



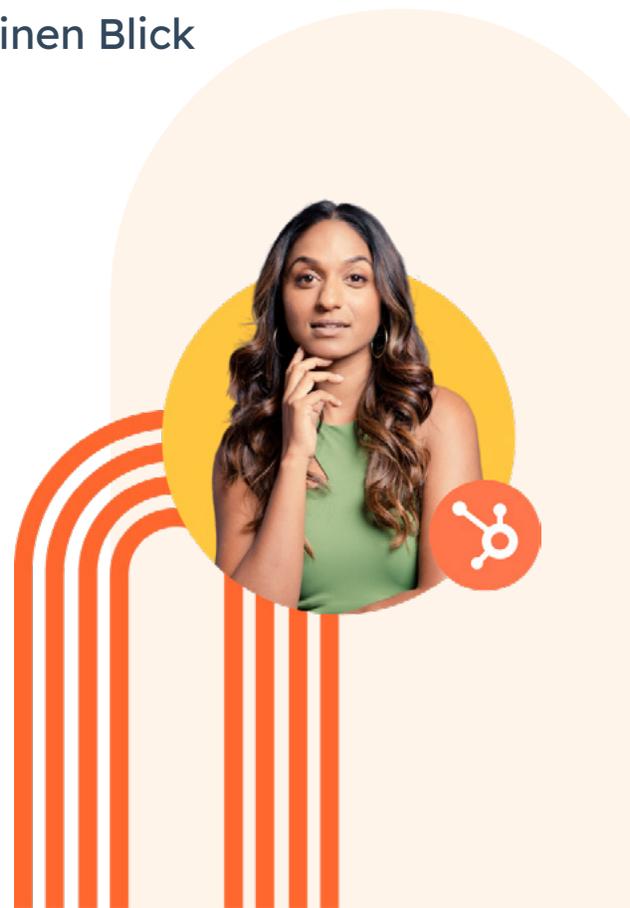
Solutions Partner Program

Stufen und Vorteile 2023



Inhaltsverzeichnis

- 2 Willkommen beim HubSpot-Partnerprogramm
- 3 Programm und Stufensystem im Überblick
- 4 Programm-Updates 2023
- 7 Anforderungen für die einzelnen Stufen
- 9 Die Vorteile des Programms auf einen Blick
- 12 Alle Vorteile im Detail
- 22 Hilfreiche Links





Willkommen beim HubSpot- Partnerprogramm

Willkommen beim Solutions Partner Program von HubSpot, einer ebenso vielfältigen wie umfangreichen Community aus Partnern und Providern, die Millionen von Kundinnen und Kunden auf ihrem Weg zu einem erfolgreichen Wachstum mit HubSpot begleiten.

Das HubSpot-Partnerprogramm hat seit seiner Einführung vor mehr als zehn Jahren eine wichtige Rolle bei der Unterstützung von wachsenden Unternehmen gespielt. Innerhalb des Partnernetzwerks finden Sie mittlerweile einzigartiges technisches Fachwissen, umfassende Branchenexpertise und Kenntnisse rund um die Betreuung individueller Kundschaft. Unsere gemeinsamen Kundinnen und Kunden meistern derzeit einige makroökonomische Herausforderungen – und als vertrauenswürdige Partner sind Sie optimal aufgestellt, um ihnen die Services und Lösungen zu bieten, die sie für ein nachhaltiges Wachstum benötigen.

In diesem Leitfaden werden die zahlreichen Ressourcen aufgeführt, die Sie dabei unterstützen, mit Ihrer Kundschaft in Kontakt zu treten, nachhaltige Beziehungen aufzubauen sowie sich als erfahrenes und qualifiziertes Partnerunternehmen hervorzutun. Außerdem erfahren Sie mehr über die Vorteile der einzelnen Programmstufen.

Solutions Partner tragen entscheidend dazu bei, das Unternehmenswachstum von HubSpot und unserer gemeinsamen Kundschaft voranzutreiben. Ich bin gespannt darauf, was wir in diesem Jahr gemeinsam erreichen werden, und bedanke mich herzlich für die Zusammenarbeit und Partnerschaft mit Ihnen.

Brian Garvey

VP, Solutions Partner Program

Programm und Stufensystem im Überblick

Mit Ihrem Beitritt zum Solutions Partner Program haben Sie den Grundstein für engere Beziehungen zu Ihren Kundinnen und Kunden sowie eine neue Phase des Wachstums für Ihr Team gelegt. Zusätzlich zu einer Provision für alle Neukundinnen und Neukunden, die Sie für HubSpot gewinnen, bieten wir unseren Partnern außerdem auch verschiedene exklusive Vorteile, die je nach Stufe variieren.

Das Programm umfasst verschiedene Stufen – angefangen bei der Gold-Stufe bis hin zu unserer höchsten Auszeichnung, der Elite-Stufe. Ihre Einstufung erfolgt dabei basierend auf den Ergebnissen, die Sie mit den Produkten von HubSpot für Ihre Kundinnen und Kunden erzielen. Ihre Stufe markiert also zum einen Ihren persönlichen Fortschritt im Programm. Zum anderen bietet sie Ihnen aber auch eine effektive Möglichkeit, sich von Ihren Wettbewerbern abzuheben.

Grundsätzlich können Sie entweder als Solutions Partner oder Solutions Provider am Programm teilnehmen. Als Solutions Provider können Sie ohne große Verpflichtungen unsere Produkte und die zugehörigen Services vertreiben. An Solutions Partner stellen wir dagegen gewisse Anforderungen. Im Gegenzug dazu bieten wir ihnen aber auch zusätzliche Vorteile.

