
Guide de la migration entre Salesforce et HubSpot

Créer une feuille de route pratique pour la migration de votre plateforme CRM

Les outils et les technologies que vous utilisez pour gérer vos opérations et fidéliser vos utilisateurs finaux évoluent à mesure que votre entreprise se développe.

Migrer vers la plateforme CRM de HubSpot, qui favorise l'alignement entre le marketing, la vente et le service client, aidera votre organisation à mieux se développer, qu'il s'agisse d'une marque en plein essor ou d'une entreprise bien implantée dans son secteur et cherchant à optimiser son environnement technologique.

Ce guide a été conçu comme une feuille de route de migration globale. À l'intérieur, vous trouverez tout ce dont vous avez besoin pour une migration réussie, ainsi que des conseils d'experts et des bonnes pratiques pour assurer le bon déroulement de l'ensemble de votre projet.



Sommaire

INTRODUCTION

Développer des opérations de vente, de marketing et de service client unifiées	4
S'aligner derrière une solution unique	5
Connaître les équivalences entre les produits Salesforce et HubSpot	7

LE PROCESSUS DE MIGRATION

Phase 1 : préparation de la migration	9	Phase 2 : la migration	17	Phase 3 : après la migration.....	26
• Évaluer les besoins de migration et d'adaptation		• Configurer la plateforme HubSpot		• Former les équipes	
• Nettoyer les données Salesforce		• Migrer les données dans HubSpot		• Prioriser la gestion des données	
• Sauvegarder les données		• Effectuer des vérifications			
• Créer un plan de migration		• Effectuer des tests et des corrections de bugs associées			
		• Activation			

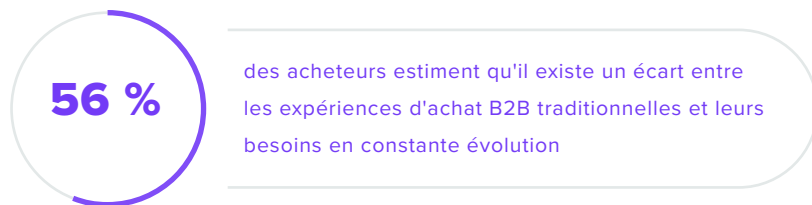
CONCLUSION

Quelles sont les étapes suivantes ?	29
À propos de New Breed	30



Développer des opérations de vente, de marketing et de service client unifiées

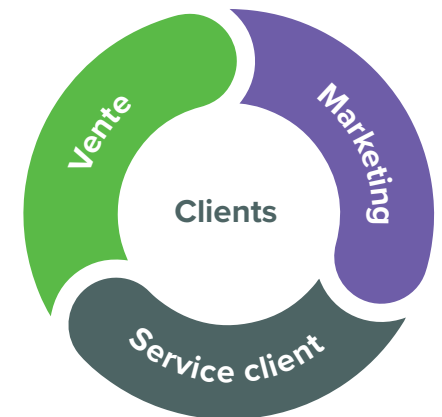
Malgré une croissance exponentielle des technologies omnicanales, 56 % des acheteurs estiment qu'il existe un écart entre les expériences d'achat B2B traditionnelles et leurs besoins en constante évolution, et beaucoup attribuent ce constat à la division invisible, mais à fort impact, entre les équipes commerciale et marketing.*



Ce manque d'alignement ne découle généralement pas d'une rivalité profonde ou d'un entêtement d'un côté ou de l'autre, mais plutôt des outils que ces équipes utilisent pour développer leur activité. En ajoutant à cela un troisième système pour le service client, il est facile de comprendre pourquoi les clients peuvent remarquer un décalage.

Si vos équipes commerciale, marketing et votre service client opèrent sur plusieurs systèmes cloisonnés, des informations critiques passeront inévitablement entre les mailles du filet, et des données clients ainsi que des opportunités de conversion seront manquées. Les équipes peuvent passer des heures à rechercher des données critiques voire des jours à attendre que le service informatique reconnecte des plateformes entre elles.

La plateforme CRM de HubSpot vous aide à combler l'écart entre vos équipes commerciale et marketing, en plus d'assister votre service client. Plutôt que de connecter manuellement des systèmes ou de partir à la recherche de données critiques, vos équipes peuvent s'appuyer sur une plateforme facile à utiliser et qui met ses puissantes fonctionnalités à disposition de tous.



Introduction

S'aligner derrière une solution unique

Lorsque vous créez un cas d'utilisation du CRM de HubSpot, tenez compte de l'état actuel des opérations de votre entreprise. L'un des scénarios suivants s'applique-t-il à votre cas ?

