
Guia definitivo de migração do Salesforce para a HubSpot

Como construir um roteiro realista para sua migração de CRM

À medida que sua organização evolui, o mesmo acontece com as ferramentas e tecnologias que você usa para gerenciar as operações e encantar os usuários finais.

Seja você uma marca em rápido crescimento ou um veterano do setor procurando otimizar suas ferramentas tecnológicas, a migração para o CRM da HubSpot ajudará sua organização a crescer melhor, com uma plataforma que promove o alinhamento entre suas equipes de marketing, vendas e atendimento ao cliente.

Elaboramos este guia como um roteiro de migração completo. Nele, você encontrará tudo o que precisa para migrar com sucesso, além de algumas dicas e práticas recomendadas para manter seu projeto funcionando sem problemas ao longo do caminho.



Qual é o conteúdo?

INTRODUÇÃO

Desenvolvimento de operações unificadas de vendas, marketing e atendimento ao cliente.....	4
Alinhando com base em uma única solução	5
Tabela de conversão do Salesforce para a HubSpot.....	7

O PROCESSO DE MIGRAÇÃO

Fase 1: Pré-migração 9

- Avalie as necessidades de migração e tradução
- Limpe seus dados do Salesforce
- Faça backup dos seus dados
- Crie um plano de migração

Fase 2: Migração..... 17

- Configure sua instância da HubSpot
- Migre seus dados para a HubSpot
- Abra caminho para o controle de qualidade
- Realize testes e corrija os bugs encontrados
- Ativar!

Fase 3: Pós-migração 26

- Ajude suas equipes a entrar no ritmo
- Priorize o gerenciamento de dados

CONCLUSÃO

O que vem em seguida?.....	29
Sobre a New Breed	30



Desenvolvimento de operações unificadas de vendas, marketing e atendimento ao cliente

Apesar de um aumento exponencial nas tecnologias omnicanal, 56% dos compradores sentem que há uma lacuna entre as experiências tradicionais de compra B2B e suas necessidades em evolução; uma lacuna que muitos creditam à divisão invisível, mas impactante, entre equipes de vendas e marketing.*

56%

dos compradores sentem que há uma lacuna entre as experiências tradicionais de compra B2B e suas necessidades em evolução

Esse desalinhamento normalmente não se desenvolve a partir de uma rivalidade profunda ou teimosia das equipes. Em vez disso, o verdadeiro culpado geralmente é o conjunto de ferramentas que essas equipes usam para expandir seus negócios. Adicione um terceiro sistema para o departamento de atendimento ao cliente e é fácil ver como os clientes podem notar uma desconexão.

Se seus departamentos de vendas, marketing e atendimento ao cliente operam em vários sistemas armazenados em silos, as informações críticas inevitavelmente ficarão perdidas pelo meio do caminho, o que resulta em lacunas nos dados do cliente e oportunidades de conversão perdidas. As equipes podem passar horas rastreando dados críticos ou dias esperando a TI reconectar plataformas.

O CRM da HubSpot ajuda você a diminuir a divisão entre suas equipes de vendas e marketing e até mesmo oferece suporte ao seu departamento de atendimento ao cliente.

Em vez de conectar sistemas manualmente ou correr atrás de dados críticos, suas equipes podem operar por meio de uma plataforma fácil de usar que oferece recursos poderosos para todos.



Alinhando com base em uma única solução

Ao criar um caso de negócios para o CRM da HubSpot, considere o estado atual das operações da sua organização. Algum dos cenários a seguir parece familiar?

CENÁRIO 1

Suas equipes usam a HubSpot para atividades de marketing e, em seguida, passam SQLs para o Salesforce, criando uma desconexão entre vendas e marketing.

CENÁRIO 2

Sua instância do Salesforce se tornou muito grande ou complexa para ser gerenciada internamente e você está procurando uma solução mais simples.

CENÁRIO 3

Seu administrador do Salesforce saiu recentemente e você não tem recursos internos para continuar gerenciando essa ferramenta.

CENÁRIO 4

Suas equipes precisam de uma plataforma central para gerenciar e armazenar dados de clientes, registrar atividades e avaliar métricas de desempenho.



Talvez a complexidade do Salesforce crie mais desafios do que resolva. Ou talvez sua prioridade seja combinar suas operações de marketing, vendas e atendimento ao cliente em um sistema unificado.

Não importa onde você esteja na lista acima, migrar para o CRM centralizado da HubSpot capacitará suas equipes a crescer melhor juntas.

Com a HubSpot você pode ter um único painel da verdade em todo o ciclo de vida do cliente sem sacrificar funcionalidade ou personalização. Suas equipes podem aproveitar uma variedade de recursos e capacidades prontos para uso para alcançar prospects sem um grande esforço técnico ou soluções alternativas demoradas.

A longo prazo, essa centralidade da plataforma permite mais valor do ciclo de vida do cliente com custos gerais significativamente reduzidos. Além disso, casar suas operações no back-end facilita ainda mais a entrega de experiências perfeitas para todos que interagem com sua marca.



Tabela de conversão do Salesforce para a HubSpot

Ambos os CRMs têm suas próprias convenções de nomenclatura exclusivas, mas também compartilham vários termos comuns. Use esta tabela de conversão para traduzir a terminologia entre os dois sistemas ou saiba mais sobre os objetos da HubSpot.