Beachten Sie, dass nur *Solutions Partner* mit gültiger Partnerzertifizierung an unserem Stufenprogramm teilnehmen können. Als primäre Kriterien für Ihre Einstufung gelten die Volumen Ihrer gewonnen Deals und Ihre fortlaufend erzielten Umsätze. Konkret werden dabei Ihre monatlich wiederkehrenden Umsätze (MRR) aus verkauften und verwalteten HubSpot-Portalen herangezogen. In Ihrem [Partneraccount](#) können Sie Ihren Fortschritt in unserem Stufensystem genau nachverfolgen.

Die einzelnen Stufen geben Ihnen Aufschluss darüber, wie Sie sich als HubSpot-Partner weiterentwickeln konnten und in welchem Umfang Sie die Produkte und Services von HubSpot vertreiben. Über Ihre spezifischen Kompetenzen bzw. Ihr Angebot sagen sie aber nichts aus. Dazu dienen zum Beispiel das HubSpot Solutions-Anbieterverzeichnis und unsere Partnerzertifizierungen, auf die an anderer Stelle in diesem Leitfaden noch ausführlicher eingegangen wird.

Programm-Updates 2023

Akkreditierungen

Die Produktangebote und das Ecosystem von HubSpot werden immer komplexer. Somit sind auch HubSpot und die HubSpot-Kundschaft zunehmend auf spezialisierte Partner angewiesen, um Projekte umzusetzen. [HubSpot-Akkreditierungen](#) eignen sich für Solutions Partner, die auf höchstem Niveau in Bezug auf Qualität, Service und strategische Erkenntnisse zum Erfolg von HubSpot-Kundschaft beitragen.

Die Unternehmen müssen nachweisen, dass sie über das nötige Fachwissen, die Kapazitäten und die praktische Erfahrung verfügen, um ihre Kundinnen und Kunden mit komplexen technischen und geschäftlichen Anforderungen zu unterstützen. Akkreditierungen sind schwieriger zu erlangen als Zertifizierungen – sie umfassen bestimmte Voraussetzungen und die Prüfung beinhaltet oft eine praktische Komponente, wie zum Beispiel ein Rollenspiel.

Provisionen

Ab dem 1. April 2023 erhalten HubSpot Solutions Partner drei Jahre lang eine Umsatzbeteiligung von 20 % auf den Wert des laufenden Abonnements der vertriebenen Produkte, die ab diesem Datum verkauft werden. Wenn Kundinnen und Kunden nach weniger als drei Jahren abwandern, entfällt die Umsatzbeteiligung.

Für qualifizierte Transaktionen, die vor dem 1. April 2023 getätigt werden, bezahlt HubSpot bis zum 1. April 2025 20 % Provision – unabhängig davon, ob Partner die Kundschaft verwalten oder nicht. Ab dem 1. April 2025 können Partner weiterhin eine Provision in Höhe von 20 % für bestehende Deals verdienen, solange sie Gutschriften für monatlich wiederkehrenden Umsatz aus verwalteten Portalen für diese Accounts erhalten.

Außerdem gibt es für Partner und Deals, die bestimmte Kriterien erfüllen, ein neues optionales Programm namens Upmarket Referral Program. Ab dem 17. Februar 2023 können alle teilnahmeberechtigten Platinum-, Diamond- oder Elite-Partner ein Jahr lang 10 % Provision für qualifizierende Deals erhalten. Im Folgenden führen wir die Voraussetzungen für dieses Programm und den Erhalt von Provisionen auf:

Partner-Qualifizierung für das Upmarket Referral Program

- Platinum-, Diamond- oder Elite-Stufe
- Für CRM-Implementierungen akkreditierte Partner

Deal-Qualifizierung für das Upmarket Referral Program

- Neukundschaft bei HubSpot
- Erwerb von Neuabonnements der Professional- oder Enterprise-Version
- Einzelnes Produkt im Wert von mind. 5.000 US-Dollar oder mehrere Produkte im Wert von mind. 3.000 US-Dollar
- Nachweis der Beteiligung von der Kundin / dem Kunden unterzeichnet

MRR aus verwalteten Portalen

Da anrechenbare Aktivitäten als aktives Interagieren definiert sind, qualifizieren Workflowtrigger ab dem 3. April 2023 nicht mehr für MRR-Gutschriften aus verwalteten Portalen. Außerdem verkürzt HubSpot ab dem 3. April das Zeitfenster, nach dem Accounts, mit denen Partner nicht mehr aktiv zusammenarbeiten, entfernt werden – und zwar von 90 auf 60 Tage. Des Weiteren wird der monatlich wiederkehrende Umsatz aus verwalteten Portalen jetzt nach Echtzeitdaten berechnet. Dadurch gibt es keine Verzögerung mehr zwischen der Aktion eines Partners in einem Kundenportal und der Anrechnung. Ihre MRR-Gutschriften für Partneraktivitäten werden sofort auf dem Partner-Dashboard angezeigt. In Zukunft werden wir die Kriterien weiter anpassen, um die aktive Zusammenarbeit mit einem Kundenunternehmen bestmöglich zu honorieren. Wenn Sie mehr über monatlich wiederkehrenden Umsatz aus verwalteten Portalen erfahren möchten, dann finden Sie [in diesem Artikel in der Wissensdatenbank](#) weitere Informationen.

