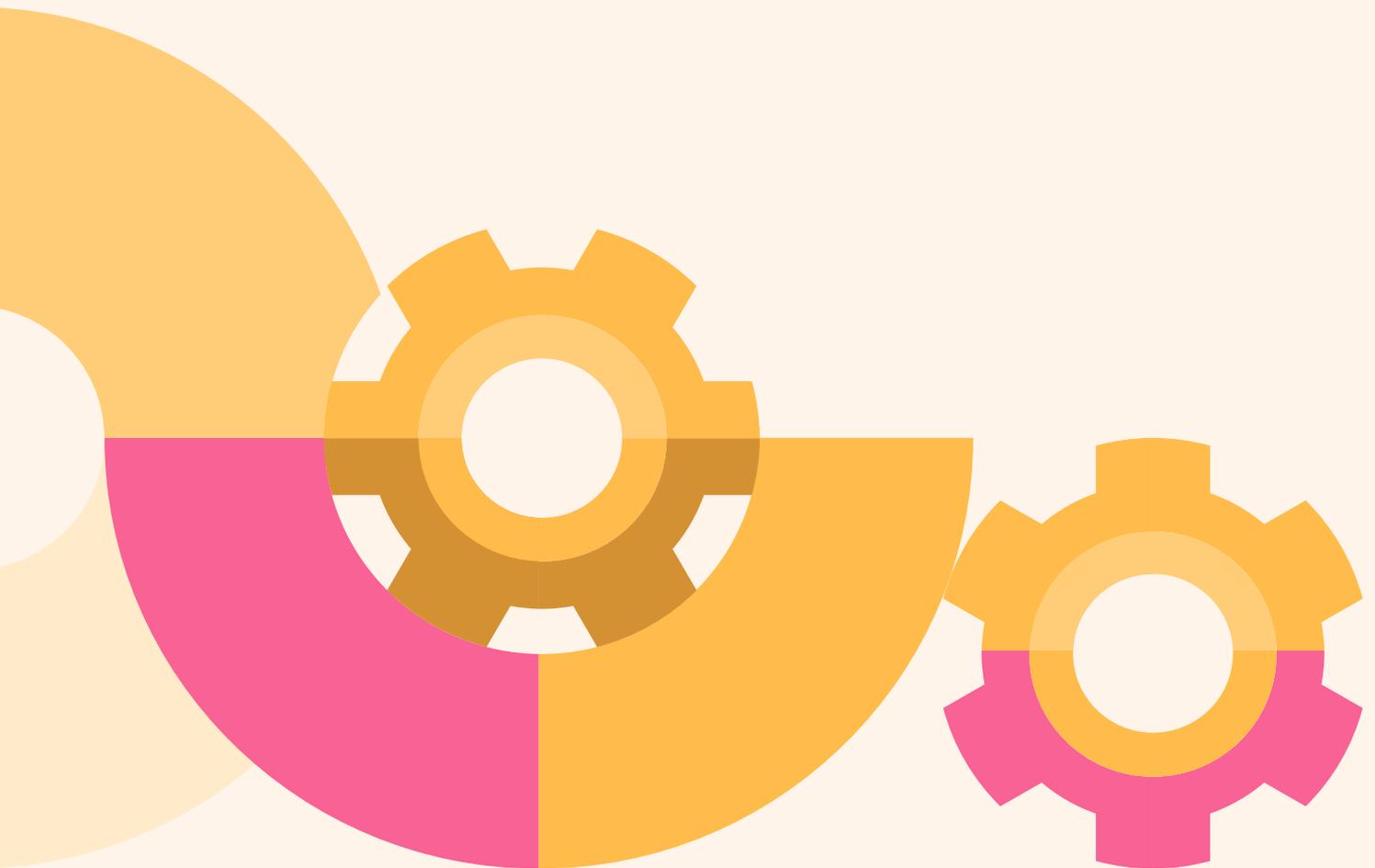


Marketingautomatisierungssoftware für ein vernetztes Kundenerlebnis

Bewertungsleitfaden für Käuferinnen und Käufer

Marketing Hub Enterprise im Vergleich zur Konkurrenz



Zusammenfassung

Eine neue Studie zeigt:

1/3



Marketingfachleute verbringen durchschnittlich ein Drittel ihrer Woche (oder 13 Stunden) mit zeitaufwändigen Aufgaben, die manuelle Arbeit erfordern.¹

74 %



74 % der Marketingteams arbeiten mit isolierten Workflows und fragmentierten Prozessen.²

60 %



60 % der Marketingfachleute verwenden regelmäßig mehr als 20 verschiedene Tools.³

85 %



85 % der Marken glauben, dass sie personalisierte Erlebnisse bieten, was nur 60 % der Verbraucherinnen und Verbraucher bestätigen.⁴

Es liegt ein echtes Problem mangelnder Vernetzung vor, das alle Daten und Systeme sowie die Menschen betrifft, deren Verbindung mit- und untereinander für Unternehmen von zentraler Bedeutung ist.

Aus der Analyse der Bedürfnisse von Tausenden von Kundinnen und Kunden gingen drei Hauptherausforderungen für Marketingfachleute hervor, die **Zeit, Geld und Ressourcen bei der Konsolidierung von Daten und Systemen sparen** und sich stattdessen auf die **Stärkung der Kundenbeziehungen** konzentrieren möchten.



Herausforderung Nr. 1

Zusammengewürfelte Tools

... machen es unmöglich, das Kundenverhalten in Echtzeit zu verfolgen und verschiedene Einzellösungen miteinander zu verbinden.



Herausforderung Nr. 2

Im Wettbewerb um Aufmerksamkeit

... ist es schwer, sich von anderen abzuheben und dauerhafte Beziehungen aufzubauen.



Herausforderung Nr. 3

Unvollständige Marketingdaten

... führen zu fehlerhafter Entscheidungsfindung und einem schwer messbaren Return on Investment.

Option	Gesamtkosten	Benötigte Produkte	1. Lösung	2. Lösung	3. Lösung
			Benutzerdefinierte verhaltensorientierte Events	Programmierbare E-Mail-Inhalte	Multi-Touch-Umsatz-Attribution
HubSpot	€	Marketing Hub Enterprise	✓	✓	✓
Salesforce	€€€	Marketing Cloud Corp	✓	✓	
		Pardot Plus			✓
Eloqua	€€€€	Eloqua Standard	✓		
		Oracle Content Marketing Basic Cloud		✓	
		Oracle Unity			✓
Marketo	€€€	Marketo Engage Prime	✓	✓	✓
		Bizible*			✓
Microsoft Dynamics	€€€	Dynamics 365 Marketing	✓	✓	
		Dynamics 365 Customer Insights	✓	✓	
		Power BI			✓

* Bizible für alle Attribution-Modelle außer Modelle mit gleichmäßiger Aufteilung erforderlich



Ohne zentrale Informationsquelle können Sie das Kundenverhalten nicht systemübergreifend in Echtzeit verfolgen – und somit auch kein außergewöhnliches End-to-End-Nutzererlebnis liefern.

