



dinnova^{AG}
IT'S ALL ABOUT DIGITAL INNOVATION

ePaper

Social Media Management

ePaper

- 
- 01** Social Media Management
 - 02** Social Media
 - 03** Was ist Social Media Management?
 - 04** Social Media: Best Practices
 - 05** Dinnova – Ihre professionelle Social Media Agentur

Social Media Management

Ob Twitter, Facebook, Instagram, YouTube & Co.: Knapp 4,5 Milliarden Menschen weltweit nutzen Social Media – die Zahl der Nutzer hat sich damit seit 2015 verdoppelt. Wer die sozialen Medien dennoch weiterhin vernachlässigt und als ‚nettes Beiwerk‘ ansieht, versagt sich auch die damit verbundenen Wachstumschancen. Denn die Social Media sind mittlerweile fester Bestandteil unseres Alltags, und bieten Unternehmen damit die Chance, potentielle wie bestehende Kunden jederzeit sowie ortsunabhängig zu erreichen.

Hiermit können Sie nicht nur deren Aufmerksamkeit auf Ihr Produkt- und Serviceportfolio lenken oder Ihre Kundenbeziehungen stärken – erfolgreiches Social Media Management wartet mit zahlreichen weiteren Vorteilen auf. Die sozialen Netzwerke ermöglichen Ihnen, die Brand Awareness Ihrer Firma zu steigern: Indem Nutzer wiederholt mit Ihren Online-Inhalten in Berührung kommen, gelangt Ihr Unternehmen in deren





Unterbewusstsein. Hierdurch steigern Sie den Wiedererkennungswert Ihrer Marke – Konsumenten sind nun in der Lage, Ihr Angebot einer bestimmten Produktkategorie zuzuordnen. Die Bekanntheit einer Marke spielt auch bei Kaufentscheidungen eine grosse Rolle, und kann diese positiv beeinflussen.

Durch die Veröffentlichung relevanter Inhalte können Sie nicht nur Ihre Reichweite erhöhen, sondern auch kommunizieren, wofür Ihre Marke steht. Professionelles Social Media Management bietet Ihnen damit die Möglichkeit selbst zu bestimmen, wie Sie Ihr Unternehmen präsentieren, und damit Ihre Reputation massgeblich verbessern – als Unternehmen ebenso wie als Arbeitgeber. Denn einige soziale Medien wie LinkedIn oder Xing erweisen sich als überaus effektives Recruiting-Tool.

Sie sehen selbst: Social Media sind wahre Multitalente, die Ihr Unternehmen nicht ungenutzt lassen sollte. Stattdessen ist die Bedienung dieser Plattformen es, die Sie von Ihrer Konkurrenz abheben kann. Wie, das verraten wir Ihnen auf den folgenden Seiten!

Wussten Sie, dass 60,99% der Weltbevölkerung Social Media nutzt?¹

Social Media

ePaper

➤ Social Media

Was ist Social Media Management?

Social Media: Best Practices

Dinnova – Ihre professionelle Social Media
Agentur

DER RASANTE AUFSTIEG DER SOCIAL MEDIA

Dass die sozialen Medien mittlerweile unseren Alltag bestimmen, steht ausser Frage. Uneinigkeit herrscht alleine hinsichtlich der Frage, wann die Ära der Social Media wirklich begann.

Für einige Experten markierte die Versendung der ersten E-Mails der Advanced Research Projects Agency im Jahre 1971 den ersten Meilenstein. Wieder andere sind der Meinung, dass die ersten sozialen Medien Sixdegrees und Classmates.com den Grundstein für die interaktiven Anwendungen legten.