SCÉNARIO 1

Vos équipes utilisent HubSpot pour les activités marketing, puis transfèrent les SQL, c'est-à-dire les leads qualifiés par l'équipe commerciale, vers Salesforce, créant ainsi un décalage entre les équipes commerciale et marketing.

SCÉNARIO 2

Votre plateforme Salesforce est devenue trop volumineuse ou trop complexe pour être gérée en interne, et vous recherchez une solution plus simple.

SCÉNARIO 3

Votre administrateur Salesforce a récemment quitté l'entreprise et vous ne disposez pas des ressources internes pour assurer la gestion de la plateforme.

SCÉNARIO 4

Vos équipes ont besoin d'une plateforme centrale pour gérer et stocker les données clients, enregistrer les activités et évaluer les indicateurs de performance.



La complexité de Salesforce crée peut-être plus de problèmes qu'elle n'en résout. Il se peut aussi que l'idée de combiner vos opérations de marketing, de vente et de services dans un système unifié représente une source d'inquiétude.

Quel que soit le scénario qui s'applique à votre entreprise, la migration vers le CRM centralisé de HubSpot permettra à vos équipes de mieux progresser, ensemble.

HubSpot met à disposition un centre unique d'informations sur l'ensemble du cycle de vie du client sans pour autant sacrifier la fonctionnalité ou la personnalisation. Vos équipes peuvent tirer parti d'un large éventail de fonctionnalités et de capacités prêtes à l'emploi afin d'atteindre des prospects, et cela sans contrainte technique ou solutions de contournement chronophages.

À long terme, cette centralité de la plateforme favorise une meilleure valeur vie client et une réduction des frais généraux. De plus, concilier vos opérations au niveau du back-end offre une expérience fluide à toutes les personnes qui interagissent avec votre marque.



Connaître les équivalences entre les produits Salesforce et HubSpot

Les deux CRM ont leurs propres conventions de dénomination, mais ils partagent également plusieurs termes communs.

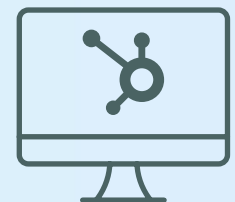
Utilisez ce tableau de conversion pour traduire la terminologie entre les deux systèmes ou en savoir plus sur les objets HubSpot.



Dans Salesforce, les informations de contact sont stockées de deux façons :

- **Les objets Lead** désignent les utilisateurs sans historique d'achat. Il s'agit de l'objet par défaut pour stocker les informations de nouveaux utilisateurs.
- **Les objets Contact** font référence à tous les contacts associés à un objet Compte, ou à ceux qui ont un certain niveau d'historique d'achat avec votre entreprise.

Dans HubSpot, ces objets sont regroupés en un seul **objet Contact**, utilisé pour toute personne enregistrée dans votre CRM.





Dans Salesforce, l'**objet Opportunité** sert à stocker des informations sur n'importe quel compte dans les cycles de vente.

Dans Salesforce, un **objet Compte** fait référence à toute entreprise enregistrée dans votre CRM.

Dans Salesforce, un **Champ** est une partie d'un objet qui contient une information spécifique, comme la devise ou le nom de famille.

Dans Salesforce, une **Campagne** fait référence à une seule activité marketing, telle qu'une publicité, un publipostage ou une conférence.

Il correspond directement à l'**objet Transaction** de HubSpot.

Il correspond directement à l'**objet Entreprise** de HubSpot.

Dans HubSpot, ces mêmes éléments sont appelés **Propriétés**.

Dans HubSpot, une **Campagne** fait référence à une chaîne d'activités connexes, plutôt qu'à une seule activité. Une campagne HubSpot vous permet de libeller différentes ressources et contenus marketing connexes afin de mesurer facilement l'impact de vos activités.



Le processus de migration

Préparation de la migration

Phase 1

Avant d'entrer dans les détails des intégrations, des imports de données et de la configuration du système, vous pouvez suivre plusieurs étapes afin de vous assurer que votre migration se déroule sans heurts et que vos équipes sont alignées sur la mise en œuvre exacte du processus.

La phase précédant la migration se concentre sur l'évaluation de vos systèmes actuels et la création d'un plan détaillé pour guider vos équipes tout au long de la migration.

