

távú együttműködése a Pumával, a Red Bull-lal, az Icewatchcsal, a BioTechUSA-val, a Szentkirályi ásványvízzel és a Szarvasi mozzarella-val, de vannak időszakos együttműködései is. Ezekből nagyjából ugyanannyi bevételre tesz szert, mint a tanácsadásból. Weboldala alig egy hónapos, de szolgáltatásai máris népszerűek.

„Az az ideológiám, hogy a személyi edzés kevés, az egész életmódot kell átgondolni, ha valaki változtatni szeretne az életén.

Az első a táplálkozás, a második a mozgás, a harmadik a coaching. Ezek nagyon részletes és egy hónapos időtartamra szóló tanácsadások.” Virág rendszeresen tart előadásokat és szemináriumokat a felsőoktatásban is.

Közösségi oldalain 250 ezernél is többen követik, és büszke rá, hogy ez nem fizetett, hanem egy élő, szervesen kialakult bázis.

„Nem fehérneműben és melltartóban fotózom magam, és posztolom a fenekemet, ennél konzervatívabb vagyok, és szerintem a követőim nem is erre kíváncsiak. Azt mondják, látszik rajtam, hogy szívvel-lélekkel, hitelesen csinálom, azt sugallva, hogy bárki képes rá.”

## MEGLETT AZ ELSŐ KUPÁM, ÉS ÚGY ÉREZTEM, MEGTALÁLTAM A SPORTOMAT.

„A sportolói márkaépítés egy olyan növekvő pályán lévő sportágban, mint a fitness összetett és nehéz feladat, mivel sok tényező határozza meg – mondja Tóth

Balázs sportmarketing szakértő. – Ilyenek például a karizma, a trendek, a személyiségjegyek, a piacban rejlő lehetőségek vagy a nemzetközi eredmények. Ezek sikeres együttállása kell ahhoz, hogy



### KISSVIRÁG

ÉLETMÓD- ÉS ÉLETVEZETÉSI TANÁCSADÓ

IFBB (International Federation of Bodybuilding and Fitness)

BIKINI PRO-VILÁGBAJNOK,

Arnold Classic-győztes, tízszeres nemzetközi IFBB-győztes, abszolút bajnok,

kétszeres magyar bajnok

TANÁCSADÁS:

csomagonként 20-50 ezer forintért

Jogász, politológus,  
bikini-pro világbajnok

valaki a szponzori támogatásokból és a cégtől éljen meg profi pályafutása után.”

Virág edzéssel kezdi vagy zárja a napot, és márkája körül is mindent ő csinál, így aztán éjfél előtt