Letztere waren 1995 und 1997 die ersten Plattformen, die im Gegensatz zu Foren die Anlegung einer Freundesliste sowie die Möglichkeit boten, Kontakte zu suchen. Der erste Blog wurde wiederum im Jahr 1994 vom damaligen Studenten Justin Hall veröffentlicht – und damit dem ersten Influencer? Wenige Jahre darauf ging das soziale Netzwerk MySpace online, dem sich im Laufe der Jahre 50 Millionen Nutzer anschlossen – eine Zahl, die heute nur noch wenig beeindruckt.²

2004 wurden YouTube und Facebook gegründet. Letzteres sollte ursprünglich nur Harvard Studenten ermöglichen, auf einer gemeinsamen Plattform miteinander zu kommunizieren – dies sollte sich jedoch schon bald ändern. Ihrem Ruf folgten die Microblogging-Dienste Twitter und Tumblr, 2011 Pinterest und Google+. Während diese zunächst nur die Freizeitgestaltung massgeblich beeinflussten, eroberten Social Media wie Xing und LinkedIn bald auch den Arbeitsmarkt.

Die wichtigste Zielgruppe beider Netzwerke sind Akademiker, die Unternehmen mittels gezieltem Employer Branding, Recruitment Marketing und Werbung adressieren. Die erste Werbung wurde auf Facebook bereits im Gründungsjahr geschaltet. Während Zuckerberg zunächst skeptisch war, erkannte er bald schon das Potential der sozialen Medien als effektives Marketing-Tool.

Denn: Darüber kann man nicht nur Freunde und Bekannte, sondern auch die passende Zielgruppe mit nur wenigen Klicks ausfindig machen. Heutzutage aus einer Nutzeranzahl, die sich auf mehr als 4,5 Milliarden beläuft. Dabei verzeichnet Facebook 2,9 Mrd. monatliche Nutzer, YouTube 2,3 Mrd., WhatsApp 2 Mrd. und dessen chinesischer Konkurrent WeChat 1,2 Mrd. User.³

Social Media: Die wichtigsten Plattformen für Unternehmen

Durchschnittlich sind Social Media Nutzer auf sechs verschiedenen Plattformen aktiv. Sie alle verbindet die Interaktion und Kreation eigenen Contents. Da die Social-Media-Kanäle jedoch unterschiedliche Zielgruppen ansprechen, müssen Unternehmen ihre Inhalte entsprechend anpassen beziehungsweise ermitteln, auf welcher Plattform Ihre Online-Präsenz ein Must ist.

Facebook:

Facebook ist dank seiner vielfältigen Kommunikationsaufbereitung eine Plattform mit grosser Reichweite. Milliarden von Usern weltweit nutzen das Netzwerk jeden Monat, weswegen Facebook die Rangliste der Social Media anführt.

Nahezu jede Zielgruppe ist auf Facebook vertreten, und die Kommunikationsplattform damit für viele Unternehmen interessant. Schliesslich erfolgt die Kommunikation hier nicht nur über ein Format, sondern mittels Bildern, textlichen Inhalten und Videos. Miteinander interagieren können Nutzer sowohl öffentlich in den Kommentaren, als auch privat im Messenger.

Instagram:

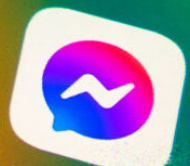
Instagram kann sicherlich als die kleine Schwester von Facebook bezeichnet werden – schliesslich gehört das Unternehmen tatsächlich zum Konzern. Während die Kommunikation zunächst nur über Bilder sowie Kommentare erfolgte, bietet Instagram mittlerweile ein grosses Repertoire an Möglichkeiten. Privatpersonen wie Unternehmen können zudem zeitlich begrenzte Videos, kurze Reels und Stories veröffentlichen. Letztere sind nur über den Zeitraum von 24 Stunden verfügbar und damit vergänglich.

