

Vem lyssnar vi på? Om Finfluencers och småsparare

Sociala medier som utbildningskanal i privatekonomi

Stefan Biscevic, doktorand i företagsekonomi – Stockholms universitet

Agenda

- Bakgrund
- Influencers och parasociala relationer
- Finansiella influencers
- Risker och möjligheter
- Pågående forskningsprojekt

Bakgrund

- Avhandlingsprojekt 2023-2028
- Forskningsgrupp, delvis med externt stöd
- Stockholm Business School, Stockholm University

Bakgrund, om Stefan Biscevic

- Doktorand företagsekonomi, inriktning marknadsföring
- Masterexamen finansiell ekonomi
- Bakgrund i finansbranschen
- Swedsec specialist (vilande)

stefan.biscevic@sbs.su.se



Vem lyssnar vi på? Om Finfluencers och småsparare

Finansiella influencers, eller Finfluencers, är idag viktiga aktörer inom investeringsråd, inspiration och finansiell folkbildning (och vanbildning). Vad vet vi om sociala mediers och finfluencers påverkan på småsparares beslut och intresse för sparande? Stefan berättar om forskningsfronten på området och presenterar sitt eget pågående forskningsprojekt om finansiella influencers.

Internationell diskurs

The Financial Influencers Women Actually Want to Listen To



Should you trust personal finance advice from a 'finfluencer'?

18 September 2023

Katie Bishop
Features correspondent



Stefan Biscevic, Stockholm Business School

SPEND

Watch out for 3 red flags before taking advice from a financial influencer

Published Sat, Dec 23 2023 9:00 AM EST

Annie Probert

Share



Twenty/20

Nearly 20% of college students say they look to social media more often for financial advice, a [recent poll from Generation Lab and Morning Brew finds](#).

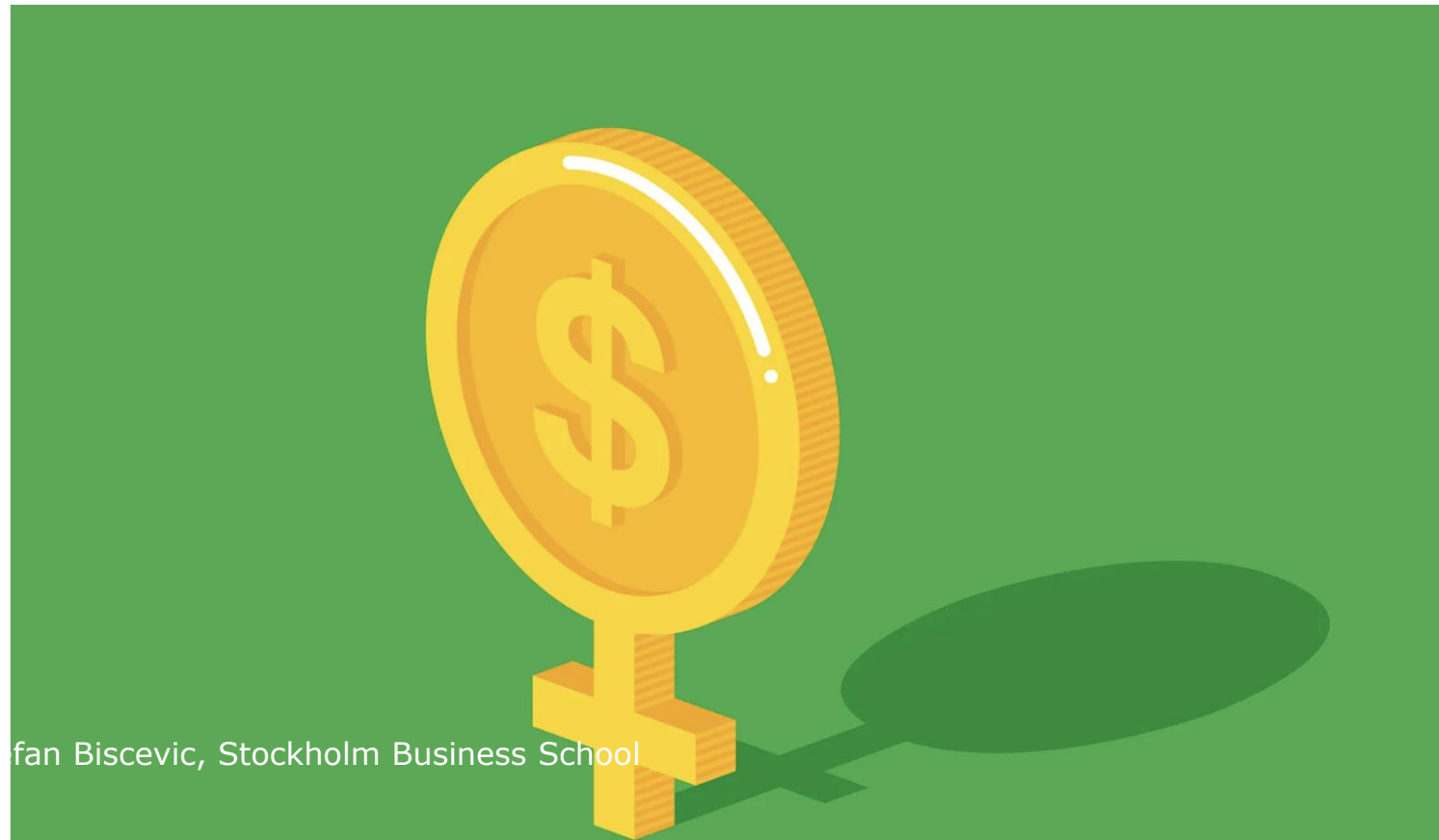
TikTok has emerged as one of the leading platforms for financial advice, with 24% of Gen Z users turning to their financial advisor on the platform.



