

# Die Dos and Don'ts ...

... im Influencer-Marketing, zusammengestellt von den Gründern der Wiener Influencer-Agentur „Follow Austria“, Ilja Jay Lawal und Attila Senkaya.

WIEN. Am 25. April referierten Ilja Jay Lawal und Attila Senkaya, Gründer der Influencer-Agentur „Follow Austria“, bei der Influencer Marketing Conference in Wien über die „Dos and Don'ts im Influencer-Marketing“. Was muss also beachtet werden, wenn Influencer-Marketing als Strategie eines Unternehmens in Erwägung gezogen wird? Wichtig ist es, dass hier Unternehmen als auch der Influencer selbst in die Verantwortung genommen werden. Wir haben die wichtigsten Insights der Tipps für Sie zusammengestellt:

**1. Find your USP** – Für Influencer gilt es, ihre „Unique Selling Proposition“ zu finden – authentisch wirkt ein Influencer nur, wenn er hinter seinen öffentlich publizierten Werten steht.

Unternehmen sollten sich hingegen die Frage stellen, weshalb man überhaupt in Influencer-Marketing investieren möchte. Unabhängig vom Motiv muss analysiert werden, welche Marketing-Form für das zu bekämpfende Problem am besten geeignet ist.

**2. Differentiate yourself** – Influencer müssen sich von der Masse abheben und ein Alleinstellungsmerkmal etablieren. Unternehmen sollten nach dem „Perfect Fit“ suchen – also jene Influencer finden, die am besten zur eigenen Marke und dem Unternehmens-Image passen.

**3. Know your creative Value** – Als Influencer sollte man die eigenen Stärken kennen, sich diese zunutze machen und nach außen präsentieren. Unternehmen sollten Influencer als *Persönlichkeiten* verstehen und die Stärken dieser sinnvoll in gemeinsame Projekte integrieren – nur so lassen sich spannende und authentische Geschichten erzählen. Der



© Samir Novotny/TrueYou (2)

## Gründer

Attila Senkaya und Ilja Jay Lawal sind die Gründer der Agentur Follow. Dank des großen Influencer-Netzwerks hinter der Agentur und der Tatsache, dass Lawal selbst Influencer ist, darf sich das Team wohl als Experten auf diesem Gebiet bezeichnen.

Bereich des Influencer-Marketings ist auch voller No-Gos, und auch hier hat Follow drei Tipps bereit:

**1. Don't try to be someone you're not** – Influencer sollten sich nicht zu sehr verstellen – denn kaum eine Branche lebt derart von Authentizität und Glaubwürdigkeit. Unternehmen müssen sich hingegen bewusst sein, dass Influencer-Marketing kein geeignetes Sales-Tool ist. Es ist nicht die beste Wahl, um die flächendeckende Reichweite und den Umsatz drastisch zu erhöhen. Influencer-Marketing hat jedoch in anderen Bereichen seine Vorteile. So ist es ein perfektes Werkzeug, um das Image der eigenen Marke zu verändern und zielgruppenspezifisch zu werben.

## Auf der Bühne

Lawal und Senkaya sprechen oft auf der Bühne über ihre Insights – auch bei der Influencer Marketing Conference.



**2. Don't do everything just because it pays** – Wenn man sich und seinen Werten treu bleiben möchte, sollte man als Influencer seine Kooperationspartner auch nach diesen auswählen. Unternehmen sollten nicht versuchen, Loyalität zu kaufen, sondern mit Influencern *arbeiten*, die – wie schon erwähnt – zur Marke passen.

**3. Don't forget you're a brand** – Als Influencer ist es essenziell, ständig an sich zu arbeiten und sich weiterzuentwickeln. Somit gilt es, sich auch nicht in Zeiten des Erfolgs auszuruhen.

Influencer-Marketing ist schlicht nicht für jedes Unternehmen geeignet.

Bevor mit Biegen und Brechen versucht wird, sich in einem Themenfeld zurechtzufinden, das ohnehin nicht sonderliche Effizienz verspricht, ist es sinnvoller, Ressourcen sowie Energie in die eigenen Stärken zu legen und diese weiter zu verbessern.

*Follow ist eine Influencer- & Werbeagentur mit Sitz in Wien. Follow steht für B2B-Events über Influencer Marketing und Werbekampagnen bis hin zu Native Advertising.*

Mehr Informationen finden sich online unter:

[www.followaustria.com](http://www.followaustria.com)