Lösung	So funktioniert es
<p>HubSpot</p> <p>Software: Marketing Hub Enterprise</p> <p>Funktion: Benutzerdefinierte verhaltensorientierte Events</p> <p>Preis: €</p>	<p><u>Benutzerdefinierte verhaltensorientierte Events</u> können mit Kontakten verknüpft werden, die dann in allen HubSpot-Tools verwendet werden können (einschließlich Listensegmentierung, Automatisierung und CRM-Chronik).</p> <p>Mit dieser API können Sie Eventdaten von externen Quellen, wie z. B. zur App- und Produktnutzung, auf die Plattform hochladen und dort nutzen. Für die Einrichtung ist eine Entwicklerin bzw. ein Entwickler erforderlich.</p> <div style="background-color: #e6f2ff; padding: 10px; border: 1px solid #0070c0;">  <p>Tipp: Verwenden Sie Operations Hub, um all Ihre Daten mit HubSpot zu integrieren und eine noch präzisere Segmentierung, Personalisierung und Zielgruppenansprache durchzuführen. Dazu können Sie entweder HubSpots <u>branchenführende Integrationen ohne Codierung</u> verwenden oder <u>benutzerdefinierte Integrationen</u> nutzen, die mithilfe programmierbarer Automatisierung entwickelt wurden.</p> </div>
<p>Salesforce</p> <p>Software: Marketing Cloud Corp mit Journey Builder</p> <p>Funktion: API-Event im Journey Builder</p> <p>Preis: €€</p>	<p>Für benutzerdefinierte verhaltensorientierte Events wird die Journey-Canvas über das <u>API-Event im Journey Builder</u> mit einer API verbunden, durch die Kontakte zur Journey hinzugefügt werden. Wenn die API ein Event auslöst, werden die zur Journey hinzugefügten Kontakte in einer Marketing Cloud-Datenerweiterung gespeichert.</p> <p>Dieser Eventtyp erfordert Entwicklungsarbeit zur Konfiguration einer API.</p>
<p>Eloqua</p> <p>Software: Eloqua Standard und das Oracle Infinity Behavioral Intelligence Add-On</p> <p>Funktion: Manueller Upload</p> <p>Preis: €€€€</p>	<p>Benutzerdefinierte verhaltensorientierte Events müssen <u>manuell hochgeladen</u> werden. Dafür wird eine Datei mit externen Eventaktivitäten benötigt.</p> <p>Oracle Infinity Behavioral Intelligence nutzt ein Oracle CX-Tag, um das Verhalten über Oracle-Assets hinweg zu verfolgen.</p>
<p>Marketo</p> <p>Software: Marketo Engage Prime</p> <p>Funktion: Benutzerdefinierte Datenevents und Websitepersonalisierung</p> <p>Preis: €€</p>	<p>Über <u>benutzerdefinierte Datenevents</u> werden benutzerdefinierte Events gesendet, die in Echtzeit verfolgt und personalisiert werden können. Damit können Daten von Drittanbietern übermittelt oder benutzerdefinierte Events ausgelöst werden, die auf Besucherverhalten basieren.</p> <p>Bevor Sie die User-Context-API verwenden können, müssen Sie die Websitepersonalisierung abonnieren und das RTP-Tag auf Ihrer Website implementieren.</p>
<p>Microsoft Dynamics</p> <p>Software: Dynamics 365 Marketing</p> <p>Funktion: Benutzerdefinierte Eventtrigger</p> <p>Preis: €</p>	<p>Nutzt <u>benutzerdefinierte Eventtrigger</u>, um Verhaltensanalysen durchzuführen.</p> <p>Für benutzerdefinierte Events ist die Zusammenarbeit zwischen Marketingfachleuten und einem Entwicklerteam nötig. Das Entwicklerteam muss kleine Code-Snippets in die Systeme integrieren, um das Event zu starten.</p>



Im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Verbrauchenden ist es oft schwer, sich von anderen abzuheben und Kundschaft langfristig zu binden.

