



Marketing Hub Enterprise

# Weniger Aufwand beim Beurteilen von Software. Mehr Zeit für Kundenerlebnisse, die begeistern.

HubSpot wird im Gartner® Magic Quadrant™  
für B2B-Marketing-Automatisierungsplattformen  
2021 als führend eingestuft.

[Mehr erfahren](#)



# Inhalt

- 03 Herausforderungen im Marketing
- 04 Die Vorteile von Marketing Hub Enterprise
- 06 Wichtigste Funktionen
- 09 Fallstudien
- 11 Erfahrungsberichte von Kundinnen und Kunden
- 13 Return on Investment



# Herausforderungen im Marketing

Schon einmal eine Marketing-E-Mail erhalten, die mit „[VORNAME]“ anfing? Oder das Gefühl gehabt, mit irrelevanten Inhalten bombardiert zu werden?



Im Kundenmanagement sind es oft die Feinheiten, die den Ausschlag geben.

Und angesichts der zahlreichen Kanäle, die Marketingfachleute heutzutage jonglieren müssen, **war es noch nie so kompliziert, Kundinnen und Kunden nachhaltig zu begeistern.**

## Wie hat der Markt darauf reagiert?

Mit neuen punktuellen Lösungen, die einzelne Probleme beheben, aber auch neue Silos schaffen.

Was haben diese Tools gemeinsam? Einen schwierigen Kompromiss:

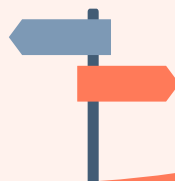
Sie optimieren das Kundenerlebnis, aber benötigen länger für die Kampagnenerstellung.

oder

Sie nehmen hin, dass die Lösung ihre Grenzen hat und das Kundenerlebnis beeinträchtigt ist.

Die Optionen für wachsende Teams in Sachen Marketingsoftware waren also nicht gerade vielversprechend.

Die meisten herkömmlichen Tools sind entweder **leistungsstark** oder **benutzerfreundlich**.



Für fortschrittliche Teams, die fortschrittliche Erlebnisse anbieten möchten, gab es bisher keine Möglichkeit, das „**entweder oder**“ durch ein „**sowohl als auch**“ zu ersetzen.

# Die Vorteile von Marketing Hub Enterprise

## Leistungsstark und benutzerfreundlich.

Anpassbar, ohne kompliziert zu sein. Eine Lösung, die Möglichkeiten schafft.

Unabhängig davon, wie komplex Ihr Unternehmen, Ihre Daten oder Ihre Kampagnen sind: Es war noch nie so einfach, Ihre Kundinnen und Kunden zu begeistern.

**Marketing Hub Enterprise beweist, dass leistungsstarke Marketingsoftware nicht komplex sein muss.**



## Für effektives Wachstum entwickelt

Unternehmen, die Marketing Hub Enterprise nutzen, lösen komplexe Herausforderungen, die verschiedenste Branchen betreffen.

Problem	Lösung	Ergebnis	Damit gelingt es
Es wird immer schwieriger, die Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu erringen.	 <b>Stärkere Personalisierung</b>	Personalisierte, anspruchsvolle Marketingerlebnisse über alle Kanäle hinweg  Verbesserte Interaktion mit Kundinnen und Kunden sowie eine beschleunigte Buyer's Journey  Engere, relevantere Beziehungen, die Interessenten sowie Kundinnen und Kunden wirklich begeistern	<ul style="list-style-type: none"><li>• Programmierbare E-Mail-Inhalte</li><li>• Workflows</li><li>• Benutzerdefinierte verhaltensorientierte Events</li><li>• Benutzerdefinierte Objekte</li><li>• HubDB</li></ul>