Um diese nicht zu verpassen, besuchen Nutzer die Plattform umso öfter. Etwa eine halbe Milliarde Menschen nutzen Instagram Stories täglich, und das zählt sich aus: Ein Drittel der meistgesehenen Stories wurden von Unternehmen veröffentlicht. Zudem können sie über Instagram Stories Werbung schalten, und dank einer neuen Erweiterung sogar einen Online Shop einrichten – Social Commerce ist auf dem Vormarsch.⁴

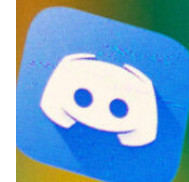
Social Media



TikTok

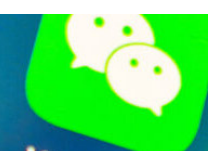


Messenger



Discord

LinkedIn



WhatsApp





YouTube:

Mehr als 2 Mrd. Nutzer pro Monat konsumieren auf der Video-Plattform ihre liebsten Musikvideos, Vlogs, News-Sendungen und mehr. Drei ehemalige Mitarbeiter des Zahlungsdienstleisters PayPal gründeten das Unternehmen 2004, welches sich seither ungebrochener Beliebtheit freut. Im Rahmen des YouTube-Marketings können Unternehmen ihre Zielgruppen über verschiedenste Werbeformate erreichen.

Mit eigenem Kanal können sie ihr eigenes Online-Schaufenster einrichten, welches Produkte und Services vorstellt sowie erläutert. Oder aber sie kooperieren mit Produktionsfirmen und erfolgreichen YouTubern, die ihr Angebotssortiment in ihren Videos anpreisen. Alternativ können Unternehmen weltweit auf YouTube Werbung schalten, die in den Videos eingeblendet wird.

Wussten Sie, dass Nutzer im Durchschnitt 2 Stunden und 25 Minuten pro Tag in den sozialen Medien verbringen?⁵

TikTok:

Das aus China stammende Videoportal erobert die Online-Welt im Sturm! Die Plattform ist vor allem bei Heranwachsenden beliebt – ein Grossteil ihrer Nutzer ist unter 23 Jahren.

Die geteilten Inhalte sind schnelllebig und kurz – und damit der perfekte Mix der dazu verführt, lange auf TikTok zu verweilen. Während anfangs einige Unternehmen TikTok als blosses Unterhaltungsportal abschrieben, investieren internationale Grössen wie Zalando, H&M und BMW bereits in das sogenannte TikTok-Marketing.

Denn: Die Nutzer von heute sind die Kunden von morgen. Werden sie bereits im zarten Teenageralter auf ein Unternehmen aufmerksam und interagieren mit deren Beiträgen, steigert das ihre Brand Awareness.⁶

Xing & LinkedIn:

Xing und LinkedIn dienen zunächst ausschliesslich Recruiting-Zwecken. Mit der Zeit avancierten sie zu beliebten Marketing-Tools und B2B-Plattformen.

LinkedIn ist global ausgerichtet und zählt 766 Mio. Nutzer, während Xing als Geschäftsnetzwerk für den deutschsprachigen Raum etwa 19 Mio. User hat.⁷

Was ist Social Media Management?

11

ePaper

Social Media

➤ Was ist Social Media Management?

Social Media: Best Practices

Dinnova – Ihre professionelle Social Media
Agentur

DEFINITION & AUFGABEN

Social Media Marketing ist längst mehr als ein blosses Kundeninteraktionsmittel. Vielmehr werden die sozialen Medien als Teil des gesamten Stakeholdermanagements eingesetzt.

Soll heissen: Mittels sozialer Netzwerke können Unternehmen nicht nur ihre Kunden, sondern auch Mitarbeiter, Lieferanten und Investoren von ihrer Marke und Vision überzeugen. Unter dem Begriff ‚Social Media Marketing‘ versteht man die strategische Nutzung der sozialen Netzwerke, die sowohl aktiv als auch passiv ausgeführt werden kann.



Im Rahmen des aktiven Social Media Marketings leitet das Unternehmen einen aktiven Kommunikationsprozess mit Nutzern und Kunden ein. Durch die zielgerichtete Nutzung der sozialen Medien sollen Unternehmensziele erreicht werden – mithilfe eigens produzierter Inhalte. Reaktives Social Media Marketing beschreibt die ausschliessliche Nutzung fremden Contents, um definierte Unternehmensziele zu erreichen.⁸

Vorteile der Auslagerung gegenüber Inhouse

Nun scheiden sich die Geister, wenn es um die Frage geht, ob Social Media Management Inhouse oder durch einen externen Dienstleister verantwortet werden soll. Die individuelle Betreuung Ihrer Social Media Accounts kommt mit einigen Vorteilen einher.