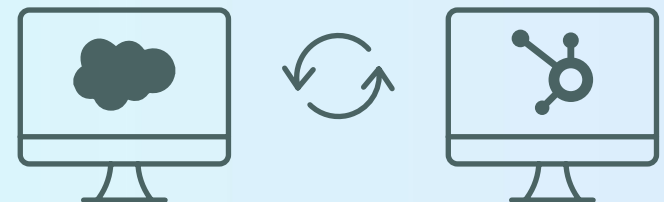


No Salesforce, as informações de contato são armazenadas de duas maneiras:

- **Objetos de lead** designam usuários sem histórico de compras; este é o objeto padrão para armazenar novas informações do usuário.
- **Objetos de contato** referem-se a quaisquer contatos associados a um objeto de conta ou àqueles que possuem algum nível de histórico de compras com sua organização.



Na HubSpot, esses objetos são consolidados em um único **objeto de contato**, que é usado para qualquer pessoa salva em seu CRM.





No Salesforce, o **objeto de oportunidade** é usado para armazenar informações sobre qualquer conta nos ciclos de vendas.

No Salesforce, um **objeto de conta** refere-se a qualquer organização salva em seu CRM.

No Salesforce, um **campo** é uma parte de um objeto que contém uma informação específica, como moeda, sobrenome etc.

No Salesforce, uma **campanha** refere-se a uma única atividade de marketing, como um anúncio, mala direta ou conferência.

Na HubSpot, ele se chama **objeto de negócio**.

Na HubSpot, ele se chama **objeto de empresa**.

Na HubSpot, esses mesmos ativos são chamados de **propriedades**.

Na HubSpot, uma **campanha** refere-se a uma série maior de atividades relacionadas, em vez de uma única atividade. A campanha da HubSpot permite marcar ativos e conteúdo de marketing relacionados juntos para que você possa medir facilmente a eficácia de seus esforços de marketing coletivos.



O processo de migração

Fase 1

Pré-migração

Antes de entrar em mais detalhes sobre integrações, importações de dados e configuração do sistema, há várias etapas que você pode seguir para garantir que sua migração ocorra sem problemas e que suas equipes estejam alinhadas sobre exatamente como o processo será realizado.

A fase de pré-migração se concentra na avaliação de seus sistemas atuais e na criação de um plano detalhado para orientar suas equipes pela migração propriamente dita.

VEJA COMO COMEÇAR



Avalie as necessidades de migração e tradução

A primeira etapa de qualquer migração bem-sucedida é articular o que você deseja passar para o novo sistema, com base em quais ativos você usa hoje e quais planeja começar a usar em um futuro próximo.

Comece identificando o que você deseja passar do Salesforce para a HubSpot.

Seja específico e baseie suas decisões em quais ativos suas equipes usam hoje e precisarão a longo prazo, como contatos, modelos e campos personalizados. Restringir sua lista no início evita transferências de dados desnecessárias que desorganizarão sua nova plataforma.

Em seguida, é hora de determinar como você recriará todos esses ativos na HubSpot. Apesar de vários deles terem uma correspondência direta entre os dois sistemas, você provavelmente precisará adaptar outros para se adequarem à funcionalidade exclusiva da HubSpot.

Precisa mapear seus campos do Salesforce para propriedades da HubSpot?

Use o modelo de correspondência de propriedades para migração de dados da HubSpot para organizar e mapear seus dados antes de migrar.

[Baixar o modelo →](#)



Existem duas abordagens distintas para recriar seus dados do Salesforce na HubSpot:

Migração

Os ativos que suportam exatamente a mesma funcionalidade de um sistema para outro seguirão o processo de migração típico; pense na funcionalidade simples de copiar e colar. Esses ativos não exigem nenhuma modificação para funcionar na HubSpot da mesma forma que funcionavam no Salesforce.

Eles geralmente incluem:



E-mails



Formulários



Landing pages

Tradução

Os ativos sem correspondente direto na HubSpot precisarão ser adaptados para se adequarem à sua nova plataforma e funcionar corretamente quando forem ativados. Esses ativos provavelmente exigem recriação manual e certas alterações estruturais para produzir os resultados pretendidos em sua instância da HubSpot.

Eles geralmente incluem:



