenek mindennapjaikról vagy például az Alakreform-táborból. „A jelenlegi statisztikák szerint a közösségi médián keresztül közel 2,6 millió embert szólított meg, és az élő közvetítések ezt most még jobban megdobják.” Mára az egykor férjével, Norbival induló Réka különálló, értékes brand lett. **F**