Zum einen verändern sich die sozialen Medien rasant schnell. Professionelle Social Media Agenturen wie Dinnova setzen sich täglich mit diesen Trends und Veränderungen auseinander, wodurch Ihr Unternehmen stets auf dem neuesten Stand und der Konkurrenz damit einen grossen Schritt voraus ist. Zudem sind erfahrene Social Media Manager mit den verschiedenen Kommunikationsstilen sowie Formaten auf den Plattformen bestens vertraut.

So profitieren Unternehmen von Social Media

Social Media bieten Unternehmen unzählige Vorteile, die Sie nicht ungenutzt lassen sollten.

Diese entnehmen Sie der folgenden – nicht abschliessenden – Liste. Wenn Sie auch weiterhin konkurrenzfähig bleiben und Ihre Marktanteile sichern möchten, führt kein Weg an Social Media vorbei.

13

Social Media können ...

Ihre Markenbekanntheit steigern:

Indem potentielle Kunden wiederholt mit Ihrer Marke in Kontakt kommen, gelangt diese in deren Unterbewusstsein. Schliesslich werden Konsumenten Ihre Marke mit einer bestimmten Produkt- oder Servicekategorie in Verbindung bringen, und bevorzugt erwerben – sofern Sie regelmässig hochwertigen Content in den sozialen Netzwerken veröffentlichen.



Ihre Zielgruppe ansprechen und Ihre Reichweite vergrössern:

Sie können Ihre potenzielle Zielgruppe über die sozialen Medien erreichen. Liken oder teilen sie Ihre Beiträge, sprechen Sie damit weitere potentielle Kunden an – Expansion in internationale Märkte inklusive.

Wichtige Daten zur Marktforschung liefern:

Sämtliche Aktivitäten in den sozialen Medien können gemessen und ausgewertet werden. Mithilfe des sogenannten Monitorings können Sie ausserdem die Erwähnungen sowie Feedback zu anderen Unternehmen und Produkten verfolgen und analysieren; und Ihre Competitive Intelligence mit effektiver Wettbewerbsforschung speisen.

Damit sind Sie immer auf dem aktuellsten Stand, und können Ihre Konkurrenz sowie Trends stets im Auge behalten.

Ihre Markenpersönlichkeit kommunizieren:

Sie entscheiden, welche Inhalte und Informationen Sie zu Ihrem Unternehmen und Produktportfolio veröffentlichen. Die gesamte Entscheidungsmacht liegt bei Ihnen, während die Berichterstattung der Medien unlenkbar bleibt. Ausserdem können Sie in den Social Media Werbung schalten, welche durch gezieltes Targeting Ihre Zielgruppe ohne Streuverluste erreicht.

Als Kommunikationskanal zwischen Unternehmen und Kunden dienen:

Im Gegensatz zu Werbung ist die Kommunikation nicht einseitig: Ihr Unternehmen kann Kunden zielgerichtet ansprechen, Kunden können ihr Feedback direkt teilen. Der Erfolg digitaler Kampagnen kann in den sozialen Medien anhand von Kommentaren, Likes, Views, Shares & Co. gemessen werden – ein wichtiger Vorteil, mit dem Offline Werbung nicht dienen kann.