Listas



Automação/fluxos de trabalho



Relatórios

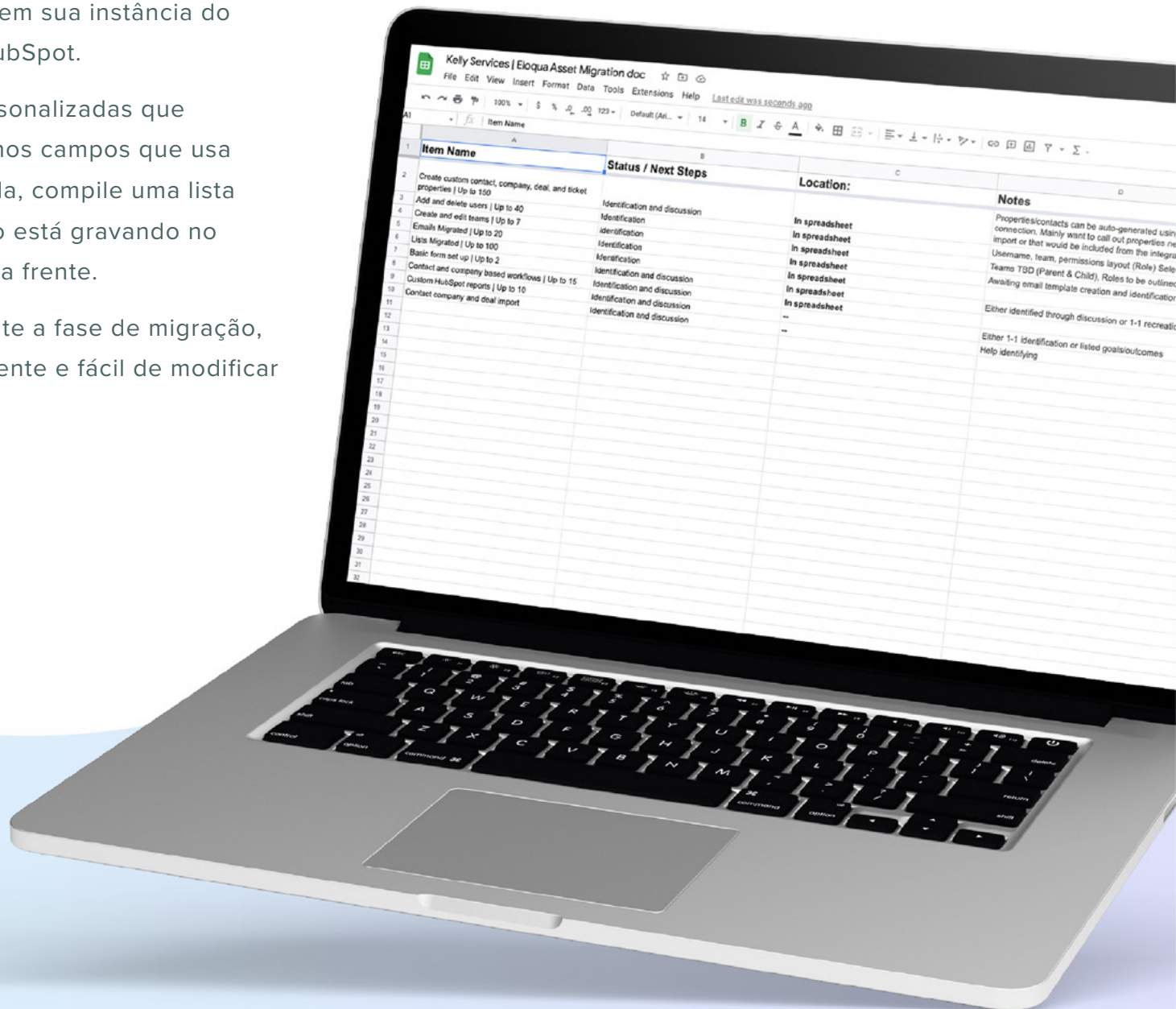
Dica: se você encontrar ativos que não podem ser traduzidos ou migrados com facilidade, estabeleça um plano para eles antes de começar a migração. Você pode precisar fazer backup deles no sistema de terceiros ou pode optar por não transferi-los para a HubSpot.



Categorize e catalogue seus ativos em uma planilha ou formato similar. Inicie o mapeamento de dados contabilizando quando e como tudo em sua instância do Salesforce será transferido para a HubSpot.

Faça uma lista das propriedades personalizadas que você precisa na HubSpot com base nos campos que usa atualmente no Salesforce. Em seguida, compile uma lista de novas propriedades que você não está gravando no momento, mas deseja usar daqui para frente.

Você consultará esse catálogo durante a fase de migração, portanto, ele deve ser exato, abrangente e fácil de modificar ao começar a migração de ativos.



Limpe seus dados do Salesforce

Ao se preparar para migrar, reserve um tempo para avaliar os dados que residem em sua instância do Salesforce. Sua plataforma abriga uma ampla biblioteca de dados de clientes e é importante para avaliar a qualidade e a integridade desses dados antes de investir na migração para a HubSpot.

A migração de dados imprecisos, desatualizados ou incompletos é um desperdício de recursos e não há muito benefício em desorganizar sua nova plataforma com informações inutilizáveis.

Audite sua instância do Salesforce e remova todos os dados que você não planeja usar no futuro, como:

- Contatos inativos ou incompletos
- Contatos não engajados que violam regulamentos de conformidade
- Registros desatualizados, incluindo todas as notas, atividades e comunicações
- Registros de contato duplicados e outras informações redundantes

Você pode aproveitar ferramentas de limpeza de dados para remover automaticamente registros duplicados, identificar os incompletos e avaliar a integridade geral de seus dados do Salesforce. As opções mais populares incluem [Cloudingo](#), [InfoCleanse](#) e [Tye](#).

Dica: verifique se os seus dados atendem a todos os requisitos de conformidade relevantes para que você possa importar consentimento explícito junto com informações de contato. Por exemplo, reter contatos não engajados por mais de dois anos viola o GDPR, portanto, evite transferir dados não compatíveis deles para a HubSpot.

Faça backup dos seus dados

Depois de mapear os dados que deseja migrar e limpar o excesso, é hora de criar um plano de backup. Independentemente de você ainda ter acesso ao Salesforce após a migração, é sempre uma boa ideia fazer backup de toda a sua biblioteca de dados para o caso de algo dar errado durante o processo de migração.

Crie um backup de todo o sistema, mas preste muita atenção aos dados que você provavelmente perderá durante a migração, como registros de data e hora ou notas registradas manualmente, e estabeleça um backup dedicado ou um plano de retenção para manter essas informações seguras.

Você pode usar uma exportação de CSV padrão para extrair dados do Salesforce ou configurar uma API ou integração para fazer backup de seus dados fora do Salesforce e garantir que nada seja perdido na confusão.