Problem	Lösung	Ergebnis	Damit gelingt es
<p>Die besten Marketingstrategien basieren auf Kundendaten und lassen sich durch Reporting optimieren.</p> <p>Aber was, wenn wichtige Kundendaten vom Rest Ihrer Marketingdaten isoliert sind?</p> <p>Das macht es Marketingfachleuten schwierig, ihren Erfolg nachzuweisen.</p>	 <p><b>Erweiterte Berichterstattung</b></p>	<p>Alle Ihre Marketinginteraktions- und Kundendaten stehen – über alle Kanäle hinweg – zentral zur Verfügung.</p> <p>Sie können den Erfolg von Marketingmaßnahmen während der gesamten Customer Journey messen und zuordnen.</p> <p>Erfolgsnachweise gewährleisten, dass Ihr Team die Anerkennung bekommt, die es verdient.</p> <p>Erkenntnisse ermöglichen die kontinuierliche Verbesserung Ihrer Strategie.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Multi-Touch-Umsatz-Attribution und Attribution der Dealerstellung</li> <li>• Benutzerdefinierter Berichtdesigner</li> <li>• Benutzerdefinierte Objekte</li> </ul>
<p>Je komplexer Ihre Organisation, Ihre Tools und Ihre Systeme sind, desto schwieriger wird es, überzeugendes Marketing zu liefern.</p>	 <p><b>Erweiterte Konfiguration</b></p>	<p>Nutzen Sie die Fähigkeit, Ihre Marketingautomatisierungssoftware an Ihre individuellen Unternehmensanforderungen anzupassen (statt andersherum).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmensbereiche (Add-on)</li> <li>• Salesforce-Integration</li> <li>• Benutzerdefinierte verhaltensorientierte Events</li> <li>• Benutzerdefinierte Objekte</li> <li>• Benutzerdefinierte Objekte</li> </ul>
<p>Schnelles Wachstum erschwert es manchmal, allen Mitgliedern Ihres Teams genau den Zugriff zu geben, den sie für ihre Arbeit benötigen.</p> <p>Noch nie war es so kompliziert – und so wichtig – alle Ihre Kontaktpunkte über Teams und Systeme hinweg miteinander zu verbinden.</p>	 <p><b>Erweiterter Datenschutz, bessere Sicherheit und Kontrolle</b></p>	<p>Ihr Unternehmen basiert auf Vertrauen. Und Ihre Kundinnen und Kunden, Teammitglieder, Partner und Interessengruppen wissen das.</p> <p>Dank fachkundig gesicherter Kundendaten müssen Sie keine strengen Richtlinien für Ihre Teams aufstellen.</p> <p>Sie brauchen sich keine Gedanken zum Thema Compliance zu machen.</p> <p>Sie haben mehr Zeit, um Ihre Kundinnen und Kunden zu begeistern.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gliederung</li> <li>• Kontrolle</li> <li>• Single-Sign-On (SSO)</li> <li>• Zwei-Faktor-Authentifizierung (2FA)</li> <li>• Hierarchische Teamstrukturen</li> <li>• Benutzerdefinierte Objekte</li> </ul>



# Funktionen für herausragende Kundenerlebnisse

## 1. Benutzerdefinierte verhaltensorientierte Events



### Was Sie tun können:

Verfolgen Sie individuelle Interaktionen, die für Ihr Unternehmen typisch sind und die eindeutig darauf hinweisen, dass Interessierte bereit für den nächsten Schritt ihrer Kaufentscheidung sind.

Mit den verhaltensorientierten Events der Marketingautomatisierungsplattform können Sie Targeting und Personalisierung weiter verbessern.

### Warum das so wichtig ist:

Ohne solche benutzerdefinierten Events ist Ihr Team auf einfache Kanäle (z. B. E-Mail-Aktivitäten, Seitenaufrufe und Formulareinsendungen) beschränkt, um Workflows auslösen zu können.

Mit mehr Eventdaten können Sie fortschrittlichere Marketingtaktiken nutzen, während Sie Ihre Strategie weiterentwickeln.

### Anwendungsfälle:

Nutzen Sie eine **webbasierte Anwendung**? Richten Sie gezielte Upgradekampagnen (von kostenlos zu kostenpflichtig) auf Grundlage der Anwendungsnutzung ein. Oder starten Sie eine Adoptionskampagne für Kundinnen und Kunden, die sich innerhalb von 30 Tagen nicht angemeldet haben.

