



De six outils différents à HubSpot

La transition vers le Marketing Hub Entreprise



Beaucoup d'entreprises repoussent la migration d'une plateforme marketing par crainte des difficultés que cette procédure pourrait engendrer.

Le moment est venu de déconstruire ces idées reçues.



Tous les jours, l'équipe de HubSpot aide des entreprises cotées en bourse, start-ups, marques B2C, et organisations de secteurs réglementés à surmonter leurs craintes et à migrer leur logiciel hérité vers HubSpot, sans perturber leur activité.

Une méthodologie éprouvée
HubSpot met à votre disposition
une équipe de professionnels
expérimentés.

Ces 15 dernières années, la migration de Salesforce, de Marketo, de ActiveCampaign, de Pardot, de Eloqua, et aussi d'une combinaison de plus en plus complexe d'outils vers HubSpot a été le quotidien de cette équipe.

Rien ne vaut cependant les avis et les témoignages de clients qui ont déjà migré leur plateforme vers HubSpot et ce qu'ils ont à préciser au sujet du retour sur investissement qui en a découlé.

Avec le Marketing Hub
Entreprise, puissance rime
avec simplicité.

Sandler booste le taux d'adoption par les utilisateurs de 40 % avec HubSpot

Sandler Training est une organisation spécialisée dans le développement professionnel qui compte plus de 250 centres de formation à travers le monde.



Pourquoi choisir HubSpot ?

Sandler Training avait des objectifs ambitieux qu'un environnement technologique fragmenté rendait difficiles à atteindre, en raison d'un manque de visibilité sur les indicateurs de performance clés et d'un déploiement inefficace des meilleures pratiques.

Logiciels :  Marketing Hub Entreprise
 HubSpot CRM

Région

Amérique du Nord

Nombre de salariés

Plus de 200

Secteur d'activité

Services professionnels

Utilisation de HubSpot

1 an

Défi

Six outils de vente et de marketing non intégrés entraînaient :

- Une réticence à consigner les activités
- Un faible taux d'adoption par les utilisateurs
- Des données peu fiables
- Des capacités d'analyse limitées
- Une prise de décision sous-optimale

Solution

En consolidant marketing, vente, service client et opérations au sein du centre unique d'informations de HubSpot, Sandler a pu :

- Éliminer les complexités et les frictions en matière d'enregistrement des activités
- Améliorer le taux d'adoption par les utilisateurs
- Générer des données, des analyses et des plans plus complets
- Synchroniser les opérations à l'échelle internationale
- Attribuer les pics de revenus aux campagnes marketing

[Voir l'étude de cas complète \(en anglais\)](#)

Résultats :

40 %

Augmentation du taux d'adoption

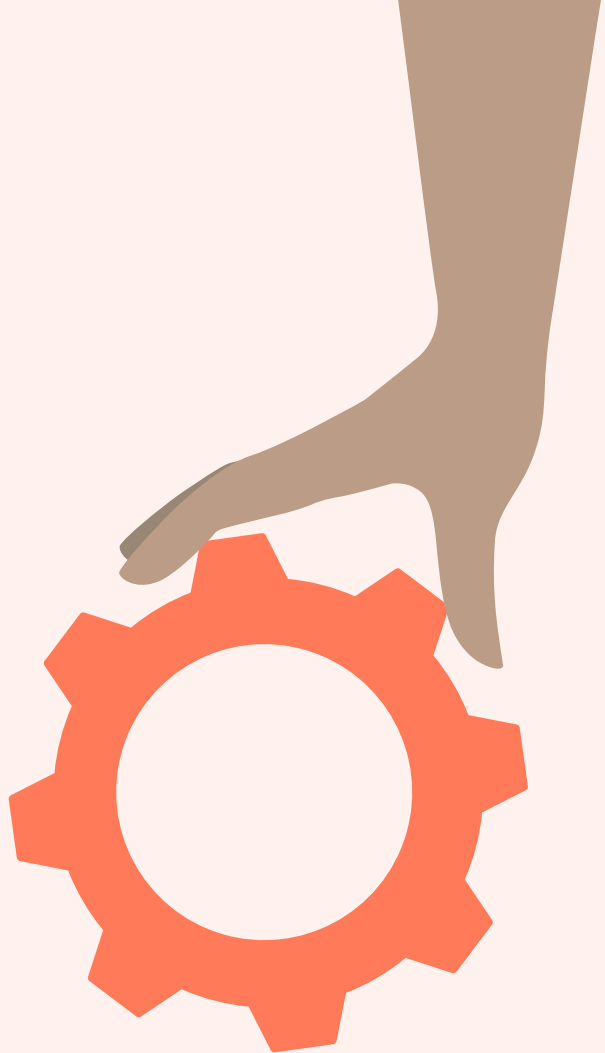
1 ETP

Temps plein libéré pour se consacrer à d'autres tâches

1/3

Délai d'implémentation nécessaire, comparé aux outils hérités

« HubSpot est si **facile à utiliser** qu'il n'y a plus d'excuses possibles. De plus, un taux d'adoption amélioré contribue à la génération de données de qualité. »



Avant HubSpot, les membres de nos équipes devaient se connecter à six solutions différentes. La situation était devenue ingérable. Notre environnement technologique était complexe, ce qui ne favorisait pas non plus son adoption par les utilisateurs. Ceci avait un impact sur la qualité des données accumulées, mais aussi sur notre capacité à effectuer un suivi des résultats de l'entreprise. Sans données, nous ne pouvions pas comparer nos résultats avec nos objectifs.

Colum Lundt

Directeur commercial, Sandler Training

En savoir plus