Crie um plano de migração

Agora é hora de transformar seus requisitos de migração, mapeamento de plataforma e lista de ativos em um plano de migração coeso. Esse plano não apenas ajudará você a se organizar, mas também orientará suas equipes ao longo do processo e garantirá que todos entendam suas funções e responsabilidades distintas.

- **Responsabilize suas equipes.** Atribua um responsável para cada etapa do processo de migração. Estabelecer a responsabilidade antecipadamente ajudará você a resolver possíveis agravamentos com mais eficiência e evitará que seu projeto fique estagnado no caminho.
- **Identifique os principais marcos.** Independentemente de suas metas específicas, existem vários marcos essenciais para acompanhar ao longo do caminho. Documente-os com base nas prioridades das partes interessadas, largura de banda da equipe e datas de conclusão estimadas. Em seguida, use-os para construir um cronograma abrangente do seu projeto.

Os marcos são fundamentais para levar seu projeto de migração até a linha de chegada. Veja alguns eventos importantes para incluir em seu plano de migração:

- 1 **Concluir mapeamento de ativos**
- 2 **Concluir primeira importação**
- 3 **Finalizar todos os dados**
- 4 **Concluir controle de qualidade e testes**
- 5 **Concluir treinamento da equipe**
- 6 **Descontinuar instância do Salesforce**



- **Construa um cronograma realista.** Mapeie seus principais marcos e construa um cronograma abrangente em torno deles, identificando dependências, prazos não negociáveis e áreas com flexibilidade de tempo. Defina metas de curto e longo prazo, lembrando-se de que você precisará voltar e ajustar seu cronograma se não as cumprir conforme o esperado.

Dica: use a estrutura DARCI para estabelecer funções e responsabilidades claras e monitorar as equipes durante o projeto de migração. Confira o **modelo de gerenciamento de projetos de migração de dados de CRM** da HubSpot para começar.

- **Espalhe a notícia.** Quando finalizar seu plano de migração, compartilhe-o com todos em sua organização, especialmente as pessoas que serão afetadas diretamente pelo tempo de inatividade do sistema ou mudanças temporárias de processo, bem como aquelas que serão afetadas pelos novos sistemas e processos que você implementar.



O processo de migração

Migração

A fase de migração trata da execução dos planos e processos que você definiu acima. Ela se concentra nas configurações técnicas na HubSpot e na transferência real de seus dados do Salesforce, além de controle de qualidade, testes e todos os outros elementos que levam à ativação da sua nova solução.

Fase 2





Configure sua instância da HubSpot

Esteja começando do zero ou migrando dados do Salesforce para uma instância da HubSpot bem estabelecida, você precisará configurar vários elementos com base nas metas de migração e requisitos de dados específicos da sua organização.

Se a maioria dos seus dados puder ser migrada 1:1, basta integrar o Salesforce e a HubSpot para migrar campos para propriedades diretamente, deixando algum espaço para adaptações pontuais.

Por outro lado, pode valer a pena explorar integrações personalizadas e automação para agilizar o processo se você precisar facilitar várias adaptações complexas.

- **Migre campos para a HubSpot.** Usando a planilha que você criou durante a fase de pré-migração, defina e **crie propriedades personalizadas** no CRM da HubSpot. A correspondência direta de campo para propriedade é bastante simples (nome para nome, empresa para empresa etc.), mas itens como pipelines de vendas, processos de vendas e modelos precisarão ser recriados do zero em seu CRM da HubSpot. Se você estiver usando uma API em sua migração, extraia atividades como tarefas, chamadas e documentos para garantir que sejam adaptadas corretamente conforme o esperado.



Novo no mundo da HubSpot?

A HubSpot Academy oferece cursos gratuitos para ajudar você a começar.

- [Configurar seu CRM da HubSpot para crescimento](#)
- [Como importar seus dados para o CRM da HubSpot](#)

Dica: integre suas instâncias do Salesforce e HubSpot para migrar campos existentes do Salesforce automaticamente. Você pode ativar a sincronização de campo/propriedade, mas deixe a sincronização de dados inativa para evitar transferências prematuras de dados.

[Ler mais no blog da HubSpot →](#)

● **Transfira e recrie ativos.** Embora alguns de seus ativos possam ser migrados 1:1, outros serão recriados do zero. Juntamente com campos, propriedades e objetos individuais, você precisará reconstruir vários modelos em seu CRM da HubSpot. Crie cada ativo, como modelos de e-mail, formulários e landing pages, com base em sua planilha de mapeamento de dados, observando quaisquer ajustes e parâmetros estruturais para uso futuro. Agora também é o momento perfeito para adicionar os novos ativos líquidos que você identificou em seu plano de migração inicial.

- **Crie fluxos de trabalho operacionais.** Com todas as suas propriedades e ativos configurados, é hora de configurar fluxos de trabalho e outros recursos automatizados para garantir que suas equipes aproveitem ao máximo o novo CRM. Eles permitem que as equipes automatizem tarefas de rotina, notificações e registrem atualizações, tornando ainda mais fácil otimizar as operações de marketing e vendas. Este é o momento de configurar notificações para repasse de vendas, engajamento de contatos e quaisquer outros processos que ajudarão a unificar seus departamentos de vendas, atendimento ao cliente e marketing.
- **Personalize objetos do cronograma.** Você pode usar a API do CRM da HubSpot para criar eventos do cronograma que segmentam seus contatos com base nas interações com sua empresa e fornecem um contexto valioso sobre suas atividades, como se eles realmente participaram do webinar em que se inscreveram ou baixaram sua oferta de conteúdo após preencher um formulário de geração de leads. Crie modelos de eventos, adicione tokens e personalize os detalhes para que o rastreamento de eventos esteja pronto para ser usado assim que os dados do Salesforce forem importados.