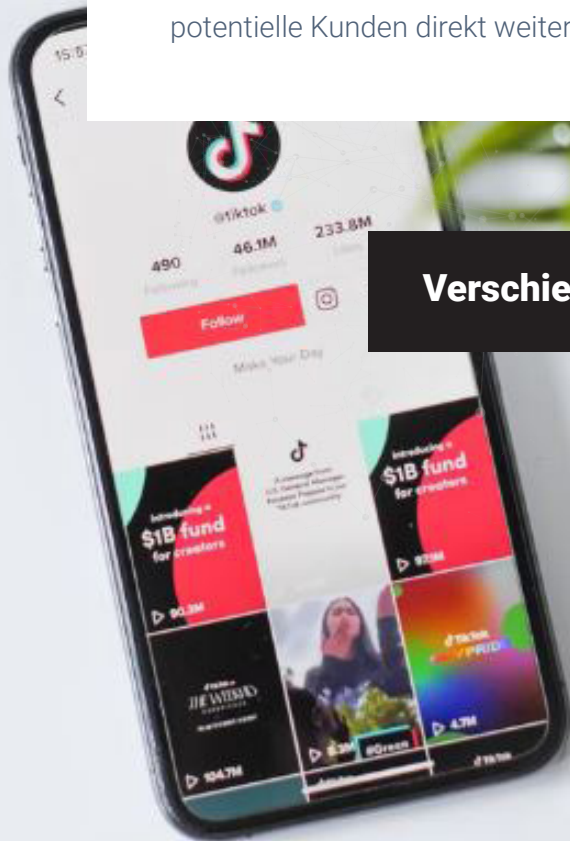


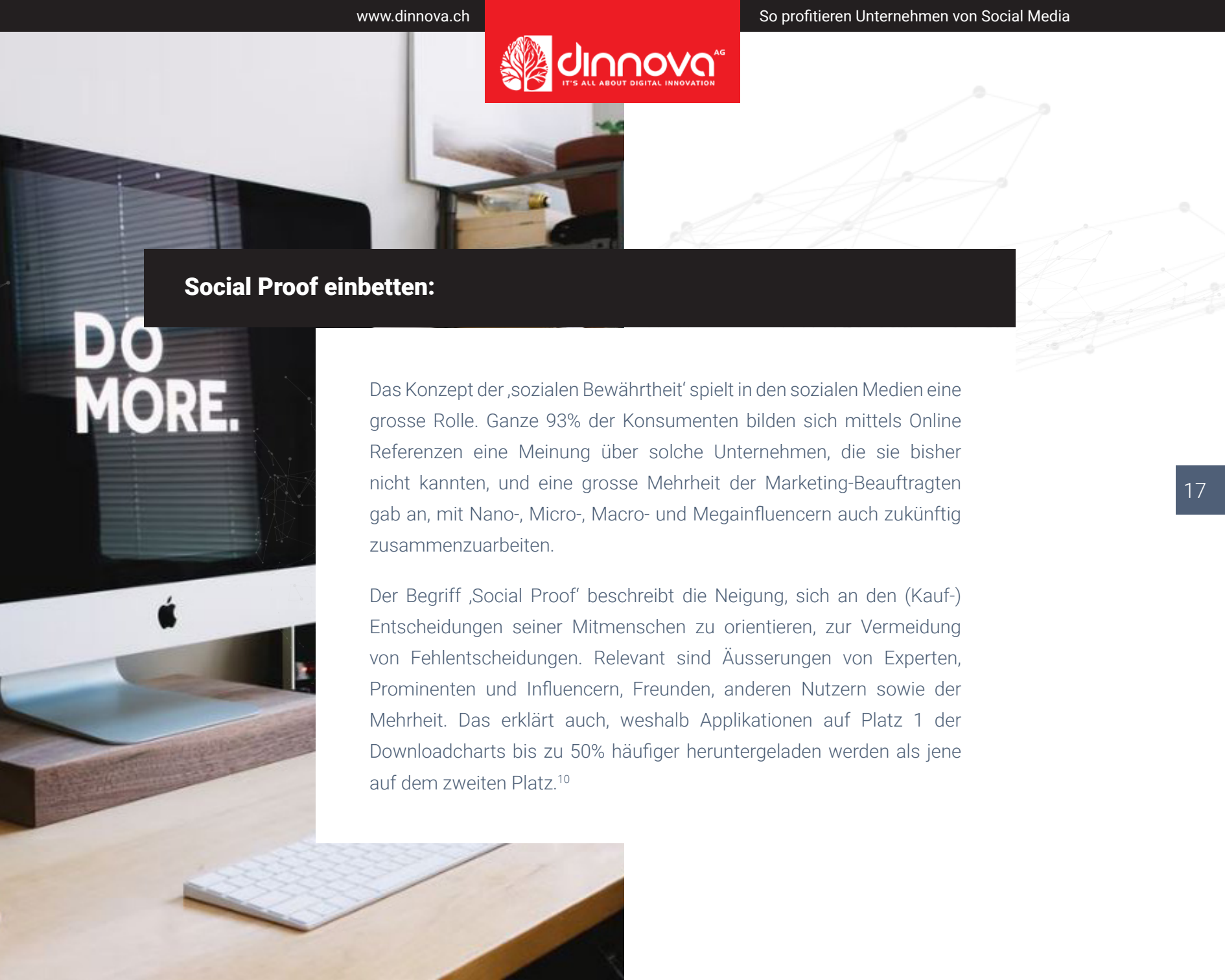
Den Traffic auf Ihrer Webseite erhöhen:

In den sozialen Medien können Sie Links zu Ihrer Unternehmenswebseite und Ihrem Online-Shop einbetten. Mit nur einem Klick können Sie potentielle Kunden direkt weiterleiten.

Verschiedenste Zielgruppen erreichen:

Je nachdem, für welche Plattform Sie sich entscheiden, können Sie unterschiedlichste Zielgruppen erreichen. Auf LinkedIn und Xing können Sie Employer Branding betreiben und als B2B-Unternehmen werben, während knapp 67% der TikTok-Nutzer zwischen 13 und 24 Jahre alt sind und mittels anderer Inhalte zur Interaktion angeregt werden müssen.⁹





Social Proof einbetten:

Das Konzept der ‚sozialen Bewährtheit‘ spielt in den sozialen Medien eine grosse Rolle. Ganze 93% der Konsumenten bilden sich mittels Online Referenzen eine Meinung über solche Unternehmen, die sie bisher nicht kannten, und eine grosse Mehrheit der Marketing-Beauftragten gab an, mit Nano-, Micro-, Macro- und Megainfluencern auch zukünftig zusammenzuarbeiten.

Der Begriff ‚Social Proof‘ beschreibt die Neigung, sich an den (Kauf-) Entscheidungen seiner Mitmenschen zu orientieren, zur Vermeidung von Fehlentscheidungen. Relevant sind Äusserungen von Experten, Prominenten und Influencern, Freunden, anderen Nutzern sowie der Mehrheit. Das erklärt auch, weshalb Applikationen auf Platz 1 der Downloadcharts bis zu 50% häufiger heruntergeladen werden als jene auf dem zweiten Platz.¹⁰

Social Media: Best Practices

18

ePaper

Social Media

Was ist Social Media Management?

Social Media: Best Practices

Dinnova – Ihre professionelle Social Media
Agentur

Social Media bieten die Möglichkeit, mit bestehenden sowie neuen, potentiellen Kunden zu interagieren. Langfristig funktioniert dieser Ansatz aber nur, wenn Ihre Social Media Accounts und Werbekampagnen den Ansprüchen Ihrer Konsumenten gerecht werden.

Welche Social Media Best Practices Sie nicht vernachlässigen sollten? Wir haben die wichtigsten Anhaltspunkte für Sie zusammengetragen.

1

QUALITÄT:

Bieten Sie Nutzern auf die jeweilige Plattform zugeschnittenen Content, der einen Mehrwert bietet – also unterhält, informiert oder inspiriert. Müssen Sie sich zwischen Quantität und Qualität entscheiden, sollte Letztere in jedem Falle bevorzugt werden. Posten Sie weniger, dafür aber hochwertigen Content mit HD-Bildern, Videos sowie fehlerfreien Texten.

