

Samira Mosavi

Influencer Marketing. Welchen Stellenwert wird das Kommunikationsinstrument auf das Kaufverhalten der Generation Y haben?

Eine wissenschaftliche Analyse des Einflussfaktors "Influencer Marketing" auf die Generation Y in der Modebranche

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2018 GRIN Verlag
ISBN: 9783668781504

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/437503>

Influencer Marketing. Welchen Stellenwert wird das Kommunikationsinstrument auf das Kaufverhalten der Generation Y haben?

Eine wissenschaftliche Analyse des Einflussfaktors "Influencer Marketing" auf die Generation Y in der Modebranche

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

BACHELORARBEIT

Frau
Samira Mosavi

Influencer Marketing- welchen Stellenwert wird das Kommunika- tionsinstrument auf das Kaufver- halten der Generation Y haben?

Eine wissenschaftliche Analyse des Ein-
flussfaktors Influencer Marketing auf die
Generation Y in der Modebranche

2018

BACHELORARBEIT

Influencer Marketing- welchen Stellenwert wird das Kommunikationsinstrument auf das Kaufverhalten der Generation Y haben?

Eine wissenschaftliche Analyse des Einflussfaktors Influencer Marketing auf die Generation Y in der Modebranche

Autorin:
Frau Samira Mosavi

Studiengang:
Business Management

Seminargruppe:
BM15wT2-B

Einreichung:
Düsseldorf, 14.05.2018

BACHELOR THESIS

Influencer marketing - which significance does marketing communication have on the purchase behavior of the Generation Y?

An academic analysis regarding influencer marketing and its factors of influence on the Generation Y with the fashion industry

author:

Ms. Samira Mosavi

course of studies:

Business Management

seminar group:

BM15wT2-B

submission:

Dusseldorf, 14.05.2018

Bibliografische Angaben

Mosavi, Samira

Influencer Marketing - welchen Stellenwert wird das Kommunikationsinstrument auf das Kaufverhalten der Generation Y haben?

Eine wissenschaftliche Analyse des Einflussfaktors Influencer Marketing auf die Generation Y in der Modebranche

52 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2018

Abstract

In der vorliegenden Arbeit wird analysiert, welchen Stellenwert derzeit das Kommunikationsinstrument Influencer Marketing für die Generation Y haben wird. Die Arbeit zeigt auf, dass Influencer Marketing für Unternehmen der Modebranche immer wichtiger wird und es wird dargestellt wie dieses Kommunikationsinstrument von Unternehmen aktiv betrieben werden kann. Anhand einer wissenschaftlichen Analyse flankiert von einer empirischen Untersuchung hat sich bestätigt, dass Influencer Marketing zukünftig die Generation Y beeinflussen wird. Somit können Unternehmen, mit Hilfe von passenden Influencern, die Zielgruppe Generation Y kostengünstig zum Kauf eines Produkts animieren.