Änderungen für Solutions Partner unterhalb der Gold-Stufe

Zusätzlich zu den Änderungen bezüglich der Provisionen gibt es noch eine weitere Anpassung für alle Partner, die dem Solutions Partner Program vor dem 17. Januar 2021 beigetreten sind und bis zum 15. Juli 2023 noch nicht die Gold-Stufe erreicht haben: Sie müssen sich entscheiden, ob sie Solutions Provider werden oder das Programm komplett verlassen möchten. Alle Partner, die von einer Herabstufung bedroht sind, werden im Februar benachrichtigt und haben dann bis zum 15. Juli Zeit, um die Gold-Stufe zu erreichen. Dies betrifft nicht die Gold-Partner, die während der Neubewertung der Partnerstufen im Januar zurückgestuft wurden und aktuell Solutions Partner unterhalb der Gold-Stufe sind.

In Zukunft werden wir alle sechs Monate eine Neukalibrierung der Stufen durchführen. Alle Partner, die seit mindestens zwei Jahren am Programm teilnehmen, müssen die Gold-Stufe erreichen oder beibehalten, um im Programm bleiben zu können.

Solutions Provider erhalten ihre Provisionen nur für 12 Monate. Dies wirkt sich also entsprechend auf die Provisionen für alle Partner aus, die sich im Juli für einen Wechsel auf die Providerstufe entscheiden. Wenn Sie herabgestuft wurden und für einen bestimmten Deal 12 Monate oder länger Provisionen erhalten haben, werden Ihre Auszahlungen für diesen Deal zum 15. Juli 2023 eingestellt. Für Deals, die nach dem 15. Juli 2023 abgeschlossen werden, erhalten Sie auch weiterhin für ein Jahr ab dem Abschlussdatum des Deals eine Umsatzbeteiligung von 20 %. Partner, die sich dafür entscheiden, das Partnerprogramm ganz zu verlassen, erhalten keine Provisionen mehr, unabhängig vom Abschlussdatum eines Deals.



Anforderungen für die einzelnen Stufen

UMSATZZIELE (MRR)	Punkte (MRR aus verkauften Portalen)	Punkte (MRR aus verwalteten Portalen)	Schwellenwert für Gesamtpunktzahl
Elite	1.950 (65.000 USD)	1.700 (170.000 USD)	5.950
Diamond	570 (19.000 USD)	550 (55.000 USD)	2.020
Platinum	270 (9.000 USD)	150 (15.000 USD)	645
Gold	113 (3.750 USD)	38 (3.750 USD)	243

VORAUSSETZUNGEN	SOLUTIONS PROVIDER	SOLUTIONS PARTNER	GOLD SOLUTIONS PARTNER	PLATINUM SOLUTIONS PARTNER	DIAMOND SOLUTIONS PARTNER	ELITE SOLUTIONS PARTNER*
Partner Onboarding		✓	✓	✓	✓	✓
Partnerzertifizierung		✓	✓	✓	✓	✓
Eigenes Abonnement	Beliebiges Starter-Produkt	Beliebiges Professional-Produkt				
Medianwert für Nutzung der Anwendung durch Kundschaft			mind. 3	mind. 3	mind. 3	mind. 3

UMRECHNUNG VON WÄHRUNGEN IN PUNKTE**	PUNKTE AUS VERKAUFTEN PORTALEN	PUNKTE AUS VERWALTETEN PORTALEN
100 USD US-DOLLAR		
105 AUD Australische Dollar		
300.300 COP Kolumbianische Peso		
75 EUR Euro		
62,50 GBP Pfund Sterling	3 PUNKTE (6 PUNKTE)	1 PUNKT (2 PUNKTE)
140 SGD Singapur-Dollar		
12.000 JYP Japanische Yen		
1.545 ZAR Südafrikanische Rand		
130 CAD Kanadische Dollar		

Wachstumsmärkte sind geografische Gebiete, in denen HubSpot noch neu ist. Das bedeutet, dass wir hier eine geringere Marktdurchdringung aufweisen und in vielen Fällen keine lokale Präsenz in dem jeweiligen Land haben. Partner sind für die Erschließung dieser Märkte von entscheidender Bedeutung, stehen aber den speziellen Herausforderungen gegenüber, die mit dem Aufbau einer Marke in einem neuen Markt verbunden sind. Um hier eine faire Lösung zu finden, haben wir im Jahr 2020 „Wachstumsmarktstufen“ eingeführt und diese 2021 erweitert. Partnern in Wachstumsmärkten geben wir niedrigere Ziele für die MRR aus verkauften und verwalteten Portalen vor. Im Juli 2022 haben wir unsere Strategie in Bezug auf Wachstumsmärkte optimiert, indem wir diese nicht mehr anhand des Standorts des Solution Partners, sondern anhand des jeweiligen Kundenstandorts definieren. Das bedeutet, dass wir Partnern mehr Guthaben (doppelte Punktzahl) für Verkäufe an Kunden und Kundinnen in Wachstumsmärkten gewähren, unabhängig davon, wo sich der Partner oder sein Unternehmen befindet.

Unsere Liste an Wachstumsmärkten umfasst derzeit Indien, Lateinamerika, Nordostasien (China, die Mongolei und Südkorea), Südostasien (Bangladesch, Brunei, Kambodscha, Hongkong, Indonesien, Laos, Malaysia, die Malediven, Myanmar (Birma), Nepal, Pakistan, die Philippinen, Sri Lanka, Singapur, Taiwan, Thailand, Osttimor und Vietnam).