Nutzen Sie einen **interaktiven Preiskalkulator**? Erstellen Sie gezielte Kampagnen basierend auf Daten bekannter Kontakte.

Gibt es auf Ihrer Website **ein umfangreiches Formular**? Nutzen Sie Erkenntnisse über die Abschlussquote, um gezielte Kampagnen für bekannte Kontakte durchzuführen.

### Marketing Hub Professional

Mit Marketing Hub Professional können Sie Formulareingaben, Seitenaufrufe und aggregierte Websitekennzahlen verfolgen, um einen umfassenden Überblick über die Customer Journey zu erhalten.

vs.

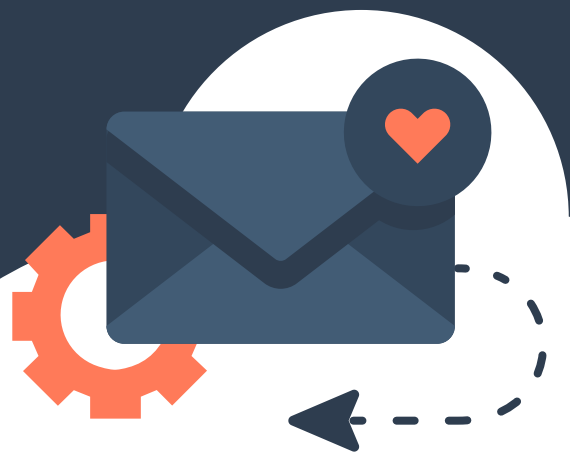
### Marketing Hub Enterprise

Mit Marketing Hub Enterprise können Sie *zusätzlich* Folgendes tun:

- Bestimmte Klicks verfolgen (z. B. wenn jemand auf ein Produktsymbol klickt, aber kein Formular ausfüllt)
- Produktnutzungsdaten verfolgen (z. B. wenn jemand sich in Ihrer kostenlosen App anmeldet oder einen Upgradepunkt in der App erreicht)

# Funktionen für herausragende Kundenerlebnisse

## 2. Programmierbare E-Mail-Inhalte



### Was Sie tun können:

Senden Sie Ihrer Kundschaft hochgradig personalisierte E-Mails mit relevanten Inhalten, die zu ihren individuellen Anforderungen und Interessen passen. Erhöhen Sie die Öffnungs-, Klick- und Konversionsraten.

Erstellen Sie eine E-Mail-Vorlage, die benutzerdefinierte bedingte Logik nutzt, um jedem Kontakt in Ihrer Liste eine individuelle Version zu senden. Personalisieren Sie Inhalte in großem Umfang.

### Warum das so wichtig ist:

Wenn Sie über einen großen und vielfältigen Kundenstamm verfügen, ist eine Personalisierung von Inhalten – über die Personalisierung von Personennamen und Firmennamen hinaus – fast unmöglich. Mit programmierbaren E-Mail-Inhalten ist das jetzt (wesentlich) einfacher.

### Anwendungsfälle:

Sie arbeiten im Marketingteam eines nationalen Immobilienunternehmens und möchten Ihren Kontakten jeden Monat **maßgeschneiderte Immobilienangebote** auf der Grundlage von Kriterien wie bevorzugte Lage, Anzahl der Schlafzimmer und Budget senden.

Mit programmierbaren E-Mail-Inhalten können Sie eine einzige E-Mail erstellen, die dann die gespeicherten Informationen nutzt, um Links und

Fotos von Häusern und Wohnungen in den Zielgebieten der Empfangspersonen dynamisch anzupassen.

Was Ihre Kundinnen und Kunden davon haben? **Sie erhalten hochgradig relevante Informationen, die auf einer endlosen Kombination von benutzerdefinierten Kriterien basieren.** Was haben Sie davon? **Sie müssen nur eine E-Mail-Vorlage pflegen.**

### Marketing Hub Professional

Mit Marketing Hub Professional erhalten Sie einen besseren Überblick über die Customer Journey, indem Sie Ihre CRM- und Marketinginteraktionsdaten zentral zusammenführen.