COMMENT FAIRE SES PREMIERS PAS



Évaluer les besoins de migration et d'adaptation

La première étape d'une migration réussie consiste à formuler ce que vous souhaitez transférer vers votre nouveau système, en fonction des éléments que vous utilisez et de ceux que vous prévoyez d'utiliser dans un avenir proche.

Commencez par identifier les éléments que vous souhaitez transférer de Salesforce vers HubSpot.

Soyez spécifique et fondez vos décisions sur les éléments que vos équipes utilisent et dont elles auront besoin à long terme, comme les contacts, les modèles et les champs personnalisés. Réduire votre liste au début du processus évite les transferts de données inutiles qui encombreront votre nouvelle plateforme.

Ensuite, vous devez déterminer comment recréer tous ces éléments dans HubSpot. Et même si plusieurs d'entre eux correspondent parfaitement dans les deux systèmes, vous devrez probablement en adapter d'autres à des fins de compatibilité avec les fonctionnalités uniques de HubSpot.

Vous devez effectuer le mappage de vos champs Salesforce aux propriétés HubSpot ?

Utilisez le modèle de correspondance des propriétés de migration de données de HubSpot pour organiser et mapper vos données avant la migration.

[Obtenir le modèle →](#)



Il existe deux approches distinctes pour recréer vos données Salesforce dans HubSpot :

La migration

Les éléments qui prennent en charge exactement les mêmes fonctionnalités d'un système à un autre suivront le processus de migration typique, à l'instar d'un copier-coller. Ces éléments ne nécessitent aucune modification pour fonctionner de la même manière dans HubSpot que dans Salesforce.

Ces éléments incluent généralement :



Les e-mails



Les formulaires



Les pages de destination

L'adaptation

Les éléments qui ne correspondent pas directement à HubSpot devront être adaptés pour s'intégrer à votre nouvelle plateforme en vue d'un fonctionnement fluide, une fois actifs. Ces éléments nécessitent probablement d'être recréés manuellement et de faire l'objet de changements structurels afin de produire les résultats escomptés dans votre plateforme HubSpot.

Ces éléments incluent généralement :



Les listes



L'automatisation et les workflows



Les rapports

Conseil : si vous rencontrez des éléments ne pouvant pas facilement être adaptés ou migrés, créez un plan dédié à ces ressources avant le début de votre migration. Vous devrez peut-être les sauvegarder dans le système tiers ou choisir de ne pas les transférer vers HubSpot.



Catégorisez et cataloguez vos éléments dans une feuille de calcul ou un document au format similaire. Démarrez le mappage des données en tenant compte du moment et des conditions d'exécution du transfert de l'ensemble des ressources de votre plateforme Salesforce vers HubSpot.

Faites l'inventaire des propriétés personnalisées dont vous avez besoin dans HubSpot en fonction des champs que vous utilisez actuellement dans Salesforce. Puis, compilez une liste des nouvelles propriétés que vous ne sauvegardez pas à l'heure actuelle, mais que vous souhaitez utiliser à l'avenir.

Puisque vous vous référerez à ce catalogue durant la phase de migration, assurez-vous qu'il soit précis, complet et facile à modifier lorsque vous commencerez la migration des éléments.



Nettoyer les données Salesforce

Alors que vous vous préparez à effectuer la migration, prenez le temps d'évaluer les données présentes dans votre plateforme Salesforce. Votre plateforme héberge une vaste bibliothèque de données clients, et il est important d'évaluer la qualité et l'intégrité de ces données avant d'investir dans leur migration vers HubSpot.

La migration de données inexactes, obsolètes ou incomplètes est un gaspillage de ressources, et il est inutile d'encombrer votre nouvelle plateforme avec des informations inutilisables.

Effectuez l'audit de votre plateforme Salesforce et supprimez toutes les données que vous ne prévoyez pas d'utiliser à l'avenir, telles que :

- Les contacts incomplets ou inactifs
- Les contacts non engagés enfreignant les règles de conformité
- Les fiches d'informations obsolètes, telles que les notes, les activités et les communications
- Les doublons de fiches d'informations de contact et autres informations redondantes

Il est possible d'utiliser des outils de nettoyage de données pour supprimer automatiquement les fiches d'informations en double, identifier celles qui sont incomplètes et évaluer l'intégrité globale de vos données Salesforce. Les outils populaires incluent **Cloudingo**, **InfoCleanse**, et **Tye**.

Conseil : assurez-vous que vos données répondent à toutes les exigences de conformité applicables afin d'importer les consentements explicites avec les informations de contact. Par exemple, conserver des contacts non engagés pendant plus de deux ans enfreint le RGPD, évitez donc de transférer leurs données non conformes vers HubSpot.