* Die Elite-Stufe kann nur auf Einladung erreicht werden und unterliegt zusätzlichen Anforderungen, wie z. B. einem Customer Retention Score von mindestens 85 %, einem Customer Dollar Retention (C\$R) Score von mehr als 85 % und mindestens 100 Zertifizierungen in Ihrem Team.

Die Kriterien für die Elite-Stufe können sich jederzeit ändern und alle Kandidatinnen und Kandidaten durchlaufen eine manuelle Überprüfung ihrer Kontoaktivitäten, um vor einer Einladung sicherzustellen, dass sie alle ihre Verpflichtungen als Partner erfüllen. Wenn Sie kurz davor stehen, die Schwellenwerte für die Elite-Stufe zu erreichen, wenden Sie sich bitte an Ihr Accountteam. Dieses prüft, ob Sie Ihre Verpflichtungen als Partner erfüllen, und liefert Ihnen alle weiteren Informationen zur Elite-Stufe.

** Der Umrechnungskurs der jeweiligen Landeswährung wird bei der Berechnung der Punktwerte berücksichtigt. Um zu verhindern, dass sich die Marktvolatilität auf die Performance von Partnern und die Berechnung der Partnerstufen auswirkt, entsprechen die Punktwerte möglicherweise nicht den exakten aktuellen Umrechnungskursen.

Die Vorteile des Programms auf einen Blick

UMSATZBETEILIGUNG	PROVIDER	PARTNER	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
Provision pro erfolgreich abgeschlossenem Deal	20 % für die ersten 12 Monate	20 %, max. 3 Jahre lang				

* Entnehmen Sie bitte den [Verkaufsregeln](#), welche Anforderungen an die Qualifizierung Deals und Partner erfüllen müssen.

PERSÖNLICHER SUPPORT	PROVIDER	PARTNER	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
Channel Account Manager		✓	✓	✓	✓	✓
Channel Consultant		✓	✓	✓	✓	✓
Premium-Support		✓	✓	✓	✓	✓
CMS Hub / Operations Hub Sales Specialist		✓	✓	✓	✓	✓
Vierteljährliche Geschäftsrückblicke				✓	✓	✓
Pre-Sales Solutions Architect						✓
Team für Partner Platform Services						✓

MARKETINGBEZOGENE ANGBOTE	PROVIDER	PARTNER	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
HubSpot Solutions-Anbieterverzeichnis	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Leitung einer HubSpot-Nutzergruppe		✓	✓	✓	✓	✓
Impact Awards		✓	✓	✓	✓	✓
Stufenabzeichen		✓	✓	✓	✓	✓
Partner-Brandfolder	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Beiträge zur Marketingbibliothek			✓	✓	✓	✓
Vorrang bei Ideen zu Marketingblogbeiträgen					✓	✓

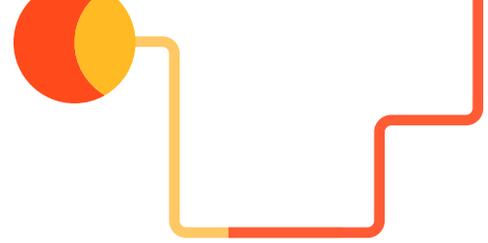
VERTRIEBSBEZOGENE ANGBOTE	PROVIDER	PARTNER	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
Dealregistrierung	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Domainregistrierung	5	10	15	25	75	175
Leadbenachrichtigungen	✓	✓	✓	✓	✓	✓
HubSpot-Demo-Account		✓	✓	✓	✓	✓
Verzicht auf Onboarding für Ihre Kundschaft		✓	✓	✓	✓	✓
Customer Reference Program		✓	✓	✓	✓	✓



SERVICEBEZOGENE ANGBOTE	PROVIDER	PARTNER	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
Partnerschulungen der HubSpot Academy	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Kundenmanagement-Dashboard	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Geleitetes Kunden-Onboarding		✓	✓	✓	✓	✓

ENABLEMENTBEZOGENE ANGBOTE	PROVIDER	PARTNER	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
Partner-Ressourcen-Center		✓	✓	✓	✓	✓
Seismic: Enablement-Plattform				✓	✓	✓
Exklusive erste Einblicke für Partner				✓	✓	✓

COMMUNITY	PROVIDER	PARTNER	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
Privater Bereich innerhalb der HubSpot Community	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Monatlicher E-Mail-Newsletter	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Private Slack-Gruppe für HubSpot-Partner	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Private Facebook-Gruppe für HubSpot-Partner		✓	✓	✓	✓	✓
Möglichkeit zur Bewerbung beim Partner Advisory Council (PAC)			✓	✓	✓	✓



Alle Vorteile im Detail

Umsatzbeteiligung

Provision pro erfolgreich abgeschlossenem Deal

Wenn Sie Neukundschaft für HubSpot gewinnen, beteiligen wir Sie dafür am Umsatz. Mit dieser Provision möchten wir Ihnen für Ihren Einsatz für unsere gemeinsamen Kundinnen und Kunden sowie den Vertrieb unserer Produkte und Dienstleistungen danken. Wir empfehlen Ihnen, zunächst [die Verkaufsregeln](#) sowie die Richtlinien des Partnerprogramms zu lesen und sich erst dann mit der Registrierung von Geschäftsabschlüssen zu befassen.

Persönlicher Support

Channel Account Manager

Allen Partnern wird ein Channel Account Manager (CAM) zur Seite gestellt, der sozusagen als Ihre persönliche Vertriebsberatung fungiert. Ihr CAM ist dazu da, Sie durch den gesamten Vertriebsprozess zu begleiten, und stellt Ihnen alle wichtigen Tools und Ressourcen zur Verfügung, die Ihnen dabei helfen, mehr Verkaufschancen zu identifizieren, zu verfolgen und abzuschließen und langfristige, erfolgreiche Geschäftsbeziehungen aufzubauen. Informationen dazu, wer [Ihr persönlicher Channel Account Manager](#) ist, finden Sie in Ihrem Partneraccount.

