

Pressemitteilung

Mihriban Sentürk

**Das digitale Kaufverhalten
der Generation Z**

Welchen Einfluss hat
Influencer-Marketing?

73 Seiten
Wirtschaft

erhältlich als:

E-Book (pdf)

E-Book-Preis 29,99 (D, A)

E-Book-ISBN: 978-3-346-59022-0

Print-Buch (PoD)

Print-Preis € 47,95 (D, A)

Print-ISBN: 978-3-346-59023-7

Im Februar 2022 erschienen.

<https://www.grin.com/document/1148616>



Wie beeinflussen Influencer das Kaufverhalten der Gen Z?

Unternehmen müssen ihre Kund:innen und deren Bedürfnisse verstehen, um zielgerichtetes Marketing zu betreiben. Aktuell wird mit der Generation Z eine Zielgruppe relevant, die hohe Anforderungen sowohl an Marken als auch an Arbeitgeber stellt. Mihriban Sentürk erklärt in ihrer bei Academic Plus erschienenen Publikation „Das digitale Kaufverhalten der Generation Z. Welchen Einfluss hat Influencer-Marketing?“, worauf Unternehmen sich einstellen sollten.

Der Schlüssel zum Erfolg scheint im Influencer-Marketing zu liegen. Immer mehr Unternehmen richten ihre Marketingstrategie danach aus. Denn mit herkömmlicher Werbung ist die Generation Z kaum noch zu erreichen. Ein Großteil ihres Lebens spielt sich online ab. Doch wie einflussreich sind Influencer tatsächlich? Und wie sprechen Unternehmen ihre Zielgruppe mithilfe von Influencern am besten an? Mihriban Sentürk liefert mit ihrem Buch „Das digitale Kaufverhalten der Generation Z“ eine wertvolle Datengrundlage, mit der Unternehmen ihr Marketing optimal ausrichten können.

Wie man mit Influencer-Marketing die Generation Z anspricht

Die Generation Z ist ausschließlich digital aufgewachsen und stellt heutzutage die neuen potenziellen Konsument:innen dar. Wegen ihrer hohen Kaufkraft ist es für Unternehmen essenziell, mehr über ihr Kaufverhalten zu erfahren. Der Social Commerce wird hierbei zum entscheidenden Faktor. Das Influencer-Marketing ist eine Marketingstrategie, die Nähe zu den Konsument:innen schafft. Außerdem lösen Influencer als Markenbotschafter Emotionen aus, die das Kaufverhalten sowie die Wahrnehmung von Produkten beeinflussen. Mit ihrer Publikation „Das digitale Kaufverhalten der Generation Z. Welchen Einfluss hat Influencer-Marketing?“ richtet Mihriban Sentürk sich direkt an Unternehmen sowie Führungskräfte und Mitarbeitende im Online-Marketing.

**Das Buch ist im Februar 2022 im GRIN-Imprint Academic Plus erschienen
(ISBN: 978-3-346-59022-0)**

Direktlink zur Veröffentlichung: <https://www.grin.com/document/1148616>

Kostenlose Rezensionsexemplare sind direkt über den Verlag unter presse@grin.com zu beziehen.

Schlagworte: Soziale Medien, Social Media, Authentizität, Kundenbedürfnisse, Customer Journey

Pressekontakt:

GRIN Publishing GmbH
Trappentreustr. 1
80339 München

Tel: +49-(0)89-550559-0
Fax: +49-(0)89-550559-10

presse@grin.com

www.grin.com