Sauvegarder les données

Une fois le mappage des données que vous souhaitez migrer effectué et une fois l'excédent éliminé, il vous faut créer un plan de sauvegarde. Que vous ayez toujours accès ou non à Salesforce après la migration, il peut s'avérer pertinent de sauvegarder l'intégralité de votre bibliothèque de données au cas où un problème surviendrait durant le processus de migration.

Créez une sauvegarde de l'ensemble du système, mais portez une attention particulière aux données que vous êtes le plus susceptible de perdre au cours de la migration, comme les horodatages ou les notes consignées manuellement, et créez un plan de sauvegarde ou de conservation dédié pour protéger ces informations.

Il est possible d'utiliser un export CSV standard pour extraire des données de Salesforce ou de configurer une API ou une intégration afin de sauvegarder vos données en dehors de Salesforce sans en perdre aucune.



Créer un plan de migration

Il est à présent temps de transformer vos exigences en termes de migration, de mappage de la plateforme et d'éléments à conserver en un plan de migration cohérent. Ce plan vous aidera non seulement à vous organiser, il guidera également vos équipes tout au long du processus et garantira que chacun comprend son rôle et ses responsabilités.

- **Responsabilisez vos équipes.** Désignez une ou plusieurs personnes responsables de chaque étape du processus de migration. Responsabiliser dès le début du processus vous aidera à résoudre plus efficacement les remontées d'incidents potentielles, tout en empêchant l'interruption de votre projet en cours de route.
- **Identifiez les étapes clés.** Quels que soient vos objectifs, vous devez suivre plusieurs étapes essentielles. Documentez ces étapes en fonction des priorités des parties prenantes, de l'effectif des équipes et des dates de conclusion estimées, puis utilisez-les pour créer votre chronologie de projet complète.

Fonctionner par étapes est crucial pour mener à bien votre projet de migration. Voici quelques événements clés à inclure dans votre plan de migration :

- 1 **Le mappage complet des éléments**
- 2 **Le premier import complet**
- 3 **L'obtention de l'ensemble des données**
- 4 **Les tests et vérifications**
- 5 **La formation de l'ensemble des équipes**
- 6 **L'arrêt de la plateforme Salesforce**



- **Créez une chronologie réaliste.** Mappez vos étapes clés et créez une chronologie complète autour de celles-ci, tout en identifiant les dépendances, les délais non négociables et les domaines permettant une certaine flexibilité. Définissez des objectifs à court et long terme, en notant que vous devrez revenir en arrière et ajuster votre chronologie si vous ne les atteignez pas comme attendu.

Conseil : utilisez le cadre DARCI afin d'établir des rôles clairs et de responsabiliser les équipes tout au long de votre projet de migration. Découvrez le **modèle de gestion de projet de migration de données CRM** de HubSpot (en anglais) pour faire vos premiers pas.

- **Partagez l'information.** Une fois votre plan de migration finalisé, partagez-le avec tous les membres de votre entreprise, en particulier les personnes qui seront directement concernées par les temps d'arrêt du système ou les changements temporaires du processus, ainsi que celles qui seront impactées par les nouveaux systèmes et processus que vous mettez en place.



Le processus de migration

Phase 2

La migration

La phase de migration consiste à exécuter les plans et les processus que vous avez définis précédemment. Elle se concentre sur les configurations techniques dans la plateforme HubSpot et le transfert de vos données Salesforce, ainsi que sur les vérifications, les tests et tous les autres éléments menant à l'activation de votre nouvelle solution.





Configurer la plateforme HubSpot

Que vous démarriez de zéro ou que vous procédiez à une migration des données Salesforce vers une plateforme HubSpot bien établie, vous devrez configurer différents éléments en fonction des objectifs de migration et des exigences en matière de données de votre entreprise.

La migration de la plupart de vos données peut s'effectuer directement, mais il vous suffit d'intégrer Salesforce et HubSpot pour migrer directement les champs vers les propriétés, et ainsi laisser une marge de manœuvre pour les adaptations ponctuelles.



L'univers de HubSpot est nouveau pour vous ?

HubSpot Academy propose des formations gratuites pour vous aider à faire vos premiers pas.

- [Découvrir la base de contacts de HubSpot →](#)

D'un autre côté, explorer les intégrations personnalisées et l'automatisation afin de rationaliser le processus peut se révéler utile si vous devez effectuer plusieurs adaptations complexes.