Migre seus dados para a HubSpot

Agora é hora de começar a **mover seus dados do Salesforce para a HubSpot**. Esse processo pode ser realizado de várias maneiras, e você provavelmente usará mais de um método para trazer todas as suas informações e garantir que elas estejam acessíveis dentro da HubSpot.

- **Importe um CSV** — Este é um processo bastante simples e provavelmente a opção menos técnica para mover seus dados. Basta exportar seus dados do Salesforce CRM para um arquivo .csv e carregá-los na HubSpot para importar contatos, empresas, negócios, tíquetes, produtos e notas.
- **Use a integração Salesforce/HubSpot** — **A integração do Salesforce com a HubSpot** facilita a extração de todos os seus dados do Salesforce de uma só vez. Configure e use o recurso de sincronização de dados para migrar seus dados de campo do Salesforce para as propriedades correspondentes na HubSpot.

- **Recrie ativos intransferíveis** — Use as propriedades personalizadas que você criou acima para armazenar dados do Salesforce sem propriedade pronta para uso correspondente na HubSpot. Se você estiver extraindo dados de um objeto fora da ferramenta de importação da HubSpot, considere usar uma sincronização em lote de APEX para evitar a interrupção de quaisquer associações.

Dica: certifique-se de usar o tipo de importação certo para uploads de .csv. Se você estiver importando apenas contatos, escolha importar “um objeto”. Se estiver importando contatos e negócios ao mesmo tempo, escolha importar “vários objetos”.



Não tem certeza de qual método de migração usar?

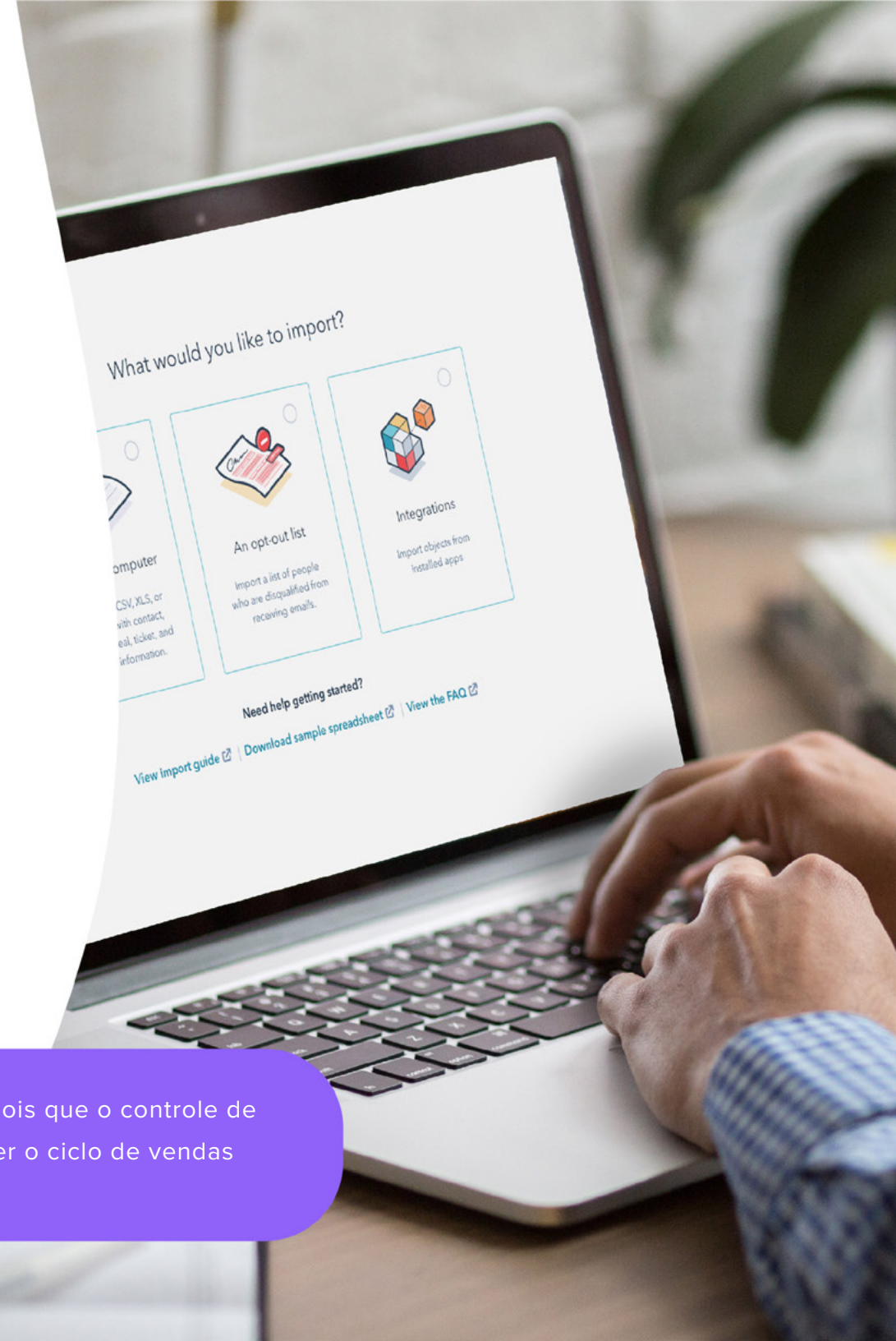
Lembre-se de que a abordagem de CSV é ideal para mapeamentos e associações personalizados. Ela também permite que você extraia subconjuntos de registros, mas requer trabalho técnico inicial para configurar corretamente.