BUSINESS • YOUR MONEY

The Financial Influencers Women Actually Want to Listen To

10 MINUTE READ

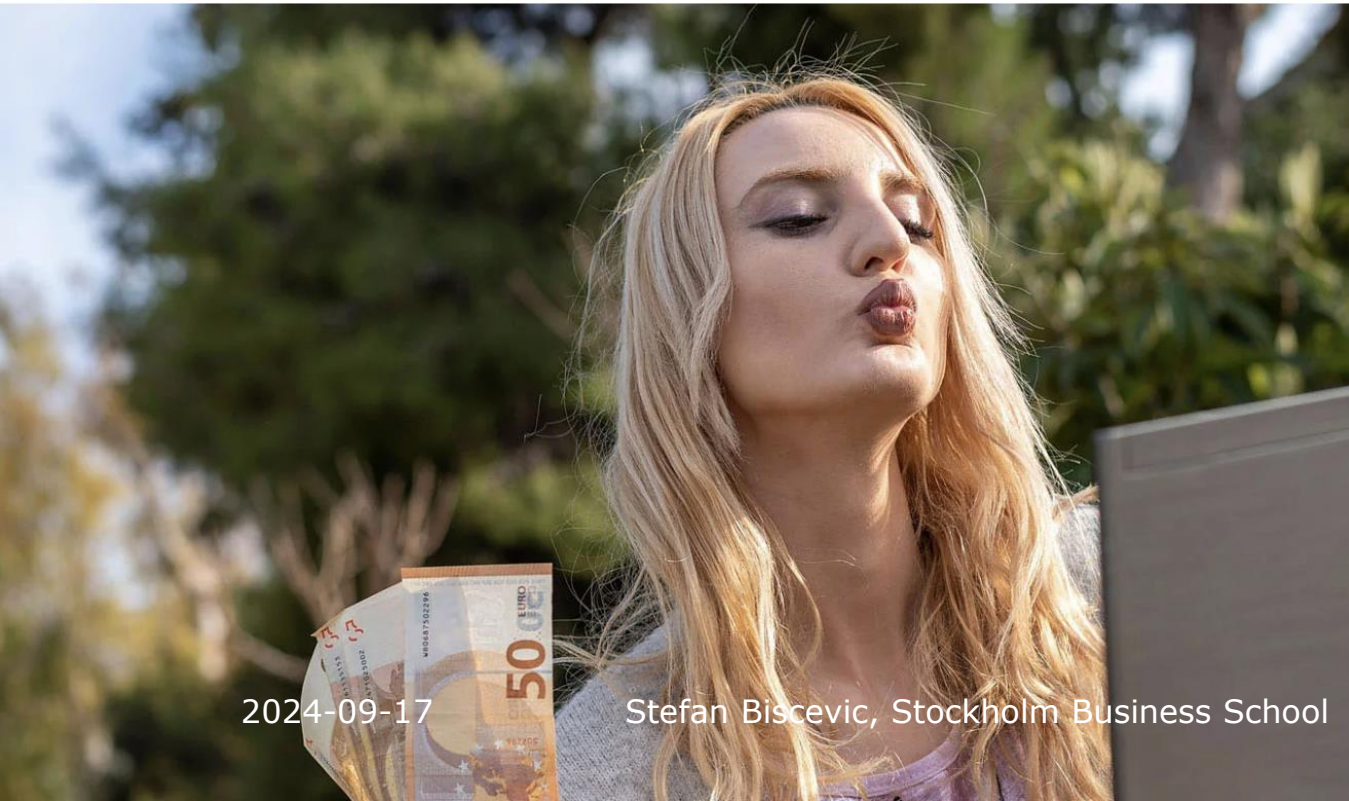


Should you trust personal finance advice from a 'finfluencer'?

18 September 2023

Katie Bishop

Features correspondent



2024-09-17

Stefan Biscevic, Stockholm Business School



SPEND

Watch out for 3 red flags before taking advice from a financial influencer

Published Sat, Dec 23 2023 9:00 AM EST

Annie Probert

Share    



Twenty/20

Nearly 20% of college students say they look to social media most often for financial advice, a [recent poll from Generation Lab and Morning Brew finds](#).