- **Effectuez la migration des champs vers HubSpot.** À l'aide de la feuille de calcul que vous avez créée lors de la phase préparation de la migration, définissez et **créez des propriétés personnalisées** dans le CRM de HubSpot. Le mappage direct du champ à la propriété est assez simple, notamment de Prénom à Prénom ou d'Entreprise à Entreprise, mais des éléments tels que les pipelines de transactions, les processus de vente et les modèles devront être entièrement recréés dans le CRM de HubSpot. Si vous utilisez une API dans votre migration, extrayez-y des activités telles que des tâches, des appels et des documents afin de vous assurer que celles-ci sont correctement adaptées comme attendu.

Conseil : intégrez vos plateformes Salesforce et HubSpot pour migrer automatiquement les champs Salesforce existants. Vous pouvez activer la synchronisation des champs et des propriétés, mais vous devez laisser la synchronisation des données inactive afin d'éviter les transferts de données prématurés.

Pour en savoir plus, consultez le blog de HubSpot →

- **Transférez et recréez les éléments.** Même si la migration de certains éléments peut s'effectuer directement, d'autres devront être entièrement recréés. En plus des champs, propriétés et objets individuels, vous devrez recréer différents modèles dans le CRM de HubSpot. Créez chaque élément, comme les modèles d'e-mail, les formulaires et les pages de destination, en fonction de votre feuille de calcul de mappage de données, et en notant l'ensemble des ajustements et paramètres structurels pour une utilisation future. C'est aussi le moment idéal pour ajouter les nouveaux éléments que vous avez identifiés dans votre plan de migration initial.

- **Créez des workflows opérationnels.** Une fois toutes vos propriétés et éléments configurés, vous devez configurer des workflows et d'autres fonctionnalités automatisées afin que vos équipes tirent le meilleur parti du nouveau CRM. Ceux-ci permettent aux équipes d'automatiser les tâches régulières, les notifications et les mises à jour de fiches d'informations, ce qui facilite encore la rationalisation des opérations marketing et commerciales. Vous devez également configurer à ce moment-là des notifications pour le transfert à l'équipe commerciale, les interactions avec les contacts et tout autre processus qui aidera à unifier vos équipes marketing, commerciale et de service client.
- **Personnalisez les objets de la chronologie.** Il est possible d'utiliser l'API du CRM de HubSpot pour créer des événements de la chronologie qui segmentent vos contacts en fonction de leurs interactions avec votre entreprise et fournissent des informations contextuelles précieuses sur leurs activités. Par exemple, s'ils ont réellement assisté au webinar auquel ils se sont inscrits ou s'ils ont téléchargé leur offre de contenu après avoir rempli un formulaire de génération de leads. Créez des modèles d'événement, ajoutez des jetons et personnalisez les détails afin que votre suivi d'événement soit prêt une fois vos données Salesforce importées.



Migrer les données dans HubSpot

Le moment est venu d'**importer vos données dans HubSpot**.

Ce processus peut être accompli de plusieurs façons, et il est probable que vous utilisiez plus d'une méthode pour transférer toutes vos informations et vous assurer qu'elles sont accessibles dans HubSpot.

- **Réalisez un import CSV** : ce processus est assez simple et constitue probablement l'option la moins technique pour transférer vos données. Exportez simplement vos données du CRM de Salesforce dans un fichier au format .csv et chargez-les dans HubSpot pour importer des contacts, des entreprises, des transactions, des tickets, des produits et des notes.
- **Tirez parti de l'intégration de Salesforce : l'intégration Salesforce de HubSpot** facilite l'extraction de l'ensemble de vos données depuis Salesforce en une seule fois. Configurez-la et utilisez la fonctionnalité de synchronisation des données pour migrer vos données de champ Salesforce vers les propriétés correspondantes dans HubSpot.

- **Recréez des éléments non transférables** : utilisez les propriétés personnalisées que vous avez créées précédemment pour stocker les données Salesforce qui ne correspondent pas à une propriété prête à l'emploi dans HubSpot. Si vous extrayez des données pour un objet en dehors de l'outil d'import de HubSpot, envisagez d'utiliser une synchronisation par lots APEX afin d'éviter de perturber les associations.

Conseil : assurez-vous d'utiliser le bon type d'import pour les chargements au format .csv. Si vous effectuez uniquement l'import de contacts, choisissez l'import à un objet. Si vous effectuez l'import de contacts et de transactions en même temps, choisissez l'import à plusieurs objets.



Vous ne savez pas quelle méthode de migration utiliser ?

