

HubSpot stellt HubSpot AI und neue Sales Hub-Features bei der INBOUND 2023 vor

Cambridge (USA)/Berlin, 6. September 2023 – Die Art und Weise, wie Unternehmen kaufen und verkaufen, verändert sich. Von der weiterhin unberechenbaren Wirtschaftslage bis hin zur KI-Revolution gibt es vielerlei Faktoren, die die Customer Journey beeinflussen. Und mehr denn je stehen die Unternehmen unter dem Druck, sich stetig anzupassen.

Als *die* Plattform für wachsende Unternehmen stellt [HubSpot](#) die Tools zur Verfügung, die sie für den Aufbau und die Pflege tiefgreifender Kundenbeziehungen benötigen, um zu wachsen – egal vor welchen Herausforderungen sie stehen. Allein 2023 hat HubSpot über 200 Updates für kundenorientierte Marketing-, Sales- und Serviceteams bereitgestellt. Auf der diesjährigen [INBOUND-Konferenz](#) in Boston stellt HubSpot einige der spannendsten und wirkungsvollsten Neuheiten vor.

„Mit generativer KI erleben wir gerade einen transformativen Wandel. Die Erwartungen der Kundschaft ändern sich. Unternehmen haben jetzt die Möglichkeit, mithilfe von KI die Kundenbindung in großem Umfang zu fördern“, so **Yamini Rangan, CEO von HubSpot**. „Wir haben uns intensiv mit diesen Veränderungen auseinandergesetzt und sie schnell umgesetzt, um unserer Kundschaft zu helfen, auch im Intelligence-Zeitalter erfolgreich zu sein. Wir haben auf der INBOUND 2023 viele neue, leistungsstarke Features und Fähigkeiten vorgestellt, und ich bin sehr beeindruckt davon, welche Fortschritte wir auf dem Weg zur führenden Plattform für wachsende Unternehmen bereits erzielt haben.“

Einführung von HubSpot AI: KI-gestützte Fähigkeiten über die gesamte Plattform hinweg, die kleinen und mittelständischen Unternehmen zu Wachstum mit System verhelfen

Auf der INBOUND 2023 wurde [HubSpot AI](#) vorgestellt: eine Reihe von plattformübergreifenden, KI-gestützten Produkten und Funktionen, die kundenorientierten Teams dabei helfen, ihre Produktivität zu steigern, Daten zur Performancesteigerung zu nutzen und engere Beziehungen zur Kundschaft aufzubauen.

HubSpot AI kombiniert leistungsstarke alte und neue Produkte und Features, die global zur Verfügung stehen, wie zum Beispiel:

- **KI-Assistenten:** Die generativen KI-Tools für die Performancesteigerung von Marketing, Sales und Service können über die gesamte Plattform von HubSpot hinweg Teams dabei unterstützen, Content zu entwickeln, Bilder zu erstellen, Blogideen zu generieren, Websites zu schaffen und Berichte zu erstellen – und das im Handumdrehen.
- **KI-Ausführung:** Die Reihe KI-gestützter Tools ermöglicht es kleinen und mittelständischen Unternehmen, ihren Kundenservice über Livechat und E-Mails hinweg zu automatisieren. Die KI-Ausführung ist für Anfang 2024 geplant.
- **KI-Insights:** Prädiktive KI-Funktionen ermöglichen bessere Analysen und Empfehlungen, wie KI-gestützte Prognosen.
- **ChatSpot:** ChatSpot ist derzeit in der öffentlichen Beta-Phase und kombiniert die Funktionen von ChatGPT mit zahlreichen einzigartigen Datenquellen aus dem intelligenten CRM-System von HubSpot, um wachsenden Unternehmen die Nutzung leistungsstarker generativer KI-Fähigkeiten zu ermöglichen. Seit der Einführung im März 2023 haben 80.000 Nutzende ChatSpot ausprobiert und wöchentlich 20.000 Prompts erstellt.