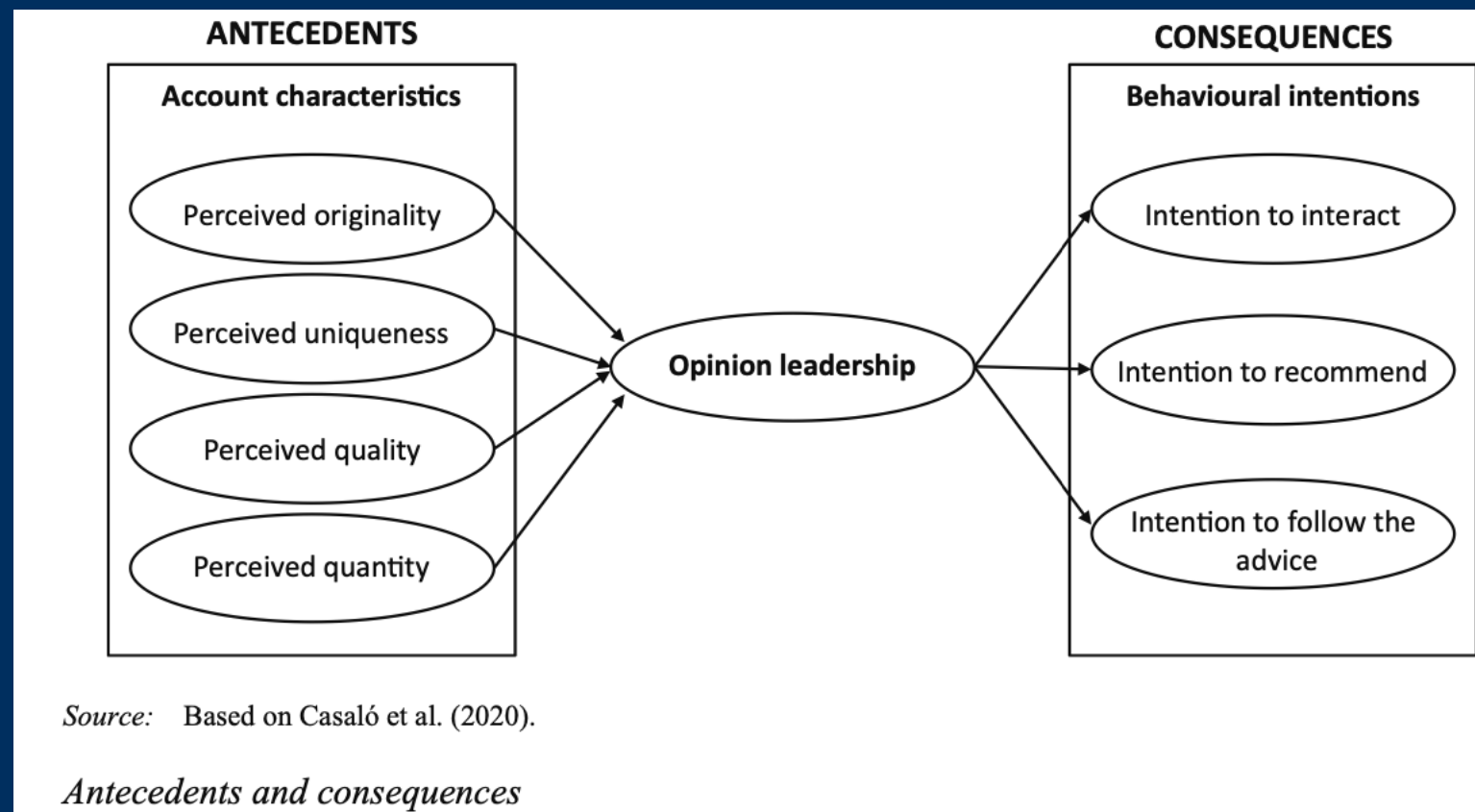
TikTok has emerged as one of the leading platforms for financial advice, with 34% of Gen Z saying they get their financial advice

Influencers och parasociala relationer

Influencers

- Opinionsledare (Lazarsfeld and Katz, 1955) → ... →
- *”Online influencers are individuals, groups of individuals, or even virtual avatars who have built a network of followers on social media and are regarded as digital opinion leaders with significant social influence on their network of followers” (Leung, Gu, and Palmatier, 2022)*

Influencers



Influencers och parasociala relationer

- Influencers bygger sina relationer på tillit och kontinuerlig närvaro genom sociala medier. De skapar en illusion av vänskap genom regelbunden kommunikation med sina följare, vilket ger upphov till parasociala relationer. Dessa relationer kännetecknas av en ensidig koppling där följarna känner att de känner influencern, trots att influencern inte känner dem. (Lou et al., 2019)
- Parasocial interaktion stärker influencerns trovärdighet och förmåga att påverka sina följare.

Influencers och parasociala relationer





- Influencers som etablerar en parasocial relation ofta uppfattas som mer autentiska och pålitliga. (Marwick and Boyd, 2011; Chen, Yan, and Smith, 2022)
- Framgångsrika influencers kommunicerar på ett trovärdigt sätt. (Ye et al., 2021)

Influencers

- Mikroinfluencers, med mindre men engagerade följarskaror, har ofta större hävstångseffekt i specifika nischer. Det gör dem till kraftfulla aktörer när de lyckas bygga nära relationer med sina följare, som ser dem som del av ett community snarare än bara informationskällor. Den sociala interaktionen som sker inom dessa communities bidrar till att förstärka deras påverkan.
- Farivar and Wang (2022) social identitet och storytelling, vilket bygger på Strets and Burke (2000) key community members påverkan på beslutsfattande.