2

STRATEGIE:

Definieren Sie zu Beginn eine Social Media Strategie, bestenfalls in Zusammenarbeit mit einer professionellen Agentur. Stellen Sie sicher, dass sämtliche Daten getrackt und dokumentiert werden, da diese als Grundlage zukünftiger Entscheidungen dienen.

**3****RECHERCHIEREN:**

Besuchen Sie regelmässig die Social Media Accounts Ihrer Mitbewerber, um die Reaktion ihrer Follower, Product Placements, Inhalte und Engagement zu analysieren.

20

4**PARETO PRINZIP:**

Das Pareto Prinzip besagt, dass 80% Ihrer Ergebnisse sich auf 20% Ihrer Werbungen und Kampagnen zurückführen lassen. Wägen Sie daher genau ab, in welche Bereiche Sie Zeit und Geld investieren, fokussieren Sie sich auf die vordefinierte Zielgruppe und Parameter, die für Ihr Unternehmen elementar sind.

5

OPTIMIERUNG:

Analysen ergaben, dass Facebook Posts mit weniger als 80 Zeichen am besten performen. Dasselbe gilt für Videos, welche höchstens 60 Sekunden dauern sollten. Zurückführen lässt sich das auf die verkürzte Aufmerksamkeitsspanne heutiger Nutzer. Behalten Sie diese Entwicklungen und Forschungsergebnisse daher immer im Blick.

6

KEIN DIY:

„Do it yourself“ ist im Bereich Social Media mittlerweile ein absolutes No-Go. Wurde die Betreuung der Firmen-Accounts zunächst einem Mitarbeiter ohne Vorkenntnisse aufgetragen, sind professionelle Social Media Teams heutzutage ein Muss. Die Betreuung, Konzeption und Umsetzung digitaler Inhalte erfordert umfangreiches Know-How – und viel Zeit. Beauftragen Sie Digitalisierungs-Profis, um Ihr Unternehmen digital bestmöglich aufzustellen.¹¹

Dinnova – Ihre professionelle Social Media Agentur

22

ePaper

Social Media

Was ist Social Media Management?

Social Media: Best Practices

 **Dinnova – Ihre professionelle Social Media Agentur**

Lassen Sie sich diese Chance nicht entgehen und kontaktieren Sie uns noch heute für ein unverbindliches Beratungsgespräch.

Von der strategischen Konzeption bis zur technischen Umsetzung Ihrer Beiträge, Stories, Tweets, Videos, Reels & Co. – wir sind Ihr starker Partner im Bereich Social Media.





Unser Service-Angebot umfasst sämtliche Dienstleistungen, die für Unternehmen im modernen, digitalen Zeitalter unerlässlich sind. Zusammen entwickeln wir mithilfe neuester Technologien und unter Berücksichtigung aktueller Trends die Online Strategie, die zu Ihrem Unternehmen, Ihrer Zielgruppe und der betreffenden Social Media Plattform passt.

Wir konnten Ihr Interesse wecken? Dann freuen wir uns über Ihre Kontaktaufnahme und eine erfolgreiche Zusammenarbeit in der Zukunft!

Fußnoten

¹ Dean, Brian, Social Network Usage & Growth Statistics: How many people use social media in 2022?, <https://backlinko.com/social-media-users>, 01.02.2022, 10.10.2021.

² Rittler, Alfons, Social Media Evolution: Die Geschichte sozialer Netzwerke, <https://www.werbe-agentur-graz.at/marketing-blog/social-media-evolution.html>, 27.01.2022, o.D. Social-media-agentur.net, Social-Media-Entwicklung & -Geschichte im Überblick, <https://www.social-media-agentur.net/social-media-entwicklung-geschichte-im-ueberblick-2015/>, 27.01.2022, 07.09.2015.

³ Rittler, Alfons, Social Media Evolution: Die Geschichte sozialer Netzwerke, <https://www.werbe-agentur-graz.at/marketing-blog/social-media-evolution.html>, 27.01.2022, o.D. Social-media-agentur.net, Social-Media-Entwicklung & -Geschichte im Überblick, <https://www.social-media-agentur.net/social-media-entwicklung-geschichte-im-ueberblick-2015/>, 27.01.2022, 07.09.2015. Dean, Brian, Social Network Usage & Growth Statistics: How many people use social media in 2022?, <https://backlinko.com/social-media-users>, 27.01.2022, 10.10.2021.