Gardez à l'esprit que l'approche CSV est idéale pour les mappages et les associations personnalisés. Celle-ci vous permet également d'extraire des sous-ensembles de fiches d'informations, mais nécessite un travail technique préalable pour obtenir une configuration adéquate.

D'un autre côté, une intégration n'autorise toutes les données que pour un ou plusieurs types d'objets. L'intégration est le choix idéal si vous devez prendre en charge des mappages standards ou préexistants, car c'est la méthode la plus simple à utiliser bien que celle-ci offre moins de possibilités de personnalisation qu'un import CSV manuel.

Même si vous avez pleinement confiance dans votre mappage de données, il peut vous être utile de migrer par phases, en testant d'abord un petit lot de données plutôt que de transférer toute votre bibliothèque en une seule fois. De cette façon, vous pouvez noter toutes vos inquiétudes et ajuster votre processus d'import afin de les résoudre.

Répétez et appliquez ce processus d'ajustement et de suivi jusqu'à obtenir un statut d'import sans erreur, puis importez le reste de vos données.

Conseil : importez les contacts Salesforce actifs en dernier, une fois les vérifications et les tests terminés, afin d'éviter de perturber le cycle de vente ou de manquer des opportunités d'engagement clés.



Migrer des objets personnalisés avec des API

L'intégration Salesforce de HubSpot facilite la migration de champs Salesforce spécifiques vers HubSpot, mais elle ne prend pas en compte tous les types de données. Pour migrer des objets personnalisés ou des jeux de données uniques, vous devrez configurer une API qui synchronisera les données entre les deux systèmes et vous assurera que toutes vos informations sont correctement organisées dans votre nouveau CRM.

De nombreuses API HubSpot sont disponibles pour différents cas d'utilisation et objets, tels que les événements comportementaux personnalisés et les calendriers marketing, entre autres.

Par exemple, l'**API Ecommerce Bridge** vous permet de migrer des données d'e-commerce de Salesforce vers HubSpot et de configurer des fonctionnalités d'e-commerce prêtes à l'emploi dans votre nouvelle plateforme HubSpot, notamment :



Les workflows d'e-mails d'abandon de panier



La segmentation de listes basée sur l'activité des clients



Les tableaux de bord de rapports d'e-commerce



- [En savoir plus sur l'API \(en anglais\) →](#)
- [Lire la documentation développeurs \(en anglais\) →](#)

Effectuer des vérifications

Une fois la migration de la plupart de vos données vers HubSpot effectuée, il est temps de passer en revue et d'évaluer le travail de votre équipe, ainsi que de vérifier si vos nouvelles données s'affichent dans HubSpot comme vous le souhaitez.

Évaluez vos données selon les critères suivants :

- **Qualité** : les données de votre CRM sont-elles organisées et complètes ? Y'a-t-il des propriétés ou même des fiches d'informations de contact entières à prendre en compte ?
- **Cohérence** : vos nouvelles données sont-elles toutes formatées correctement ? Dans l'ensemble, les données vous semblent-elles cohérentes et alignées avec celles existant dans HubSpot ?
- **Accessibilité** : les données sont-elles faciles à localiser en fonction de la structure de votre CRM et de vos propriétés associées ? Les utilisateurs disposent-ils d'un moyen fiable pour trouver différents types d'informations ?

Il est possible de configurer des rapports de test et des tableaux de bord afin d'obtenir une vue d'ensemble, mais vous devez également approfondir ces questions pour vous assurer que tout fonctionne correctement, jusqu'à l'organisation des fiches d'informations ou le transfert des notes de contact depuis Salesforce.

Conseil : lorsque vous créez la chronologie de votre migration, incluez une période de battement de 30 jours pour effectuer les vérifications et les tests avant son activation.



Effectuer des tests et des corrections de bugs associées

Bien qu'activer votre nouvelle solution dès la fin de la migration des données puisse être tentant, il est préférable de gérer les bugs et autres problèmes avec une petite équipe dédiée avant d'adapter l'outil à différents utilisateurs marketing et commerciaux.

Utilisez différentes tactiques pour évaluer les performances du système et éliminer tout problème potentiel. Un test efficace n'implique pas seulement un simple script automatisé, alors prenez également le temps de former une équipe de test, en donnant des conseils sur :

- La durée des tests : établissez clairement le temps que celle-ci doit consacrer aux tests et expliquez comment assurer le suivi si plus de temps ou de ressources sont nécessaires.
- Les cas d'utilisation : formulez des instructions détaillées sur les cas d'utilisation et les scénarios à tester.
- Le feedback : définissez des attentes sur la manière, l'endroit et le moment où l'équipe doit sauvegarder ses résultats, ainsi que les notes ou commentaires supplémentaires qui pourraient éclairer la résolution de problèmes.