Influencers

Table 1: Summary Typology

Type	Motivation	Goal of Content	Audience Contact
 Snoopers	<ul style="list-style-type: none"> • Discovering social media platforms • Creating and sharing content 	<ul style="list-style-type: none"> • Personal insights 	<ul style="list-style-type: none"> • Individual & frequent
 Informers	<ul style="list-style-type: none"> • Sharing knowledge and expertise 	<ul style="list-style-type: none"> • Information & education 	<ul style="list-style-type: none"> • Individual & frequent
 Entertainers	<ul style="list-style-type: none"> • Giving people a good time 	<ul style="list-style-type: none"> • Entertainment • Personal insights 	<ul style="list-style-type: none"> • Aggregate & moderate
 Infotainers	<ul style="list-style-type: none"> • Sharing knowledge and expertise • Giving people a good time 	<ul style="list-style-type: none"> • Information & education • Entertainment within focal domain • (Personal insights) 	<ul style="list-style-type: none"> • Aggregate & moderate

Source: Gross/von Wangenheim, 2018.

Influencers

- Olika inkomstströmmar: obefintliga → direkta (t.ex. kursavgift, avgifter, annonser m.fl.) eller indirekta (t.ex. aktierekommendationer).

Finansiella influencers

Finansiella influencers

- Finfluencers delar råd, inspiration och insikter som kan sträcka sig från grundläggande tips till mer avancerade sparstrategier samt online kurser. Eftersom småsparare ofta saknar formell finansiell kompetens, finns en tendens att förlita sig på finfluencers som sin främsta källor till ekonomisk rådgivning.
- Större genomslag hos yngre generationer som är aktiva på sociala medieplattformar som TikTok, X/Twitter, Instagram och YouTube. (Borchers, 2019; Haenlein et al., 2020)

Finansiella influencers

- Förenklad spridning utifrån algoritmer. (Van Dijk, 2021)
- User-generated content. (Fader and Winer, 2012)
- Visuellt innehåll. (Marwick, 2015)
- Autenticitet, värde och syfte. (Lou and Yuan, 2019)

Finansiella influencers

- Ett exempel på en framgångsrik finfluencer är MeetKevin, som genom sitt innehåll har byggt en lojal följarskara. Hans innehåll spänner från dagliga börsuppdateringar till mer specifika investeringsråd.
- Raderade tidigare uppladdade klipp. Varför?
- Se skärmlipp från Youtube-kanalen.



Varför är de viktiga?

- Folkbildning
- Gemenskap, tillhörighet och community
- Engagemang, legitimitet

Risker och möjligheter

Risker

- Missvisande information, oreglerad
- Volatilitet och spekulation
- Överdriven tillit
- Etik

Möjligheter

- Tillgång till finansiell information
- Inspiration
- Sparande

Pågående forskning

Pågående forskning

- Mitt pågående forskningsprojekt, som förväntas avslutas 2028, undersöker finfluencers roll i småsparares ekonomiska beteenden. Projektet, som stöttas av både en extern stiftelse och intern institutionell finansiering, syftar till att ge en djupare förståelse för fenomenet.
- Samverkan genom tredje uppdraget och nätverksbyggande.
- Blandade metoder
- Etikprövning
- Internationellt engagemang

Kontakt

Du kan nå mig på mejl:
stefan.biscevic@sbs.su.se

Jon Engström PhD
Jon.engstrom@sbs.su.se



Tack för att du har lyssnat!

Länkar

- <https://www.cnbc.com/amp/2023/12/23/red-flags-to-look-for-in-a-financial-influencer.html>
- <https://time.com/6958080/women-personal-finance-planning/>
- <https://www.bbc.com/worklife/article/20230915-should-you-trust-personal-finance-advice-from-a-finfluencer>
- <https://www.youtube.com/channel/UCUvvj5lwue7PspotMDjk5UA>