Channel Consultant

Alle Partner* von HubSpot erhalten Unterstützung durch einen Channel Consultant (CC), der ihnen dabei hilft, ihr Dienstleistungsangebot zu erweitern, ihren Umsatz zu steigern und bessere Kampagnenergebnisse zu erzielen. Ihr CC steht Ihnen für alle Belange rund ums Thema Customer Success zur Verfügung und unterstützt Ihr Team bei der erfolgreichen Implementierung von HubSpot. Wenden Sie sich an Ihren CC, wenn Sie Fragen zu HubSpot-Produkten haben und Ihr Leistungsangebot auf neue Aspekte der Plattform ausweiten möchten. Wer [Ihr persönlicher Channel Consultant](#) ist, können Sie in Ihrem Partneraccount nachsehen.

* Partner, die innerhalb von 6 Monaten nach ihrem Beitritt zum Solutions Partner Program keinen Weiterverkauf tätigen oder bereits seit mehr als 12 Monaten keinen Weiterverkauf mehr getätigt haben, arbeiten mit dem Customer-Success-Team zusammen. Darüber hinaus müssen Partner in Nordamerika den Kurs „Onboarding Foundations for Partners“ abschließen, bevor ihnen ein Channel Consultant zugewiesen werden kann.

Premium-Support

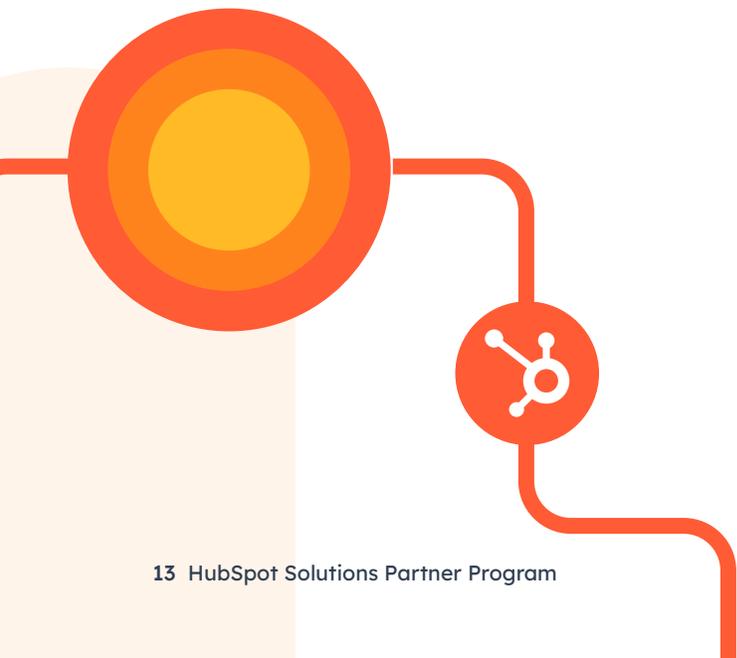
Im Rahmen des Premium-Supports erhalten Sie Unterstützung durch ein erfahrenes Supportteam für Partner – telefonisch oder über Ihren HubSpot-Account. Drücken Sie bei Ihrem Anruf einfach die 5. *Bitte beachten Sie, dass der Premium-Support bisher nur auf Englisch verfügbar ist.*

CMS Hub / Operations Hub Sales Specialist

Bei unseren Sales Specialists handelt es sich um produktorientierte Account Executives, die sich auf CMS Hub (Professional und Enterprise) und Operations Hub (Professional und Enterprise) spezialisiert haben. Ihre Aufgabe ist es, die effektivsten Verkaufstaktiken für neue Produkte zu definieren und zu systematisieren. Dabei setzen sie ihr Fachwissen und ihre Erfahrungen gezielt ein, um den Erwartungen von Kundinnen und Kunden gerecht zu werden. Sales Specialists arbeiten mit Ihrem Vertriebsteam zusammen, um gemeinsam zu verkaufen, und bringen während des gesamten Prozesses ihre Produktexpertise ein. Ausführliche Informationen dazu erhalten Sie von Ihrem Channel Account Manager.

Vierteljährliche Geschäftsrückblicke

Die Channel Consultants (CCs) und Channel Account Manager (CAMs) führen vierteljährliche Geschäftsrückblicke mit unseren Partnern höherer Stufen durch. Bei dieser Bewertung wird Ihre Performance beurteilt, es werden aktuelle Herausforderungen und Erfolge besprochen sowie Ihre Ziele für das nächste Quartal festgelegt. Anschließend erfolgt die gemeinsame Ausarbeitung eines Aktionsplans, wie Sie die gesetzten Ziele am besten erreichen können.



Pre-Sales Solutions Architect

Hochrangigen Partnern stellen wir außerdem einen persönlichen Solutions Architect zur Seite. Dieses Angebot gilt für Partner, die das gesamte Produktportfolio von HubSpot vertreiben und vorwiegend Großunternehmen mit komplexen Anforderungen zu ihrer Kundschaft zählen. Unsere Solutions Architects sind unsere erfahrensten Technologieprofis und arbeiten eng mit unserem Sales Engineering-Team zusammen. Sie stehen in direktem Kundenkontakt und sind in unsere Vertriebs- und Go-to-Market-Prozesse sowie unsere Produktteams eingebunden. Kontaktieren Sie bitte Ihren Channel Account Manager, um zu erfahren, wer Ihr Solutions Architect ist.

