

Selecciona las herramientas adecuadas para tu próxima campaña

Tu plataforma de automatización de marketing es crucial para alinear tus campañas. Este documento te ayudará a comparar tres de las herramientas más populares en el mercado: Marketing Hub, Marketo y Pardot

Marketo

HubSpot

Pardot

Manejo de campañas

Marketing Hub

HubSpot alinea ventas y marketing al unificar y democratizar el acceso a los datos de los clientes en una única plataforma. Las herramientas específicas de campaña de HubSpot ayudan a todo el equipo a dirigirse a los clientes y a captarlos de forma fiable con mensajes profundamente personalizados. Los informes a medida y flexibles permiten a los líderes ver lo que está funcionando y tomar decisiones más rápidamente para mejorar las campañas.

Marketo

Marketo utiliza campañas inteligentes como motor del resto de la plataforma de marketing. Las campañas se organizan en torno a tres áreas principales: la lista activa, el flujo y la programación. Las y los usuarios pueden aprovechar el conector entre Salesforce y Marketo o sincronizar ciertos tipos de campañas con Microsoft Dynamics 365 y gestionar sus flujos dentro de Marketo o su CRM de ventas.

Pardot

Pardot incluye la funcionalidad de campaña junto con las características principales de marketing, pero muchos usuarios optan por conectar Pardot con Salesforce y gestionar los dos tipos de campañas de forma paralela. Los administradores pueden optar por organizar las campañas de diferentes maneras al instalar y activar el conector entre Salesforce y Pardot. Una vez está configurado, los usuarios de Pardot y de Salesforce podrán colaborar en campañas, obtener información sobre leads e interactuar con oportunidades calificadas.

Estructura de precios

Marketing Hub

Claridad sobre lo que pagas

Suscripción: 800 USD - 3200 USD al mes por HubSpot Marketing Hub

Contactos: todos los contactos que no son de marketing son gratuitos hasta un límite de 15 millones. Paga solo por contactos de marketing, es decir, las personas a las que quieres dirigirte con emails de marketing y anuncios.

Atención al cliente: email, teléfono y asistencia técnica de la comunidad

[Precios y paquetes completos](#)

Marketo

Habla con un representante de ventas para conocer los precios

Suscripción: cuatro planes disponibles

Contactos: todos los contactos de tu base de datos son acumulativos para alcanzar tu límite. Paga por cada contacto [Fuente](#)

Atención al cliente: apoyo limitado en horarios de oficina; apoyo completo por un monto adicional [Fuente](#)

[Precios y paquetes completos](#)

Pardot

Crea combinaciones

Suscripción: entre 1250 USD y 15.000 USD al mes

Contactos: solo paga por contactos a quienes puedas enviar emails; los contactos por CRM se cobran por separado [Fuente](#)

Atención al cliente: incluye apoyo limitado; apoyo premium, 30% del contrato [Fuente](#)

[Precios y paquetes completos](#)

Información sobre precios consultada el 21 de abril de 2021

Información sobre precios consultada en mayo de 2021

¿Por qué elegir HubSpot?

Ahorra tiempo para tu empresa

Cada vez que preguntamos a las y los usuarios si su plataforma les ahorra tiempo para su empresa u organización, el sí es más común entre quienes usan HubSpot que entre aquellas personas que usan Marketo o Pardot.

¿En qué medida estás de acuerdo con la afirmación «Este producto me hace ahorrar tiempo para mi empresa u organización»? (% de clasificación 9-10)

HubSpot

42%

Marketo

38%

Pardot

40%

Un producto en el que puedes confiar

Las personas que usan HubSpot tienden más a pensar que su plataforma es un producto confiable:

¿En qué medida estás de acuerdo con la afirmación «Puedo confiar en este producto»? (% de clasificación 9-10)

HubSpot

44%

Marketo

41%

Pardot

39%

El poder de la permanencia

Al preguntar a los usuarios de HubSpot si piensan cambiar de producto en los próximos tres años, se puede ver que son menos propensos a buscar otras opciones:

¿Cuáles son las probabilidades de que cambies a un producto de automatización de marketing diferente en los próximos 3 años? (% de clasificación 9-10)

HubSpot

20%

Marketo

22%

Pardot

29%

La alternativa preferida

Entre las empresas que cambiarían de plataforma de marketing en los próximos tres años, HubSpot fue la opción preferida:

¿A cuál de los siguientes productos te cambiarías?

	Usuarios de Marketo	Usuarios de Pardot
Cambio a HubSpot	40%	36%
Cambio a Marketo	—	33%
Cambio a Pardot	27%	—

* Esta información se basa en los resultados de una encuesta externa financiada por HubSpot. Participó un total de 2014 personas calificadas, entre ellas 1424 en EE. UU. y 590 en Canadá. Para responder a la encuesta, era necesario tener entre 18 y 65 años, ser responsable de la toma de decisiones sobre software y ser usuario activo de un software de ventas/CRM, marketing, atención al cliente, CMS o iPaaS (plataforma de integración como servicio), incluido al menos uno de un conjunto específico de marcas.

El trabajo de campo se realizó del 10 de diciembre de 2020 al 12 de enero de 2021. Muestra de HubSpot = 300; muestra de Marketo = 169; muestra de Pardot = 136

Qué opina la clientela



Leader

Enterprise

SPRING

2021



Top 50

Enterprise Products

BEST SOFTWARE AWARDS

2021



Best Usability

Enterprise

SPRING

2021