- Les mesures correctives : expliquez comment résoudre les problèmes ou spécifiez des points de contact dédiés permettant d'assurer le suivi si une autre équipe s'occupe des mesures correctives.

Il est également recommandé d'investir dans des tests utilisateurs afin de vous assurer que vos utilisateurs finaux comprennent la configuration du CRM et la façon dont elle s'applique à leurs fonctions respectives. Ce processus vous permet également d'obtenir des informations supplémentaires auprès d'utilisateurs quotidiens.

Conseil : lors des tests utilisateurs, assurez-vous de sélectionner un échantillon diversifié d'utilisateurs finaux, de votre analyste de données au fait des dernières technologies au spécialiste du marketing de contenu qui témoigne d'une expérience minimale en matière de CRM. Grâce à ce large éventail, vous vous assurerez que votre nouvelle solution aide efficacement l'ensemble des membres de votre équipe.

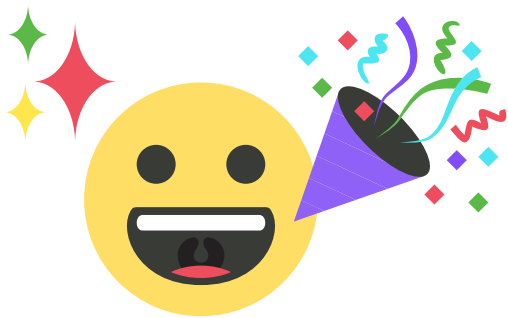
Phase 2

[Retour au tableau de conversion →](#)

Activation

Vous avez terminé votre migration. Le moment est donc venu de mettre tous vos nouveaux éléments et fonctionnalités automatisés en ligne via le portail HubSpot.

Une fois votre plateforme HubSpot active, rappelez à votre équipe d'arrêter de saisir des données dans votre ancien CRM Salesforce, même si vous n'avez pas complètement désactivé le système, afin d'éviter toute perte de données.



Guide de la migration entre Salesforce et HubSpot



Le processus de migration

Après la migration

Phase 3

Même si votre avancée sur le plan technologique est conséquente, il reste encore plusieurs étapes critiques à suivre pour vous assurer de tirer le meilleur parti de votre CRM nouvellement centralisé.

La phase de post-migration est centrée sur la gestion du changement, de l'onboarding de vos utilisateurs finaux à la mise en place de bonnes pratiques et la création d'une documentation permettant un succès à long terme.



Former les équipes

Votre migration CRM à présent terminée, impliquez vos utilisateurs finaux et aidez-les à utiliser efficacement toutes les fonctionnalités et capacités de HubSpot. En l'absence de processus de gestion du changement suffisants, tels que l'onboarding, la formation et le développement continu des compétences, vous constaterez probablement un faible niveau d'adoption et une sous-utilisation de fonctionnalités pourtant puissantes.

Collaborez avec les parties prenantes, les responsables et un groupe de réflexion composé d'utilisateurs finaux afin d'aborder la façon dont chacun envisage d'utiliser HubSpot en plus des outils et processus existants. Utilisez les informations tirées de cette collaboration, ainsi que les [articles de la base de connaissances du CRM de HubSpot](#), pour élaborer un plan de formation pour votre entreprise. Voici quelques conseils de formation à garder à l'esprit :

- **Procédez par étapes pour favoriser l'adoption.** Plutôt que de revoir d'un coup tous vos processus internes, déployez de nouveaux ensembles de fonctionnalités par petits blocs. Si vous constatez qu'un membre de l'équipe apprécie tout particulièrement une fonctionnalité spécifique, désignez cette personne comme experte sur le sujet et appuyez-vous sur elle pour partager son intérêt ainsi que ses connaissances avec le reste de l'équipe.
- **Organisez plusieurs sessions de formation rapprochées** plutôt qu'une seule présentation destinée à l'ensemble de l'entreprise. Cette approche permet d'interagir avec les personnes formées et de s'assurer que celles-ci utilisent le système efficacement. Pour cela, demandez-leur d'expliquer leurs processus ou de faire une démonstration des compétences nouvellement acquises.
- **Proposez-leur des exercices pratiques et effectuez des vérifications régulières** au cours des premiers mois. Appliquer ce qui a été appris est plus efficace que de regarder des vidéos pédagogiques, donc présentez à vos équipes des cas pratiques ou encouragez-les à découvrir certains ensembles de fonctionnalités au fur et à mesure de la formation.
- **Adaptez la formation au service ou à la fonction** afin de donner aux utilisateurs clés les outils et techniques nécessaires pour notamment lancer des campagnes et analyser des données. Plus la formation de chaque équipe est ciblée, plus ces équipes sont susceptibles de maîtriser les outils de HubSpot qui se auront un impact sur leurs performances au quotidien.