Team für Partner Platform Services

Unseren Elite-Partnern stellen wir zudem weitere Unterstützung zur Seite: das Team für Partner Platform Services. Es ist quasi eine Erweiterung Ihres Customer-Success-Strategieteam. Das Team arbeitet mit Ihnen komplexe Kundenszenarien aus und berät Sie bei strategischen Fragen zu Integrationen. Dazu können vierteljährliche Meetings zur strategischen Beratung angesetzt werden. Zusätzlich dazu hilft Ihnen das Team bei Bedarf gerne dabei, die richtige Technologielösung für eine bestimmte Kundeninitiative zu bestimmen. Ihr Channel Consultant kann Ihnen gerne weitere Informationen hierzu bereitstellen.



Marketingbezogene Angebote

HubSpot Solutions-Anbieterverzeichnis

Unternehmen suchen tagtäglich nach einem starken Partner, der ihnen Rat und Unterstützung bieten kann. Als Solutions Provider oder Solutions Partner können Sie sich in unser HubSpot Solutions-Anbieterverzeichnis eintragen lassen, sodass Sie von mehr potenziellen Kundinnen und Kunden gefunden werden. Dort können Sie auch Ihre Spezialisierungen (nach Branche und Region), HubSpot-Zertifizierungen, Impact Awards und Akkreditierungen angeben. Außerdem können Sie Kundenrezensionen hinzufügen. Falls noch nicht geschehen, können Sie [hier](#) Ihr Profil erstellen.

Leitung einer HubSpot-Nutzergruppe

Jeder Solutions Partner hat die Möglichkeit, sich [für die Leitung einer HubSpot-Nutzergruppe \(HUG, HubSpot User Group\) zu bewerben](#). Dabei handelt es sich um kostenlose Treffen, die Kundinnen und Kunden von HubSpot dabei helfen sollen, ihre Softwarelösung besser kennenzulernen und optimal einzusetzen. Jede HUG ist dabei einem bestimmten Thema gewidmet, sei es einer spezifischen Stadt oder Region (HUG München), Branche (HUG Gastgewerbe), Kompetenz (HUG SEO) oder einem Interesse (HUG Frauen in der Techbranche). Wenn Sie eine HUG leiten, erhalten Sie Zugang zu exklusiven Inhalten von HubSpot, können sich mit anderen Mitgliedern der HUG-Community austauschen sowie sich und Ihr Unternehmen in der eigenen Vordenkerrolle weiter etablieren.

Impact Awards

Außergewöhnliche Leistungen sollten honoriert werden. Deshalb bieten wir unseren Partnern viermal jährlich die Möglichkeit, sich für einen HubSpot Impact Award zu bewerben und sich mit dieser besonderen Auszeichnung von ihrer Konkurrenz abzuheben. Falls Sie auf der Suche nach Inspiration sind, sehen Sie sich am besten einfach einmal [die Gewinnerunternehmen aus vergangenen Jahren](#) an. Bewerben können Sie sich dann [hier](#).

Stufenabzeichen

Werten Sie Ihr Fachwissen gegenüber potenzieller Kundschaft mit einem Abzeichen auf, das Ihre HubSpot-Expertise bestätigt. Nutzen Sie Ihr [Stufenabzeichen](#), um sich von der Konkurrenz abzuheben, indem Sie es beispielsweise auf Ihrer Website oder in Ihre E-Mail-Signatur einbetten. Das bietet außerdem den Vorteil, dass Interessierte auf einen Blick erkennen

können, über welche HubSpot-Kompetenzen Sie verfügen. Bitte beachten Sie die [Werberichtlinien für Partner](#) und unsere allgemeinen [Richtlinien für die Verwendung unserer Marken](#).

Partner-Brandfolder

In unserem neuen [Brandfolder für Solutions Partner](#) finden Sie alles, was Sie für Ihr HubSpot-Branding benötigen: aktualisierte Markenrichtlinien, Programmlogos, Stufenabzeichen, über 50 Icons und mehr als 60 Produktscreenshots, die Sie in Ihrem Marketingmaterial verwenden können. Bitte beachten Sie bei der Verwendung dieser Assets unsere [Werberichtlinien](#).

Beiträge zur Marketingbibliothek

Veröffentlichen Sie Ihre Ressourcen und Vorlagen in der [Marketingbibliothek von HubSpot](#), um sie mit anderen zu teilen. Ihr Vorteil: Da unsere Bibliothek bei Marketingfachleuten weltweit anerkannt ist, können Sie mit dort veröffentlichten Inhalten ganz einfach Leads generieren. Hinweis: Die Qualität aller Inhalte wird geprüft. Ferner gilt, dass Ihr Content von Ihrem Unternehmen stammen muss und nicht aus Vorlagen erstellt sein darf.

Vorrang bei Ideen zu Marketing-Blogbeiträgen

Als Diamond- oder Elite-Partner haben Sie auf unserem Marketingblog [direkte Möglichkeiten](#), Ihre Vorschläge einzubringen und somit Ihre Vordenkerrolle zu stärken. Der Schwerpunkt des Blogs liegt auf Beiträgen zu innovativen Ansätzen, Leitfäden oder Grafiken, die immer darauf ausgerichtet sind, fundiertes Fachwissen in Form von Daten und Einblicken mit Marketingfachleuten, Wachstumsexpertinnen und -experten und Geschäftsleuten zu teilen. Zwei Formate sind in diesem Rahmen möglich: Expertenzitat oder Vorschlag für einen Blogbeitrag.