⁴ Dean, Brian, Social Network Usage & Growth Statistics: How many people use social media in 2022?, <https://backlinko.com/social-media-users>, 27.01.2022, 10.10.2021. Bojkov, Kate, Everything about Instagram Stories Analytics and Insights, <https://embedsocial.com/blog/instagram-stories-analytics/>, 27.01.2022, 07.11.2021. Goldner, Lisa, Social Media-Kanäle für Unternehmen: Die 10 wichtigsten Plattformen 2022, <https://www.gruender.de/online-marketing/social-media-kanale/>, 27.01.2022, 13.12.2021.

⁵ Dean, Brian, Social Network Usage & Growth Statistics: How many people use social media in 2022?, <https://backlinko.com/social-media-users>, 01.02.2022, 10.10.2021.

⁶ Leskin, Page, YouTube is 15 years old, <https://www.businessinsider.com/>

history-of-youtube-in-photos-2015-10, 27.01.2022, 30.05.2020. Christian, Carsten, YouTube für Unternehmen – wie Firmen die Plattform sinnvoll nutzen, <https://blog.osk.de/youtube-wie-unternehmen-die-plattform-sinnvoll-nutzen>, 27.01.2022, 16.08.2018. Pansch, Christian, TikTok – große Reichweite mit unterhaltsamen Clips, 27.01.2022, o.D.

⁷ Wiegandt, Sebastian, LinkedIn oder Xing – Welches ist das richtige Netzwerk für mein Unternehmen?, <https://www.linkedin.com/pulse/linkedin-oder-xing-welches-ist-das-richtige-netzwerk-fur-wiegandt/?originalSubdomain=de>, 28.01.2022, 25.06.2021.

⁸ Universität Bamberg, Social Media Marketing in der Forschung, <https://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/forschung/weitere-forschungsgebiete/social-media-marketing/definition-social-media-marketing/>, 28.01.2022, o.D.

⁹ Australian Government, Social media for business, <https://business.gov.au/online/social-media-for-business>, 31.01.2022, 23.06.2021. CCDM, Social Media in Unternehmen – 10 grosse Vorteile für den geschäftlichen Einsatz von sozialen Medien, <https://ccdm.de/blog/social-media-in-unternehmen-10-grosse-vorteile-fuer-den-geschaeftlichen-einsatz-von-sozialen-medien/>, 01.02.2022, 11.12.2018. Statista, Anteil der Nutzer von TikTok nach Altersgruppe und Geschlecht weltweit im Jahr 2021, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1247328/umfrage/anteil-der-tiktok-nutzer-nach-altersgruppen-und-geschlecht-weltweit/>, 01.02.2022, 06.2021.

¹⁰ Gilbert, Nester, Finances Online, 60 Social proof statistics you must read, <https://financesonline.com/social-proof-statistics/>, 01.02.2022, o.D. o.V., Unternehmer.de, Social Proof, <https://unternehmer.de/lexikon/online-marketing-lexikon/social-proof>, 01.02.2022, o.D.

¹¹ Expert Panel, Forbes, 12 ways to make the most of social media advertising, <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2021/12/16/12-ways-to-make-the-most-of-social-media-advertising/?sh=15a4d2e47208>, 01.02.2022, 16.12.2021.

Contact Us

Learn how we can help your business and schedule
a free consultation today!

Bahnhofstrasse 100, 8001 Zürich 

+41 44 310 50 00 

contact@dinnova.ch 

Arber Bullakaj - CEO

E-Mail: a.bullakaj@dinnova.ch

Mobile: +41 76 533 54 86



Daniela Bisig - COO

E-Mail: d.bisig@dinnova.ch

Mobile: +41 78 661 11 86