Prioriser la gestion des données

Une fois vos équipes et vos systèmes alignés, il vous faut revenir à la vaste bibliothèque de données présente dans votre plateforme nouvellement consolidée.

Effectuez le suivi de vos efforts de nettoyage des données avant la migration en créant un processus de gestion des données évolutif pour vos opérations. Implémentez des normes de qualité et de sécurité fondées sur les bonnes pratiques du secteur et les exigences spécifiques de votre entreprise en termes de données, en fonction du secteur ou de la région.

Voici quelques recommandations :

- **Utilisez les règles de conformité pour améliorer la clarté des données.** Passez en revue les règles applicables à votre entreprise et assurez-vous qu'elles se reflètent dans vos pratiques de gestion des données.
- **Validez les données relatives aux leads au fur et à mesure qu'elles entrent dans votre CRM.** Utilisez un outil de validation des leads pour évaluer les données des utilisateurs lorsqu'elles entrent dans votre système, en comblant les lacunes et en corrigeant les inexactitudes dès que possible.

- **Effectuez des nettoyages et des audits de données réguliers.** Générez des rapports mensuels sur les exceptions et planifiez des audits afin d'évaluer la qualité des données et d'identifier les lacunes ou les incohérences.
- **Ayez recours à l'automatisation autant que possible.** Rationalisez la saisie de données avec **les fonctionnalités d'automatisation de HubSpot** afin d'économiser du temps et des efforts à vos équipes tout en réduisant le risque d'erreur humaine.



Vous voulez en savoir plus sur la gestion de données ?
Découvrez les formations dédiées de HubSpot :

- **[Améliorer l'expérience utilisateur avec la personnalisation →](#)**
- **[Élaborer une stratégie relative au RGPD →](#)**

Quelles sont les prochaines étapes ?

Avoir toutes vos données clients, vente et marketing dans le CRM de HubSpot vous permet de créer des expériences exceptionnelles pour toutes les personnes qui interagissent avec votre marque.

Lors de la phase d'adaptation aux outils et processus mis à jour, n'oubliez pas que la migration vers HubSpot n'est pas la dernière étape pour atteindre l'unification des opérations, mais bien une première étape cruciale qui présente de nouvelles opportunités de croissance, d'optimisation et d'alignement.

Quelques conseils pour continuer votre expansion avec HubSpot :

- **Assurez une formation et un support continus sur les nouvelles fonctionnalités.** Le CRM de HubSpot se développe constamment afin d'inclure de nouvelles fonctionnalités et opportunités d'intégration. Tenez vos équipes informées des derniers développements et mettez à leur disposition des ressources de formation continue afin de les aider à maîtriser les nouvelles fonctionnalités.

- **Créez un CRM qui vous accompagne tout au long de votre croissance.** Aucun CRM n'a pour vocation d'être statique. Au contraire, votre CRM doit évoluer avec votre entreprise et s'adapter pour répondre à vos besoins et aux demandes des clients. Faites appel à l'expertise de partenaires et concentrez-vous sur la durabilité afin que votre CRM s'adapte toujours à vos opérations commerciales.
- **Explorez l'ensemble de l'écosystème HubSpot.** Ajoutez des logiciels supplémentaires à votre CRM afin de prendre en charge les opérations, les ventes ou encore le service client. HubSpot met à votre disposition un vaste choix d'intégrations et d'outils pour vous aider à développer une solution complète pour accélérer votre croissance.



Conclusion

À propos de New Breed

New Breed est le partenaire de choix d'entreprises internationales en pleine croissance pour la gestion de leurs performances en matière de chiffre d'affaires. Désigné partenaire HubSpot nord-américain de l'année, New Breed aide ses clients à générer une croissance durable et évolutive avec HubSpot grâce à une plateforme intégrée unique qui combine la génération de demande, les opérations de revenus et des services de conception et de développement web, ainsi que des technologies et des applications propriétaires.

NEW BREED +