Außerdem können Sie:

- Inhalte mit Marketingautomatisierung dank zuverlässiger Daten personalisieren und
- anhand vordefinierter, leistungsstarker Analytics herausfinden, welche Maßnahmen erfolgreich sind, und so Ihre Strategie optimieren.

vs.

### Marketing Hub Enterprise

Mit Marketing Hub Enterprise können Sie auf große Datenmengen zurückgreifen, die in einem benutzerdefinierten Objekt gespeichert sind, und diese mühelos in eine anpassbare Vorlage einfügen – ohne die Notwendigkeit mehrerer Vorlagen für die jeweiligen Zielgruppen.

# Funktionen für herausragende Kundenerlebnisse

## 3. Multi-Touch-Umsatz-Attribution



### Was Sie tun können:

Setzen Sie jede Kundeninteraktion automatisch mit einem Umsatz in Beziehung. So erhalten Sie statt unbrauchbarer Kennzahlen eine ganz konkrete Grundlage für Ihre strategischen Entscheidungen.

Sichern Sie sich Ressourcen, Personal und Budget auf der Grundlage der Erfolge, die Sie erzielen. Profitieren Sie von einem Tool, für das Sie kein spezifisches Know-how benötigen.

### Warum das so wichtig ist:

Hatten Sie schon einmal das Gefühl, dass die Hälfte Ihres Marketingbudgets umsonst ausgegeben wurde – aber Sie wissen nicht, welche Hälfte?

Multi-Touch-Revenue-Attribution hilft Ihnen nicht nur, fundiertere Entscheidungen zu treffen; sie ermöglicht Ihnen auch, Ihrem Team die Anerkennung zu geben, die es verdient.

### Anwendungsfälle:

Nutzen Sie zur Budgetplanung das **Revenue-Attribution-Tracking**, um die leistungsstärksten Kanäle zu finanzieren und Ihre Strategie für andere Kanäle zu optimieren.

Haben Sie es satt, ständig zwischen verschiedenen Quellen hin- und herzuwechseln, um herauszufinden, wie viele Leads, Abschlüsse und Umsätze eine bestimmte Kampagne generiert hat? Mit Marketing Hub Enterprise sind **alle drei Multi-Touch-Attribution-Berichte direkt in jede einzelne Kampagne integriert**.

### Marketing Hub Professional

Mit Marketing Hub Professional können Sie auf wichtige Kennzahlen zugreifen – einschließlich des gesamten Traffics, der Leads, Opportunities/ Deals und des Vertriebsumsatzes.

Zudem können Sie Ihre CRM- und Marketinginteraktionsdaten mithilfe des benutzerdefinierten Berichtdesigners verknüpfen – und so Ihre Teams dank anpassbarer Dashboards beim Erreichen der gemeinsamen Ziele zu unterstützen.

vs.

### Marketing Hub Enterprise

Mit Marketing Hub Enterprise können Sie aus sieben Attributionsmodellen wählen, um Ihr Team für die wichtigsten Momente in der Customer Journey auszuzeichnen – ganz ohne spezielle Analytics-Kenntnisse.

Statt einfacher Standardberichte (z. B. darüber, welche Landingpage die meisten Leads generiert hat) ermöglicht Marketing Hub Enterprise die Identifizierung ganzheitlicher Verbesserungsmöglichkeiten. Was bringt mehr Umsatz: Social Media oder Pay-per-Click? Was führt zu mehr Verkaufsabschlüssen: Content-Engagement per Website oder E-Mail?

Sie können jede Interaktion Ihrer Kundinnen und Kunden mit Ihrer Marke nachverfolgen – ganz gleich, ob sie auf Ihrer Website, in einer benutzerdefinierten App oder auf einem anderen Marketingkanal stattfindet.