„Dank der generativen KI-Funktionen von HubSpot konnte ich Zeit einsparen, die ich jetzt besser mit wichtigeren Aufgaben verbringen kann“, sagt **Colleen McKenna, Demand Generation Manager bei Frequence**. „Selbst ich mit meiner Erfahrung im Copywriting nutze die Tools, um neue Ideen zu entwickeln, Formulierungen zu vereinfachen und Schreibblockaden zu überwinden. Ich freue mich darauf, die KI-gestützten Tools von HubSpot noch mehr zu nutzen und dadurch Zeit zu gewinnen, die wir für die Zusammenarbeit mit Interessierten und unserer Kundschaft nutzen können.“

„Es ist unsere Aufgabe bei HubSpot, wachsende Unternehmen dabei zu unterstützen, die Vorteile neuer Technologien zu nutzen, ohne dass dies mit einem großen Aufwand verbunden ist“, sagt **Andy Pitre, EVP of Product bei HubSpot**. „Mit HubSpot AI beseitigen wir das Rätselraten um generative KI und geben allen kundenorientierten Teams in Vertrieb, Marketing und Service ein komplettes Toolkit an die Hand, mit dem sie noch mehr erreichen können.“

Neue Sales Hub-Funktionen bieten Vorteile für Vertriebsteams

In der Vergangenheit ging es beim Verkaufen immer darum, mehr zu tun: mehr Mitarbeitende, mehr Aktivitäten, mehr Technologie. Heutzutage schrumpfen die Budgets, Deal-Abschlüsse dauern länger und Interessierte sind schwerer zu erreichen. Das Standardrezept „Mehr ist mehr“ funktioniert nicht mehr, und die Vertriebsteams spüren den Druck. 71 Prozent der leitenden Vertriebsmitarbeitenden geben an, dass ihre Teams mit immer weniger immer mehr erreichen müssen.*

Aber diese Forderung beeinträchtigt zunehmend die Produktivität. Anstatt sich auf die Beziehung mit der Kundschaft zu konzentrieren – was 88 Prozent der Vertriebsleitenden als den wichtigsten Teil ihrer Arbeit bezeichnen –, werden die Teams mit Verwaltungsaufgaben überhäuft. Und das schafft Probleme, vor allem, wenn man sieht, dass Unternehmen, die sich tatsächlich auf tiefgreifende Kundenbeziehungen konzentrieren, im Vergleich zum Durchschnitt ein fünffaches Wachstum verzeichnen.** Vertriebsteams, die sich nicht auf ihre Kundenbindung konzentrieren, lassen sich dieses Wachstum entgehen.

Vertriebsteams brauchen eine bessere Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen, zu wachsen und Erfolg zu haben – jetzt und in Zukunft. Deshalb haben wir [Sales Hub mit völlig neuen Funktionen und Fähigkeiten ausgestattet](#), wie zum Beispiel:

- **Prospecting-Workspace:** Der eigene Arbeitsbereich für Vertriebsmitarbeitende fasst Prospecting-Aktivitäten zentral zusammen und hilft ihnen, ihren Tag zu organisieren, konzentriert zu arbeiten und dringende Aufgaben zu priorisieren. Durch die Optimierung dieser Aktivitäten steigert der Prospecting-Workspace die Effizienz von Vertriebsmitarbeitenden, damit sie sich stärker auf die Vertiefung der Kundenbeziehungen konzentrieren können.
- **Erweitertes Leadmanagement und -reporting:** Jetzt können Mitarbeitende Leads besser organisieren, nachverfolgen und priorisieren, damit sowohl Vertriebs- als auch Marketingteams von hochwertigeren Daten und unvergleichlicher Transparenz profitieren. Der bessere Überblick ermöglicht es Vertriebs- und Marketingverantwortlichen, neue Erkenntnisse über die Effizienz der Lead-Pipeline und die Effektivität der Kundengewinnung zu erhalten.
 - **Lead-Berichte**, einschließlich Leadquellen-Berichte und Kontaktratenberichte (derzeit in der öffentlichen Beta-Phase), helfen Marketingfachleuten, den Einfluss ihrer Leads zu verstehen, und bieten Vertriebsleitenden Einblicke darin, wie ihre Mitarbeitenden mit hochwertigen Leads umgehen.
 - **Berichte über Prospecting-Aktivitäten** geben Vertriebsleitenden einen ganzheitlichen Überblick über die Effektivität der Kontaktaufnahme, einschließlich Konversionsraten und Kennzahlen zu den Aktivitäten.
- **Intelligentes Dealmanagement und Prognosen:** Neue KI-gestützte Funktionen ermöglichen es Vertriebsteams, ihre Aktivitäten besser zu priorisieren und ihre Ergebnisse vorherzusagen.
 - **KI-Prognosen** (derzeit in der geschlossenen Beta-Phase) basieren auf der prädiktiven KI von HubSpot und historischen Umsätzen, um zukünftige Umsätze planen zu können. Erste Tests haben gezeigt,

