

Marketing Hub von HubSpot

Beschreibung

HubSpot ist eine cloudbasierte CRM-Plattform mit Produkten, die für Marketing-, Sales-, Content-Management-, Kundenservice- und Operations-Teams entwickelt wurden.

Marketing Hub ist die Marketing-automatisierungssoftware von HubSpot mit allen Funktionen zur Automatisierung für soziale Netzwerke, E-Mails, Mobilgeräte und Marketing umfasst.

[Quelle](#)

Datenintegration

Marketing Hub verwendet dieselben Daten wie alle anderen HubSpot-Produkte, einschließlich Sales Hub. Es ist keine Synchronisierung zwischen den Produkten erforderlich, sodass Sie nahtlos arbeiten können.

Support

Marketing Hub ist sofort einsatzbereit und erhält bessere Bewertungen als Marketing Cloud.

[Quelle](#)

Salesforce Marketing Cloud

Beschreibung

Salesforce ist eine cloudbasierte CRM-Suite mit Produkten für Vertrieb, Marketing, Kundenservice und Handel.

Marketing Cloud ist die Marketing-automatisierungssoftware von Salesforce mit allen Funktionen zur Automatisierung für soziale Netzwerke, E-Mails, Mobilgeräte und Marketing umfasst.

[Quelle](#)

Datenintegration

Marketing Cloud ist eine eigenständige Datenbank und erfordert eine Synchronisierung über Marketing Cloud Connect, um mit Salesforce Sales Cloud integriert zu werden.

[Quelle](#)

Support

Ein vergleichbarer Marketing Cloud-Support kostet Kundinnen und Kunden 30 % ihres Jahresvertrags.

[Quelle](#)

Menügeführte Integration

Für die Integration von HubSpot folgen Sie einfach der leicht verständlichen menügeführten Anleitung. Unser Assistent führt Sie schnell und unkompliziert durch jeden Schritt der Integration. Die Oberfläche von Marketing Cloud ist dagegen deutlich komplizierter.

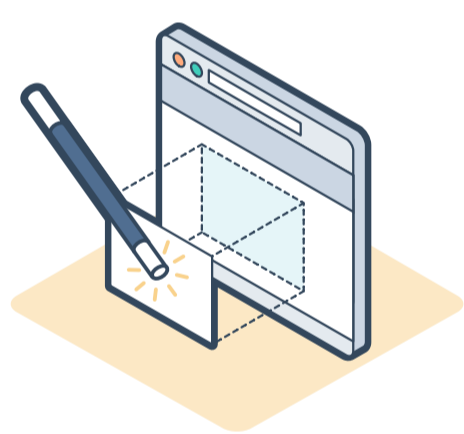
Setup bei HubSpot



Setup bei Salesforce



Einfache Anpassung



Sowohl Marketing Hub von HubSpot als auch Marketing Cloud von Salesforce verfügen über fortschrittliche Enterprise-Funktionen wie benutzerdefinierte Objekte und automatisierte Abläufe; in puncto Benutzerfreundlichkeit geben Nutzende jedoch HubSpot den Vorrang ([Quelle](#), [Quelle](#)). Mit Marketing Hub kann Ihr Unternehmen auch ohne ein dediziertes Operations-Team erweiterte Anpassungen vornehmen.

Das bedeutet, dass Sie Marketing Hub ganz problemlos an veränderliche Geschäftsanforderungen anpassen können.

„Organisationen wie HubSpot ermöglichen es Unternehmen wie unserem, nicht nur zu überleben, sondern mit dem Wandel zu florieren. Schon vom ersten Gespräch und der ersten Schulungssitzung an war es offensichtlich, dass alle bei HubSpot voll und ganz darauf bedacht waren, uns dabei zu unterstützen, unsere digitalen Marketingpraktiken besser umzusetzen, damit unser bereits seit 500 Jahren bestehendes Unternehmen noch mindestens weitere 500 Jahre florieren kann.“

– Mateo, Beretta

Keine Kopfschmerzen mehr



Unser großes Ziel bei HubSpot ist der Erfolg unserer Kundinnen und Kunden.

Daher bieten wir sowohl interne Unterstützung als auch Tausende an kostenlosen Academy-Zertifizierungen und -Kursen sowie eine Community mit über 5.000 Mitgliedern, die Sie zusätzlich unterstützen. Kunden bewerten den Kundensupport von HubSpot durchweg besser als den Support von Marketing Cloud, selbst auf Enterprise-Niveau ([Quelle](#)).

Der Kundensupport von HubSpot wird nicht nur besser bewertet, sondern ist auch bereits im Paket enthalten.

Vergleichbarer Support für Marketing Cloud kostet 30 % des Jahresvertrags ([Quelle](#)). Sie müssen also nicht nur für eine Funktion bezahlen, die für einen gut laufenden Betrieb essenziell ist, sondern der Preis steigt mit dem Wachstum ihres Unternehmens auch noch an.

Marketing und Vertrieb perfekt abgestimmt



Das Marketingteam Ihres Unternehmens arbeitet nicht in Isolation - deswegen ist auch Marketing Hub von HubSpot perfekt abgestimmt.

Die CRM-Plattform von HubSpot umfasst eine unbegrenzte Anzahl kostenloser Lizenzen ([Quelle](#)), sodass Marketingteams problemlos auch Vertriebsdaten einsehen und nutzen können. Salesforce Marketing Cloud-Kundinnen und -Kunden dagegen müssen zusätzliche Salesforce CRM-Lizenzen erwerben, um Zugriff auf Vertriebsdaten zu erhalten ([Quelle](#)).

Ein einheitlicher Ansatz für Daten ist bei der Abstimmung von Marketing- und Vertriebsteams entscheidend.

Mit Marketing Hub von HubSpot haben Sie eine einheitliche Source-of-Truth und Ihre Marketing- und Vertriebsteams können sich darauf verlassen, dass sie mit konsistenten Daten arbeiten. Salesforce Marketing Cloud und Salesforce CRM verwenden getrennte Dateninstanzen. Das bedeutet, dass Aktualisierungen in einer Instanz über Marketing Cloud Connect ([Quelle](#)) mit der anderen Instanz synchronisiert werden müssen. Konsistente Daten erfordern also eine aktive Einrichtung, Pflege und Synchronisierung.