Por outro lado, uma integração permite apenas “Todos os dados” para um ou mais tipos de objeto. A integração é a escolha ideal se você precisar dar suporte a mapeamentos padrão ou pré-existentes, pois é a mais fácil de usar, mas oferece muito menos personalização do que uma importação manual de CSV.

Mesmo se você estiver totalmente confiante em seu mapeamento de dados, é uma boa ideia migrar em fases, testando um pequeno lote de dados primeiro, em vez de enviar toda a sua biblioteca de uma só vez. Dessa forma, você pode monitorar possíveis problemas e ajustar seu processo de importação para resolvê-los.

Repita o processo de ajuste e monitoramento até atingir o status de importação sem erros e, em seguida, importe o restante dos seus dados.

Dica: importe os contatos ativos do Salesforce por último, depois que o controle de qualidade e os testes forem concluídos, para evitar interromper o ciclo de vendas ou deixar passar importantes oportunidades de engajamento.



Como migrar objetos personalizados com APIs

A integração Salesforce/HubSpot facilita a migração de campos específicos do Salesforce para a HubSpot, mas não considera todos os tipos de dados. Para migrar objetos personalizados ou conjuntos de dados exclusivos, você precisará configurar uma API para sincronizar dados entre os dois sistemas e garantir que todas as suas informações sejam organizadas corretamente em seu novo CRM.

Muitas APIs da HubSpot estão disponíveis para diferentes casos de uso e objetos, como eventos comportamentais personalizados, calendários de marketing e muito mais.

Por exemplo, a **API do Ecommerce Bridge** permite migrar dados de comércio eletrônico do Salesforce para a HubSpot e configurar recursos de comércio eletrônico prontos para uso em sua nova instância da HubSpot, incluindo:



Fluxos de trabalho para e-mail de abandono de carrinho



Segmentação de lista com base na atividade do cliente



Painéis de relatórios de comércio eletrônico



- [Saber mais sobre a API →](#)
- [Ler a documentação do desenvolvedor →](#)

Abra caminho para o controle de qualidade

Depois de migrar a maioria dos seus dados para a HubSpot, é hora de revisar e controlar o trabalho de sua equipe e verificar se os novos dados estão aparecendo na HubSpot como você pretendia.

Avalie seus dados quanto aos seguintes critérios:

- **Qualidade:** Os dados do seu CRM estão organizados e completos? Está faltando alguma propriedade (ou até mesmo registros de contato inteiros) que precisam ser considerados?
- **Consistência:** Todos os seus novos dados estão formatados corretamente? São consistentes em todos os aspectos e se alinham com todos os dados existentes que você tinha na HubSpot?
- **Acessibilidade:** Os dados são fáceis de localizar com base na estrutura do seu CRM e propriedades associadas? Os usuários têm uma maneira confiável de encontrar vários tipos de informações?

Você pode configurar relatórios e painéis de teste para ter uma visão geral, mas também deve se aprofundar nos detalhes aqui para garantir que tudo esteja funcionando corretamente nos bastidores, analisando até como os registros são organizados ou se as notas de contato foram transferidas do Salesforce.

Dica: ao desenvolver seu cronograma de migração, deixe um espaço de 30 dias para realizar controle de qualidade, revisão e testes antes da ativação.



Realize testes e corrija os bugs encontrados

Embora possa ser tentador ativar sua nova solução assim que você terminar de migrar os dados, é melhor lidar com bugs e outras deficiências com uma equipe pequena e dedicada antes de expandir a ferramenta para uma variedade de usuários de marketing e vendas.

Use uma combinação de táticas para avaliar o desempenho do sistema e eliminar possíveis problemas. Testes eficazes exigem mais do que um script automatizado, portanto, reserve um tempo para treinar uma equipe de testes também, oferecendo orientações sobre:

- **Tempo:** esclareça quanto tempo devem dedicar aos testes e explique como dar continuidade se precisarem de mais tempo ou recursos.
- **Casos de uso:** forneça instruções detalhadas sobre quais casos de uso e cenários testar.
- **Feedback:** defina as expectativas sobre como, onde e quando eles devem registrar os resultados, juntamente com notas ou comentários adicionais que possam informar a resolução do problema.

- **Remediação:** explique como resolver problemas ou forneça pontos de contato dedicados para acompanhar se outra equipe estiver gerenciando a remediação.

Também recomendamos investir em testes de usuários para garantir que seus usuários finais entendam como o CRM é configurado e como ele se aplica às respectivas funções de trabalho deles. Esse processo também oferece a chance de obter informações adicionais de usuários diários.

Dica: durante os testes com usuários, prepare uma amostra diversificada de usuários finais, desde o analista de dados com experiência em tecnologia até o profissional de marketing de conteúdo com experiência mínima em CRM. Essa ampla rede garante que a nova solução atenda efetivamente a todos na sua equipe.