# Fallstudien

## Unternehmen: Momentive

Zuvor verwendetes System: Marketo

### Grund für den Wechsel

- Zwei neue Akquisitionen
- Zusammenführung von drei Marketingteams in einer leistungsstarken Plattform
- Mangelhafte Integration mit Drittanbieteranwendungen
- Lange Zeit bis zur Leadgenerierung
- Ein unübersichtliches und ineffizientes veraltetes System (mehr als 200 Websiteformulare mit über 120 Formularfeldern und 20 automatisierten „Prozessen“ zur Leadqualifizierung, noch dazu mit uneinheitlichen Benennungskonzepten)

### Mit HubSpot erreichte Ziele

- 90 % weniger Prozesse zur Leadqualifizierung
- 90 % weniger Websiteformulare und Formularfelder/-werte
- 96 % kürzere Zeitspanne bis zur Leadgenerierung

[Mehr erfahren →](#)

## Unternehmen: SANDOW Design Group

Zuvor verwendetes System: Salesforce Marketing Cloud

### Grund für den Wechsel

- Brauchte ein Entwicklerteam, um Workflows und Landing-Pages zu erstellen
- Zu langsame Interaktion mit Leads
- Verfügte weder über detaillierte Einblicke noch ein Gesamtbild der Leads
- Anforderungen der vier B2B-Marken und mehrerer Unternehmensbereiche wurden nicht erfüllt (musste überzeugende Kampagnen erstellen und die Generierung neuer Leads optimieren)

### Mit HubSpot erreichte Ziele

- 97 % weniger Zeitaufwand bei der Erstellung von Kampagnen
- 30 % Zunahme bei der Anzahl der B2B-E-Mail-Abonnements
- Tausende gesparte Euro

[Mehr erfahren →](#)

## Unternehmen: Quadrotech

Zuvor verwendetes System: ActiveCampaign

### Grund für den Wechsel

- Probleme, Kampagnen effizient einzurichten
- Fehlende zuverlässige Kundeninformationen
- Mangelnde Abstimmung von Marketing und Vertrieb
- Konnte keine aussagekräftigen Kennzahlen verfolgen
- (automatisch oder manuell)

### Mit HubSpot erreichte Ziele

- 20-30 implementierte Lead-Nurturing-Workflows und automatisierte Leadbewertung
- 175 % mehr Website-Conversions
- 5-mal mehr Conversions nach organischer Suche

[Mehr erfahren →](#)

## Unternehmen: Allied Wire and Cable

Zuvor verwendetes System: Pardot

### Grund für den Wechsel

- Musste Pardot und fünf weitere Marketingtools verwenden
- Kampagnenleistung ließ sich nicht systemübergreifend verfolgen
- Konnte Kampagnen weder effektiv starten noch optimieren und keine Leads pflegen
- Wollte den Umsatz mithilfe zeitlich abgestimmter und personalisierter Inhalte steigern

### Mit HubSpot erreichte Ziele

- **50 %** höhere Kundenzufriedenheit
- **6-mal** höhere Öffnungsrate bei E-Mails
- **9-mal** höhere durch Marketingmaßnahmen erzielte Umsätze

[Mehr erfahren →](#)

## Unternehmen: SNP

Zuvor verwendetes System: Eloqua

### Grund für den Wechsel

- Übermäßig komplizierte Plattform für die Marketingautomatisierung
- Erheblicher Zeitverlust, da Lead-Pflege manuell erfolgen musste
- Keine Möglichkeit, Kontaktpunkte zu automatisieren und zu personalisieren (und Interessenten über die gesamte Pipeline zu pflegen)

### Mit HubSpot erreichte Ziele

- **2-mal** mehr Umsatz
- **69-mal** mehr Leads
- **10-mal** mehr organischer Traffic

[Mehr erfahren →](#)