Lösung	So funktioniert es
<p>HubSpot</p> <p>Software: Marketing Hub Enterprise</p> <p>Funktion: Programmierbare E-Mail-Inhalte</p> <p>Preis: €</p>	<p>Greifen Sie auf große Datenmengen zurück, die in einem benutzerdefinierten Objekt oder in HubDB gespeichert sind, und fügen Sie diese mühelos in eine anpassbare Vorlage ein – ohne die Notwendigkeit mehrerer Vorlagen für die jeweiligen Zielgruppen.</p> <p>Programmierbare E-Mail-Inhalte ermöglichen Ihnen die Nutzung der erweiterten HubL-Syntax, um Ihre E-Mails rundum zu personalisieren und besonders relevante Informationen für bestimmte Zielgruppen zu versenden. Strukturierte Datenquellen und benutzerdefinierte Objekte können in programmierbare E-Mail-Inhalte einbezogen werden.</p> <div style="background-color: #e6f2ff; padding: 10px; border: 1px solid #0070c0;">  <p>Tipp: Verwenden Sie in Operations Hub geplante Trigger, um hochgradig personalisierte programmierbare E-Mails wiederkehrend zu versenden. Wenn Sie das Marketingteam einer Immobilienfirma leiten, können Sie z. B. den Mitgliedern Ihres Teams helfen, einen wöchentlichen Newsletter mit einer personalisierten Liste von Immobilien zu versenden. Wenn Sie im Bereich E-Commerce tätig sind, versenden Sie monatlich eine personalisierte Nachricht mit Produktempfehlungen.</p> </div>
<p>Salesforce</p> <p>Software: Marketing Cloud Pro</p> <p>Funktion: Dynamischer Content im Content Builder</p> <p>Preis: €</p>	<p>Im Content Builder ermöglicht der dynamische Content die Anzeige von Inhalten nach Regeln, die auf den Attributen der Abonnierten oder den Spaltenwerten der Datenerweiterung basieren.</p>
<p>Eloqua</p> <p>Software: Eloqua Standard und Oracle Content Marketing Basic Cloud Service</p> <p>Funktion: Dynamischer Content im Design Editor</p> <p>Preis: €€€€</p>	<p>Mittels dynamischem Content können Sie E-Mail-Inhalte erstellen, die sich basierend auf bestimmten Regeln und Bedingungen verändern.</p> <p>So können Sie beispielsweise eine E-Mail auf Basis der Profilingangaben zur Stadt, des Bundeslandes oder der Region des jeweiligen Kontakts mit den Daten des entsprechenden Vertriebsmitarbeitenden ergänzen und die Nachricht so personalisieren.</p>
<p>Marketo</p> <p>Software: Marketo Engage</p> <p>Funktion: Dynamischer Content im Marketing-Insights-Service</p> <p>Preis: €€€</p>	<p>Erstellen Sie eine Segmentierung, um dynamische Inhalte im E-Mail-Editor zu erstellen.</p> <p>Marketo zeigt die folgende Warnung an: „ACHTUNG: Die Anzahl der zulässigen dynamischen Inhaltselemente ist nicht unbegrenzt. Es gibt zwar keine festgelegte Höchstzahl (da sie je nach Inhaltskombination variiert), die übermäßige Verwendung dynamischer Inhalte kann sich aber negativ auf die Performance der E-Mail auswirken. Wir empfehlen, die Anzahl der verwendeten dynamischen Inhaltselemente auf unter 20 pro E-Mail zu beschränken.“</p>
<p>Microsoft Dynamics</p> <p>Software: Dynamics 365 Marketing und Customer Insights</p> <p>Funktion: Dynamischer Content im Marketing-Insights-Service</p> <p>Preis: €€</p>	<p>Dynamischer Content nutzt von Assist Edit erstellte Ausdrücke, um Daten aus dem Kontaktdatenatz des Empfängers zusammenzuführen, spezielle Links zu platzieren und Daten und Links aus den Inhaltseinstellungen hinzuzufügen.</p> <p>Um dynamische Inhalte auf der Grundlage von Bedingungen oder Segmentierungen zu erstellen, ist Code erforderlich.</p>



Unvollständige Marketingdaten führen zu fehlerhafter Entscheidungsfindung und behindern ein nachhaltiges strategisches Wachstum.