dass die KI-Prognosen die Genauigkeit bei einigen Teams um bis zu 95 Prozent verbessert haben.

- **Deal-Insights** ermöglichen den Mitarbeitenden, Deals zu priorisieren, indem sie kontextbezogene Einblicke in den Zustand ihrer Pipeline und ihres Vertriebsprozesses erhalten.
- **Deal-Tags** ermöglichen das Kategorisieren von Deals durch farbige Zuordnungslabells und schnelle Voreinstellungen, damit die Mitarbeitenden zu jeder Zeit die richtigen Deals im Auge haben.
- **Nahtlose Terminplanung und Übergaben:** Mit Sales Hub werden Interessierte nahtlos an die richtigen Vertriebsmitarbeitenden weitergeleitet, unabhängig davon, woher eine Opportunity stammt.
 - Mitarbeitende können Meetings im Namen anderer Personen buchen, wodurch eine optimierte Übergabe zwischen Sales Development und Vertrieb ermöglicht wird.
 - Das Leadformular-Routing stellt sicher, dass Website-Leads schnell und automatisch qualifiziert und an die richtigen Vertriebsmitarbeitenden weitergeleitet werden.
- **Vertiefung der Beziehung zwischen HubSpot und LinkedIn über Marketing und Sales hinweg** (nur in den USA verfügbar): Durch die Abstimmung des intelligenten CRM-Systems von HubSpot mit dem Sales Navigator von LinkedIn (geschlossene Beta-Phase beginnt diesen Monat) ermöglichen wir es Verkaufenden, intelligenter und effizienter zu arbeiten, neue Leads zu finden, Beziehungen aufzubauen und Deals abzuschließen. Sales Hub von HubSpot und LinkedIn vereinen zwei wichtige Datenquellen für Vertriebsteams an einem zentralen Ort.

„Ceros hat eine kritische Wachstumsphase erreicht. Wir haben uns von einem einzelnen Produkt zu einer Contentdesign-Suite entwickelt“, so **Douglas Botchman, Director of Revenue Operations bei Ceros**. „Das bedeutet, dass wir unsere Vertriebsstrategie umstellen mussten, um den Schwerpunkt von Quantität auf Qualität zu verlagern und unserem Vertriebsteam eine bessere Kontaktaufnahme mit bestehenden Kundinnen und Kunden sowie Interessierten zu ermöglichen. Der neue Prospecting-Workspace von HubSpot für die Kundenakquise in Sales Hub hat unseren Mitarbeitenden die dringend benötigte

Produktivität gebracht, und wir konnten außerdem unsere Datenbank um 345 Prozent erweitern.“

„Da sich das Kaufverhalten der Kundschaft schnell ändert, ist das alte Konzept, mit mehr Personal, mehr Aktivitäten und mehr punktuellen Lösungen den Umsatz zu steigern, nicht mehr zielführend“, sagt **Michael Walton, VP Product, Sales Hub bei HubSpot**. „Wir haben Sales Hub neu konzipiert, um Vertriebsteams zu helfen, ihre Produktivität zu steigern und gleichzeitig die Kundenbeziehungen zu vertiefen. Von Prospecting und Leadreporting bis hin zu Dealmanagement und Prognose – wir haben uns auf die Entwicklung einer modernen Vertriebslösung konzentriert, die Vertriebsteams heute und in Zukunft zum Erfolg führt.“