## Unternehmen: Sandler Training

Zuvor verwendetes System: eine Kombination aus sechs verschiedenen Tools

### Grund für den Wechsel

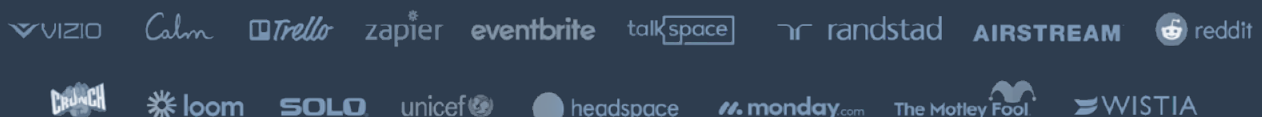
- Widerstand bei der Aktivitätsprotokollierung
- Mangelnde Benutzerakzeptanz
- Unvollständige Daten
- Begrenzte Einblicke
- Entscheidungen ohne Datengrundlage
- Unfähigkeit, das eigene Qualitätsversprechen einzuhalten

### Mit HubSpot erreichte Ziele

- **40 %** höhere Nutzerprotokollierung
- **Ein** vollzeitbeschäftigtes Teammitglied kann nun andere Aufgaben übernehmen
- **1/3** der Zeit für die Implementierung von Marketing Hub Enterprise im Vergleich zu älteren Tools

[Mehr erfahren →](#)

### Diese Unternehmen vertrauen uns



# Erfahrungsberichte von Kundinnen und Kunden



Die leistungsstärkste Marketingautomatisierungstechnologie, die derzeit erhältlich ist.



„Über 100.000 Unternehmen weltweit nutzen Monday.com als Arbeitsbetriebssystem. **Dank HubSpot konnten wir unser Wachstum immens steigern.** Wir können potenziellen und bestehenden Kunden und Kundinnen ansprechende Inhalte zukommen lassen, die wir je nach Branche und Persona segmentiert und personalisiert versenden.“

**Oren Ezra**  
Head of Enterprise Marketing bei Monday.com



„Ein großer Vorteil von HubSpot ist die native Integration zwischen CRM-System und Marketingtools. Die Tools sind skalierbar und benutzerfreundlich und bieten die leistungsstärkste Marketingautomatisierungstechnologie, die derzeit erhältlich ist.“

**Kundenrezension (Enterprise)**  
G2, Juli 2018



„Mehr als 335.000 Unternehmen und Organisationen weltweit nutzen die Produkte und Unternehmenslösungen von Momentive (ehemals SurveyMonkey). Und da wir unsere Produkte auch weiterhin an die führenden Unternehmen der Welt verkaufen wollen, brauchen wir effiziente Lösungen, die Vertrieb und Marketing reibungslos nutzen können.“

Mit Marketing Hub Enterprise kann man problemlos teamübergreifend zusammenarbeiten – und das alles über eine einzige benutzerfreundliche Plattform. Dadurch ist es möglich, **globale Kampagnen zügig zu starten**, ausgefeilte Workflows aufrechtzuerhalten und die Performance kontinuierlich zu optimieren. Das ist schon beeindruckend. Und natürlich auch benutzerfreundlich. So **ermöglichen wir es Unternehmen und Organisationen auf der ganzen Welt, das Feedback von Kunden und Kundinnen umzusetzen.**“

**Leela Srinivasan**  
Chief Marketing Officer bei Momentive



„HubSpot ist nicht einfach nur ein Marketingtool. **Es ist eine Plattform, die ein gesamtes Unternehmen verändern kann** - weil damit Kundinnen und Kunden in den Mittelpunkt von Marketing, Vertrieb und Kundenservice rücken. Das ist es, was HubSpot einzigartig macht - und warum ich so begeistert von dem Unternehmen bin.“

**Mark McCarthy**  
Director of Marketing bei Katapult



„Durch den Wechsel zu Marketing Hub Enterprise konnten wir alle unseren bestehenden und durch Übernahmen neu hinzugekommenen Teams im Bereich Marketing Operations als eine Organisation in einem System zusammenbringen, mit denselben Prozessen und Daten. Nicht nur technologisch sind **wir jetzt besser aufeinander abgestimmt.**“