Lösung	So funktioniert es
<p>HubSpot</p> <p>Software: Marketing Hub Enterprise</p> <p>Funktion: Multi-Touch-Umsatz-Attribution</p> <p>Preis: €</p>	<p>Wählen Sie aus neun Attribution-Modellen, um Ihr Team für die wichtigsten Momente in der Customer Journey auszuzeichnen – ganz ohne spezielle Analytics-Kenntnisse.</p> <p>Statt nichtssagender Standardberichte ermöglicht es Ihnen die Multi-Touch-Umsatz-Attribution von HubSpot, ganzheitliche Verbesserungsmöglichkeiten zu identifizieren. Sie können jede Interaktion Ihrer Kundschaft mit Ihrer Marke nachverfolgen – ganz gleich, ob sie auf Ihrer Website, in einer benutzerdefinierten App oder auf einem anderen Marketingkanal stattfindet.</p> <p> Tipp: Kombinieren Sie Marketing Hub und Operations Hub, um Ihren Berichterstattungsprozess zu optimieren. Nutzen Sie die erweiterten Optionen für berechnete Felder in Ihren Berichten und verfolgen Sie benutzerdefinierte KPIs wie Datumsdifferenzen (z. B. Zeit bis zum ersten MQL), Zeit bis zur ersten Konversion, Reaktionsquoten auf E-Mail-Kampagnen oder Gewinnspannen.</p>
<p>Salesforce</p> <p>Software: Pardot Plus und Salesforce (beliebige Version)</p> <p>Funktion: B2B Marketing Analytics und Kampagnen-Einfluss</p> <p>Preis: €€€€</p>	<p>Pardot und Salesforce müssen über verbundene Kampagnen integriert werden. In den Salesforce-Einstellungen muss der anpassbare Kampagnen-Einfluss eingerichtet werden.</p> <p>Die Lösung setzt Folgendes voraus:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Salesforce-Leads • Salesforce-Opportunities • Salesforce-Kampagnen und übergeordnete Kampagnen • Pardot-Kampagnen <p>In Salesforce stehen die folgenden Daten zur Verfügung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einfluss der einzelnen Kampagnen, die zum Deal geführt haben • Einfluss der Opportunities auf die Kampagne <p>Pardot verfügt über drei Multi-Touch-Umsatz-Attribution-Modelle im vorkonfigurierten B2B Marketing Analytics-Dashboard: erster Berührungspunkt, gleichmäßige Aufteilung und letzter Berührungspunkt.</p>
<p>Eloqua</p> <p>Software: Eloqua Standard und Oracle Unity</p> <p>Funktion: Intelligence Workbench Editor</p> <p>Preis: €€€€€</p>	<p>Definierte Parameter für ein Data-Science-Modell mit Multi-Touch-Attribution in der Intelligence Workbench von Oracle Unity</p>
<p>Marketo</p> <p>Software: Marketo Engage Select und Bizible</p> <p>Funktion: Marketo Advanced BI Analytics ODER Marketo Performance Insights ODER Bizible</p> <p>Preis: €€€€</p>	<p>Marketo Advanced BI Analytics (€€€€): Nur Modell mit gleichmäßiger Aufteilung</p> <p>Marketo Performance Insights (im Lieferumfang enthalten): Nur Modell mit gleichmäßiger Aufteilung</p> <p>Bizible (€€€€): U-Form, W-Form, Full-Path, benutzerdefiniert, maschinelles Lernen etc.</p>
<p>Microsoft Dynamics</p> <p>Software: Dynamics 365 Marketing und Power BI</p> <p>Funktion: Benutzerdefiniertes Dashboard in Power BI</p> <p>Preis: €€</p>	<p>Keine sofort einsatzbereiten Funktionen, es muss mit einem Power BI-Dashboard ein anpassbares Modell erstellt werden.</p>

Besser und verbundener wachsen

Marketing Hub Enterprise macht's möglich

HubSpot wird im Gartner® Magic Quadrant™ für B2B-Marketing-Automatisierungsplattformen 2022 als führend eingestuft.



Zahlreiche Tools Zusammengewürfelt

Früher benötigten Marketingfachleute mehrere Softwarelösungen, um ihre Wachstumsziele zu erreichen.

Ein Tool Mit Sorgfalt entwickelt

Mit Marketing Hub Enterprise können Sie Ihre Total Cost of Ownership senken, dauerhafte Beziehungen zu Ihrer Kundschaft aufbauen und einen höheren Mehrwert erzielen, während Ihr Unternehmen wächst.

[Mehr erfahren](#)