Weitere Neuheiten, die auf der INBOUND vorgestellt wurden

- **Commerce Hub** (nur in den USA verfügbar)**: HubSpot-Kundinnen und -Kunden können mit Commerce Hub den Weg von der Opportunity bis zum Umsatz optimieren. Das bedeutet schnellere Zahlungseingänge, gesteigerter Umsatz und Zeiteinsparung dank Zahlungslinks, Angebotserstellung und nativer/integrierter Rechnungsstellung über beliebige Zahlungsabwickler (derzeit in der öffentlichen Beta-Phase).
- **Mobiles Messaging** (nur verfügbar für Kundschaft mit US-Nummern in den USA und Kanada): Die SMS-Funktion von HubSpot bietet Marketingteams eine einfache, direkte und personalisierte Möglichkeit, mit Kundschaft und Interessierten zu kommunizieren. So können sie tiefere Beziehungen aufbauen und die Effektivität von Kampagnen steigern – von einer zentralen Plattform aus. Global ist die Funktion über die WhatsApp-Integration von HubSpot verfügbar.
- **Neue Anpassungsmöglichkeiten des intelligenten CRM-Systems**: Kundinnen und Kunden können jetzt Daten noch flexibler modellieren, konfigurieren und erweitern. Das intelligente CRM-System von HubSpot ermöglicht die umfassende Anpassung an individuelle Anforderungen und Prozesse.

Mehr über die auf der INBOUND 2023 angekündigten Produkte finden Sie [hier](#).

Verfolgen Sie live über 20 Vorträge auf der Main Stage in Boston. Der Livestream wird bis Montag, den 11.9. um 15 Uhr deutscher Zeit verfügbar sein.

** Marktforschung unter Vertriebsleitenden, HubSpot, März/Mai 2023*

*** Why Connection Matters, Kundenforschung, HubSpot, Januar–Mai 2023*

**** Commerce Hub ist die Weiterentwicklung des Payments-Tools von HubSpot, das nun native bzw. integrierte Rechnungsstellung, die Auswahl eines Zahlungsabwicklers sowie weitere neue Features und Funktionen beinhaltet.*

Bildmaterial

(Credit: HubSpot)

[Yamini Rangan, CEO von HubSpot, spricht auf der INBOUND 2023](#)

[Andy Pitre, EVP of Product bei HubSpot, spricht auf der INBOUND 2023](#)

Allgemeine Porträts:

[Yamini Rangan, CEO von HubSpot](#)

[Andy Pitre, EVP of Product bei HubSpot](#)

[Michael Walton, VP Product, Sales Hub bei HubSpot](#)

Produktbilder auf Anfrage an arichter@hubspot.com

Über HubSpot

HubSpot (NYSE: HUBS) bietet Unternehmen eine Plattform, die sie beim Wachstum mit System unterstützt. HubSpot ermöglicht eine nahtlose Vernetzung für kundenorientierte Teams dank einer einheitlichen Plattform, die KI-gestützte Produkte, ein intelligentes CRM-System und eine vernetzte Umgebung mit über 1.500 App Marketplace-Integrationen, ein Community-Netzwerk und Schulungen der HubSpot Academy umfasst. Bereits über 184.000 Unternehmen (wie DoorDash, Reddit, Eventbrite oder Tumblr) in mehr als 120 Ländern nutzen die leistungsstarken Tools von HubSpot, um neue Kundinnen und Kunden anzuziehen, mit ihnen zu interagieren und sie zu begeistern.



HubSpot wurde von Glassdoor, Great Place to Work, Comparably, Fortune, Entrepreneur und Inc. für seine Unternehmenskultur ausgezeichnet. HubSpot wurde 2006 gegründet und hat seinen Hauptsitz in Cambridge im US-Bundesstaat Massachusetts. Das Unternehmen beschäftigt weltweit Tausende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die teils in Büros und teils im Homeoffice arbeiten. Der deutsche Unternehmenssitz befindet sich in Berlin.

Mehr auf www.hubspot.de und auf der [Presseseite](#)

Pressekontakt

HubSpot
Anne-Kathrin Richter
Head of PR & Brand DACH
Tel.: +49 (0) 30 208486045
E-Mail: arichter@hubspot.com

Agentur Frau Wenk +++ GmbH
Tel.: +49 (0) 40 32904738-0
E-Mail: hubspot@frauwenk.de