Vertriebsbezogene Angebote

Domainregistrierung

Registrieren Sie Domains für alle neu generierten Leads ganz bequem über Ihren Partneraccount. Wie viele Leads Sie registrieren können, hängt von Ihrer Stufe ab.

Dealregistrierung

[Die Dealregistrierung](#) ist ein benutzerdefiniertes Tool, das Problemelemente im Verkaufsprozess beseitigt. Das Besondere an dem Tool: Durch die Registrierung eines Deals wird ein geteilter Deal erstellt, der die Daten zwischen Ihrem Portal und HubSpot synchronisiert. Ein geteilter Deal ist der Dealdatensatz, der nach der Registrierung eines Deals sowohl im CRM des Partners als auch im CRM von HubSpot erstellt wird. Sie haben drei Möglichkeiten, um geteilte Deals zu registrieren: über ein Banner auf dem Partner-Dashboard, im Kontakt- oder Unternehmensdatensatz oder indem Sie einen bestehenden Deal in Ihrem CRM-System konvertieren.

Leadbenachrichtigungen

Registrieren Sie sich für Leadbenachrichtigungen und lassen Sie sich per E-Mail informieren, wenn Ihre Leads bestimmte Aktivitäten auf unserer Website durchführen, etwa wenn sie eine Demo anfordern oder einen kostenlosen Testlauf starten. Weitere Informationen erhalten Sie [hier](#). Die Option zur Registrierung finden Sie in Ihrem Partneraccount auf der Registerkarte „Einstellungen“.

HubSpot-Demo-Account

Über Ihren persönlichen Demo-Account haben Sie [Zugang](#) zur kompletten Enterprise-Suite von HubSpot und den zugehörigen CRM-Testdaten. So können Sie Ihren potenziellen Kundinnen und Kunden die gesamte Suite zeigen.

Verzicht auf Onboarding für Ihre Kundschaft

Schließen Sie die Partnerzertifizierung ab und absolvieren Sie das Partneronboarding mit Ihrem Channel Consultant, um Profi für Inbound-Services und die HubSpot-Software zu werden. Damit sind Sie dazu berechtigt, das Onboarding Ihrer Kundinnen und Kunden selbst zu erbringen, sollten sie dies bevorzugen.



Customer Reference Program

Das Customer Reference Program stellt den Kontakt zwischen potenziellen und bestehenden Kunden und Kundinnen her, die sich in einem persönlichen Einzelgespräch über ihre Erfahrungen mit der CRM-Plattform von HubSpot austauschen. Während des Gesprächs werden Kundenansichten offen geteilt und mögliche Fragen der interessierten Person beantwortet. Mit Live-Testimonials dieser Art können Sie Ihren Verkaufsprozess effektiv unterstützen. Ausführliche Informationen dazu erhalten Sie von Ihrem Channel Account Manager.

Servicebezogene Angebote

Partnerschulungen der HubSpot Academy

Greifen Sie auf einen exklusiven Katalog von Partnerschulungen zu, um innerhalb Ihres Unternehmens spezifische Fähigkeiten weiterzuentwickeln, z. B. in den Bereichen Vertrieb, Kundenservice und Implementierung. Validieren Sie Ihr Fachwissen in ausgewählten strategischen Kompetenzbereichen mithilfe von Qualifikationen. Alle verfügbaren Partnerschulungen und -qualifikationen können Sie in Ihrem Profil [unter „HubSpot Academy“ mit Klick auf die Registerkarte „Partnertraining“](#) sehen.

Kundenmanagement-Dashboard

Dieses übersichtliche Dashboard liefert Ihnen Echtzeitdaten und hilfreiche Einblicke in die Performance Ihrer Kundinnen und Kunden, was Ihnen wiederum fundierte Entscheidungen ermöglicht. Produkt- und Lifecycle-Phasenübergreifende Warnhinweise und Benachrichtigungen stellen sicher, dass Sie immer genauestens über den Fortschritt Ihrer Kundschaft informiert sind. [Auf das Dashboard](#) können Sie jederzeit über Ihren Partneraccount zugreifen.

Geleitetes Kunden-Onboarding

Wenn Sie Partner werden, begleiten Sie Ihr Channel Consultant (CC) und Ihr Channel Account Manager (CAM) während des gesamten Onboardingprozesses, um Sie mit den Tools auszustatten, die Sie zum Verkauf von HubSpot-Software und zur Erbringung von Dienstleistungen benötigen. Dazu gehört auch die gemeinsame Implementierung Ihrer ersten HubSpot-Instanz, bei der Ihr CC das geleitete Kunden-Onboarding mit Ihnen durchführt. Weitere Informationen dazu finden Sie [hier](#).



Enablementbezogene Angebote

Partner-Ressourcen-Center

Das [Partner-Ressourcen-Center](#) ist Ihre erste Anlaufstelle für aktuelle Informationen und Ressourcen für Partner. Von dort aus können Sie dann direkt auf Produktressourcen und den Partnerblog zugreifen und sich eingehender über die hier genannten Vorteile informieren. Kurzum: Im Partner-Ressourcen-Center finden Sie die Tools, die Sie benötigen, um die Produkte von HubSpot erfolgreich zu vertreiben und gemeinsam mit HubSpot zu wachsen.