Fase 2

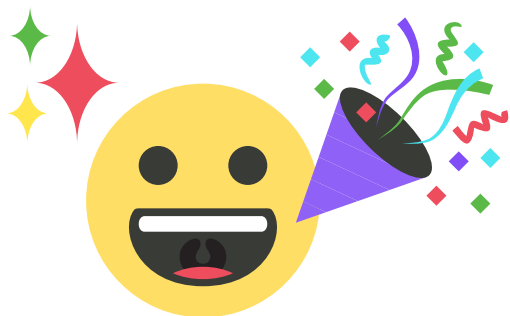
[Voltar para a tabela de conversão →](#)

Ativar!

Você conseguiu!

Agora finalmente é hora de usar todos os seus novos recursos e ativos automatizados em um estado de produção no portal da HubSpot.

Quando sua instância mais recente da HubSpot for ativada, lembre sua equipe de parar de inserir dados no antigo Salesforce CRM, mesmo que você não tenha descontinuado totalmente o sistema. Isso evita que dados acabem no limbo.



Guia definitivo de migração do Salesforce para a HubSpot



O processo de migração

Fase 3

Pós-migração

Embora você esteja no final da parte mais técnica, ainda há várias etapas críticas que devem ser seguidas para aproveitar ao máximo seu CRM recém-centralizado.

A fase pós-migração tem tudo a ver com gerenciamento de mudanças, da integração de seus usuários finais ao estabelecimento de práticas recomendadas e documentação para o sucesso a longo prazo.



Ajude suas equipes a entrar no ritmo

Agora que sua migração de CRM está concluída, é hora de trazer seus usuários finais a bordo e ajudá-los a aprender como usar todos os recursos e capacidades da HubSpot de forma eficaz. Sem processos de gerenciamento de mudanças suficientes, como integração, treinamento e aprendizado contínuo, você provavelmente verá uma adoção fraca e subutilização de recursos poderosos.

Trabalhe com as partes interessadas, gerentes e um grupo de foco de usuários finais para explicar como todos planejam usar a HubSpot juntamente com as ferramentas e processos existentes. Use os insights que você descobrir, além dos [artigos da Central de conhecimento de CRM da HubSpot](#), para desenvolver um plano de treinamento para sua organização. Preste atenção nestas dicas de treinamento:

- **Adote uma abordagem em fases para a adoção.** Em vez de reformular seus processos internos da noite para o dia, implemente novos conjuntos de recursos em pequenas partes. Se um membro da equipe adora um recurso específico, conte com ele para se tornar o SME e compartilhar sua paixão e conhecimento com o resto da equipe.
- **Realize várias sessões de treinamento coesas** em vez de uma apresentação para toda a empresa. Essa abordagem permite que você interaja com os alunos e garanta que eles estão usando o sistema de forma eficaz, pedindo que expliquem seus processos ou demonstrem habilidades recém-adquiridas.
- **Atribua tarefas de casa e realize check-ins regulares** durante os primeiros meses. O aprendizado aplicado é mais eficaz do que assistir a vídeos instrutivos; portanto, dê exercícios práticos às suas equipes ou incentive-as a explorar determinados conjuntos de recursos à medida que progredem no treinamento.
- **Adapte o treinamento por departamento ou função de trabalho** para capacitar os principais usuários com as ferramentas e técnicas para lançar campanhas, analisar dados etc. Quanto mais focado for o treinamento de cada equipe, maior a probabilidade de dominar as partes da HubSpot que afetarão seu desempenho diário.

Priorize o gerenciamento de dados

Com suas equipes e sistemas alinhados, é hora de voltar para a ampla biblioteca de dados que reside em sua plataforma recém-consolidada.

Acompanhe seus esforços de limpeza de dados pré-migração estabelecendo um processo de gerenciamento de dados escalável para suas operações. Implemente padrões de qualidade e segurança com base nas práticas recomendadas do setor e nos requisitos de dados específicos de sua organização, com base no setor ou região.

Veja algumas recomendações:

- **Use a conformidade para aumentar a clareza dos dados.** Revise os regulamentos de conformidade aplicáveis e verifique se estão refletidos nas práticas de gerenciamento de dados da sua organização.
- **Valide os dados de leads conforme eles entram no seu CRM.** Use uma ferramenta de validação de leads para avaliar os dados dos usuários conforme eles entram em seu sistema, preenchendo lacunas e corrigindo imprecisões o mais rápido possível.

- **Realize limpezas de rotina e auditorias de dados.** Execute relatórios mensais de exceção e agende auditorias para avaliar a qualidade dos dados e identificar lacunas ou inconsistências.
- **Automatize o máximo possível.** Simplifique a entrada de dados com o **software de automação da HubSpot** para poupar tempo e esforço de suas equipes, reduzindo o risco de erro humano.



Quer saber mais sobre gerenciamento de dados?

A HubSpot tem alguns recursos para ajudar você a dar os primeiros passos:

- [Como gerenciar e limpar dados →](#)
- [Proteção de dados na HubSpot →](#)

O que vem em seguida?

Com todos os seus dados de clientes, vendas e marketing no CRM da HubSpot, você está no caminho certo para criar experiências excepcionais para todos que interagem com sua marca.

Conforme você se ajusta às ferramentas e processos atualizados, lembre-se de que migrar para a HubSpot não é a etapa final para operações unificadas. Na verdade, é um primeiro passo crucial que abre muitas novas oportunidades de crescimento, otimização e alinhamento.