**Elizabeth Archer**  
Senior Manager für Marketing Operations bei Momentive



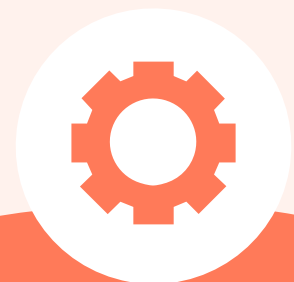
„Unsere Marketingabteilung war immer in die gängigen Rollen aufgeteilt. Wir haben ein Designteam, ein SEO-Team, Content-Autorinnen und Autoren, Marketingstrateginnen und -strategen sowie PPC-Spezialistinnen und -Spezialisten. **Dank HubSpot sind wir jetzt alle echte Marketingprofis.**

Eine Kampagne, für die früher vier verschiedene Teammitglieder und sechs webbasierte Tools erforderlich waren, kann mit HubSpot von einer Person umgesetzt werden. **Dieses Maß an operativer Effizienz ist einfach unglaublich.** Ich finde es toll, dass ich einfach nur das HubSpot-Dashboard öffnen muss und direkt sehen kann, dass unsere Automatisierung ausgeführt wurde und wir 50 verschiedene E-Mails an 50.000 Personen verschickt haben, ohne einen Finger zu rühren. Mit Pardot hingegen habe ich beim Öffnen des Dashboards nur gesehen, welche Sachen schiefgelaufen sind.“

**Chris Gefvert**  
Director of Marketing and eCommerce bei Allied Wire and Cable



Eine Plattform, die **ein gesamtes Unternehmen verändern kann.**



# Return on Investment

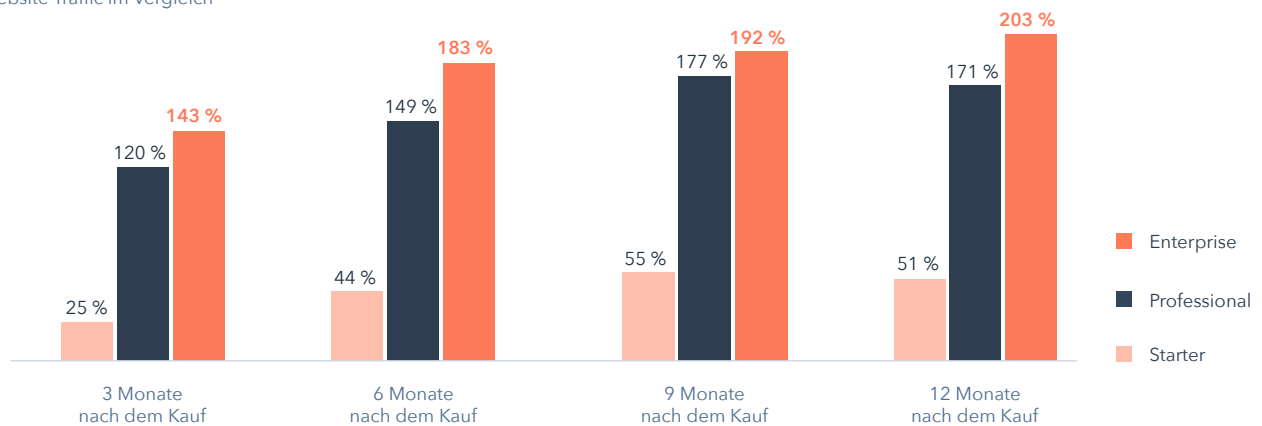
## ROI-Bericht von 2021 zur CRM-Plattform von HubSpot

### Entwicklung des Webseitetraffics nach Produkt

#### Marketing Hub

Alle Unternehmen mit Marketing Hub verzeichnen ein Jahr nach dem Kauf mehr als **50 %** mehr Traffic als zuvor - **bei Nutzenden der Enterprise-Version fällt der Anstieg allerdings am stärksten aus.**