Seismic: Enablement-Plattform

Als Platinum-, Diamond- oder Elite-Partner haben Sie exklusiven Zugang zur Enablement-Plattform [Seismic](#). Auf dieser Plattform finden Sie alle aktuellen Präsentationen, Kompaktübersichten, Wettbewerbsstudien und andere hilfreiche Ressourcen, die für Ihre Vertriebs- und Serviceteams von Nutzen sind. Darüber hinaus werden Ihnen auch vertrauliche Informationen von HubSpot zur Verfügung gestellt, die z. B. bevorstehende Produkteinführungen betreffen. So haben Sie auf derselben Plattform Zugriff auf dieselben Ressourcen wie die HubSpot-Vertriebsteams.

Exklusive erste Einblicke für Partner

Wir bieten Ihnen einen Vorgeschmack auf neue Produkte und Programmänderungen. Unsere Platinum-, Diamond- oder Elite-Partner haben die Möglichkeit, an internen Veranstaltungen teilzunehmen, um von Führungskräften, Go-to-Market-Fachleuten und Produktmanagerinnen- und managern von HubSpot aus erster Hand exklusive Informationen zu bevorstehenden Produktneuerungen und andere Einblicke hinter die Kulissen zu erhalten. Diese Events finden in kleinem Rahmen und familiärer Atmosphäre statt und bieten unseren Partnern der höheren Stufen die einzigartige Möglichkeit, als Erste von neuen Funktionen, Kampagnen und Produkten zu erfahren. Die Einladungen zu diesen Veranstaltungen senden wir per E-Mail an unsere Hauptansprechperson in Ihrem Unternehmen.

Community

Privater Bereich innerhalb der HubSpot Community

Die HubSpot Community bietet Ihnen eine einzigartige Gelegenheit, sich mit Nutzerinnen und Nutzern der Produkte und Dienstleistungen, die Sie vertreiben, auszutauschen. Außerdem haben wir einen privaten, nur für Partner zugänglichen

Bereich in der Community, in dem Sie sich mit Gleichgesinnten über strategische Fragen austauschen, Produktupdates entdecken und die neuesten von HubSpot veröffentlichten Ressourcen erhalten können. Weitere Informationen dazu finden Sie [auf dieser Seite](#).

Private Slack-Gruppe für HubSpot-Partner

Schließen Sie sich unserer stetig wachsenden Slack-Gruppe für Partner an, um Teil einer starken, internationalen Community zu werden und mit Partnern aus der ganzen Welt zusammenzuarbeiten. Nutzen Sie diese private Gruppe, um mit anderen Partnern in Kontakt zu bleiben oder sich per Direktnachrichten mit Ihrem Channel Account Manager oder Channel Consultant bei HubSpot auszutauschen. Solutions Partner, die in die Gruppe aufgenommen werden möchten, können [hier](#) einen Antrag stellen. Beachten Sie bitte, dass Sie hierfür Partner sein bzw. mindestens die Gold-Stufe innehaben müssen. Solutions Provider können die Aufnahme in die Gruppe [hier](#) beantragen.

Monatlicher E-Mail-Newsletter

Damit unsere Partner und ihre Teams keine wichtigen Updates und Informationen verpassen, versenden wir monatlich einen Newsletter. Stellen Sie bitte sicher, dass Sie in Ihrem HubSpot-Account den E-Mail-Newsletter des Abonnementtyps „Bildung, Content und Ressourcen“ abonniert haben, damit Sie die E-Mails auch erhalten. Der Newsletter enthält wichtige Produktankündigungen und -updates, Ankündigungen für Partner sowie weitere informative Inhalte.



Private Facebook-Gruppe für HubSpot-Partner

Schließen Sie sich unserer Facebook-Gruppe für HubSpot-Partner an, um sich mit Partnern auf der ganzen Welt zu vernetzen. Falls Sie beispielsweise Fragen zum Thema Integrationen, zu den besten Werbestrategien oder zu den HubSpot-Tools haben, erhalten Sie dort schnell und mühelos fachkundigen Rat. Füllen Sie unbedingt alle erforderlichen Felder aus, wenn Sie [den Beitritt zu dieser Gruppe beantragen](#). Es werden nur Beitrittsgesuche von verifizierten Solutions Partnern berücksichtigt.

Möglichkeit zur Bewerbung beim Partner Advisory Council (PAC)

Der [Partner Advisory Council \(PAC\)](#) von HubSpot setzt sich aus fünf regionalen Gruppen zusammen, die sich einmal im Quartal treffen, um verschiedene Themen wie Programmänderungen oder neue Produktangebote zu besprechen. Bei wichtigen Entscheidungen über die Zukunft des Programms fungiert unser Partner Advisory Council als Sprachrohr unserer Partnercommunity. Sie haben einmal jährlich (im 1. Quartal) die Möglichkeit, sich zu bewerben.

Hilfreiche Links

Setzen Sie sich am besten Lesezeichen für die nachstehenden Ressourcen – Sie werden sie sicher noch öfter konsultieren.

Tipps und Ressourcen für Ihre aktive Teilnahme am Partnerprogramm:

[Kundenmanagement-Dashboard](#)

[Partner-Ressourcen-Center](#)

[Produktressourcen](#)

[Newsblog für Partner](#)

Richtlinien und Vorgaben von HubSpot:

[Unsere Vertriebsrichtlinien im Überblick](#)

[Informationen zu Provisionen für Partner](#)

[Leadregistrierung](#)

[Dealregistrierung](#)

[Richtlinien zu Events, Pressemitteilungen und Branding](#)

[Richtlinien für das Solutions Partner Program](#)

[Vereinbarung für das Solutions Partner Program von HubSpot](#)