Veja algumas maneiras de continuar crescendo com a HubSpot:

- **Forneça treinamento e suporte contínuos para novos recursos.** O CRM da HubSpot está sempre se expandindo para incluir novos recursos e oportunidades de integração. Mantenha suas equipes atualizadas com as implementações mais recentes e ofereça recursos de aprendizado contínuo para ajudá-las a dominar novos recursos e funcionalidades.
- **Crie um CRM que cresce com você.** Nenhum CRM foi feito para ser estático. Em vez disso, ele deve evoluir junto com seus negócios e se adaptar para atender às demandas dos clientes e às necessidades das empresas. Invista em parcerias especializadas e foque em sustentabilidade para garantir que seu CRM sempre se ajuste às suas operações comerciais.
- **Explore todo o ecossistema da HubSpot.** Adicione mais hubs ao seu CRM para dar suporte às equipes de operações, vendas, atendimento ao cliente e muito mais. A HubSpot oferece integrações interessantes e amplos conjuntos de ferramentas para ajudá-lo a desenvolver uma solução de ponta a ponta centrada no sucesso do cliente.

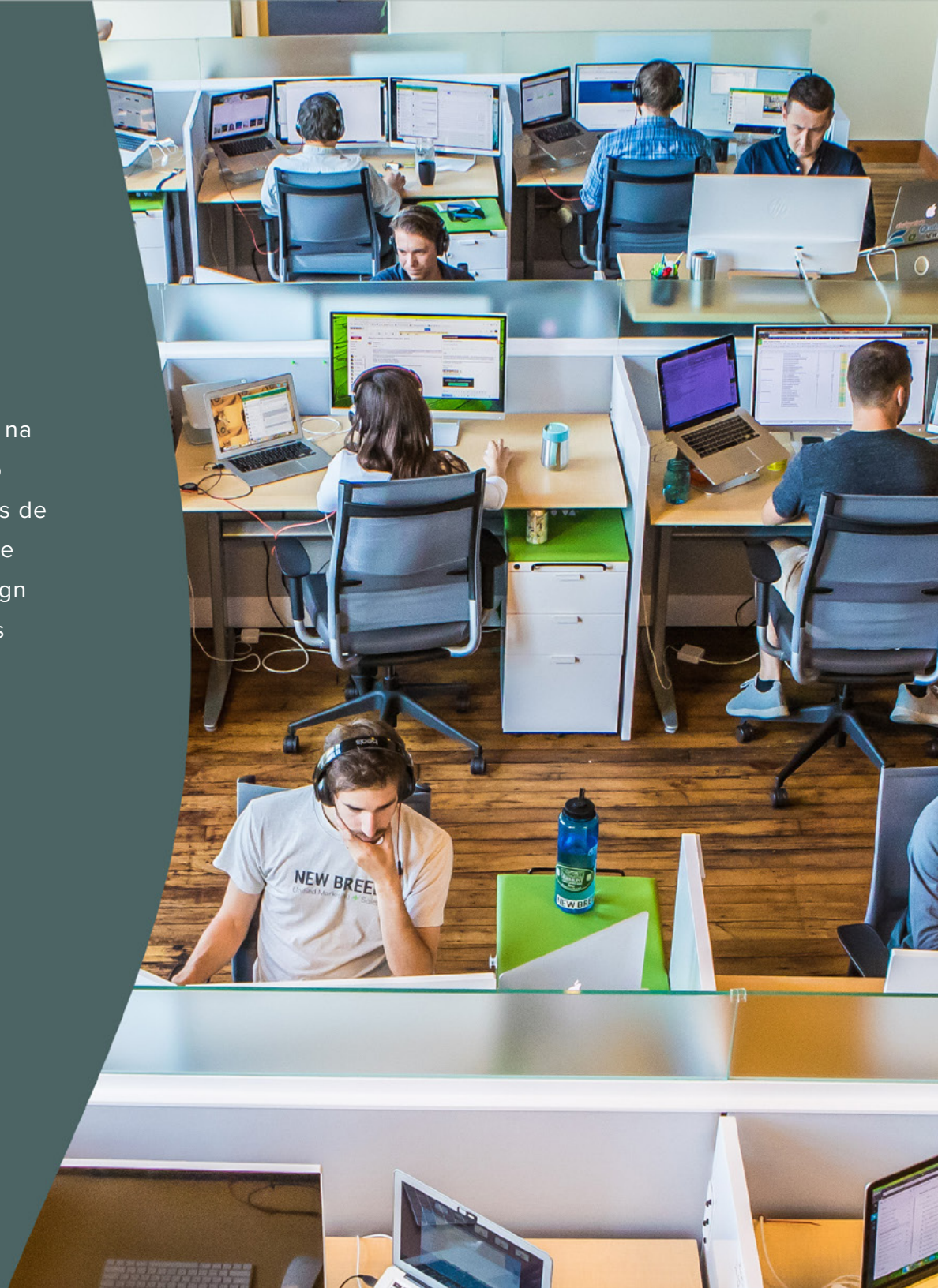


Conclusão

Sobre a New Breed

A New Breed é o principal parceiro de gerenciamento de desempenho de receita das empresas que mais crescem no mundo. Como Parceiro do Ano da HubSpot na América do Norte, ajudamos os clientes a impulsionar o crescimento sustentável e escalável na HubSpot através de uma plataforma exclusivamente integrada de geração de demanda, operações de receita e serviços de web design e desenvolvimento, bem como tecnologias e aplicativos proprietários.

NEW BREED +





NEW BREED + / **HubSpot**

Copyright © 2021 New Breed.