Website-Traffic im Vergleich



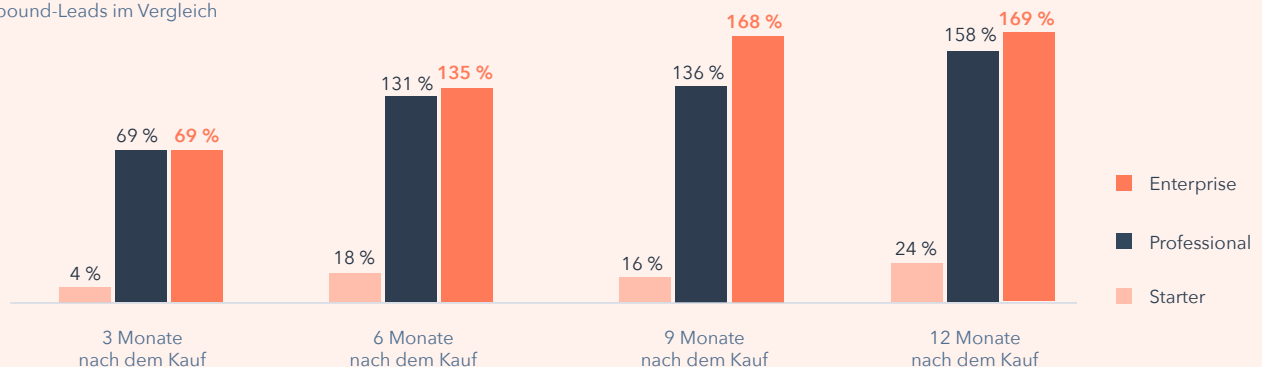
Diese Erkenntnisse basieren auf Daten zum Gesamtvolumen des monatlichen Webseitetraffics von HubSpot-Kundinnen und -Kunden, die im Zeitraum zwischen Januar 2019 und September 2021 mindestens 12 Monate lang entweder Marketing Hub Starter (n = 13.105), Marketing Hub Professional (n = 8.582) oder Marketing Hub Enterprise (n = 1.215) nutzen.

### Inbound-Leads nach Produkt

#### Marketing Hub

Alle Unternehmen mit Marketing Hub verzeichnen ein Jahr nach dem Kauf mehr Inbound-Leads als zuvor - **bei Nutzenden der Enterprise-Version fällt der Anstieg mit 169 % am stärksten aus.**

Inbound-Leads im Vergleich



Diese Erkenntnisse basieren auf Daten aus allen monatlichen Formulareinsendungen von HubSpot-Kundinnen und -Kunden, die im Zeitraum zwischen Januar 2019 und Oktober 2021 mindestens 12 Monate lang entweder Marketing Hub Starter (n = 14.777), Marketing Hub Professional (n = 9.367) oder Marketing Hub Enterprise (n = 1.327) nutzen.

## Abgeschlossene Deals seit Kauf

Unternehmen mit Marketing Hub Enterprise

Unternehmen, die Marketing Hub Enterprise nutzen, verzeichnen eine Zunahme der erfolgreich abgeschlossenen Deals nach sechs Monaten (**um 245 %**), neun Monaten (**um 295 %**) und zwölf Monaten (**um 331 %**).\*



Abgeschlossenen Deals im Vergleich zur Benchmark

**0 %**  
1-3 Monate  
nach dem Kauf

**+245 %**  
6 Monate  
nach dem Kauf

**+295 %**  
9 Monate  
nach dem Kauf

**+331 %**  
12 Monate  
nach dem Kauf

Diese Erkenntnisse basieren auf Daten zum Gesamtvolumen der Geschäftsabschlüsse von HubSpot-Kundinnen und -Kunden, die im Zeitraum zwischen Januar 2019 und Dezember 2021 mindestens 12 Monate lang Marketing Hub Enterprise (n = 1.000) nutzten.

\* Quelle: Kundenergebnisdaten, Juli 2021

Entdecken Sie mit Marketing Hub Enterprise, wo Leistungsfähigkeit und Benutzerfreundlichkeit aufeinandertreffen.

Mehr erfahren