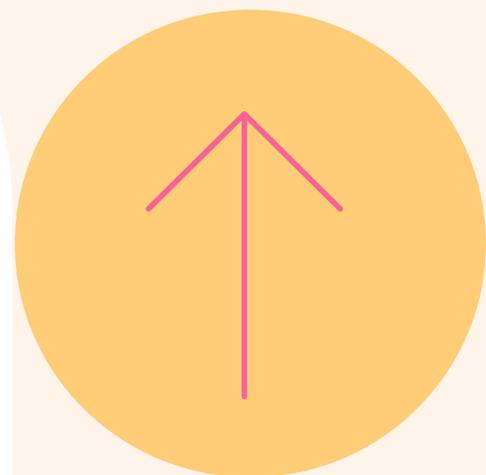


# Un logiciel de marketing automation pour les équipes en croissance

Guide d'achat

Comparatif : le Marketing Hub Entreprise et ses concurrents



# Résumé

Il n'est pas toujours aisé de trouver une analyse concurrentielle pertinente à partir d'une recherche de type « meilleur logiciel de marketing automation » sur Google.

**Ce guide a vocation à faciliter l'évaluation et la sélection d'une solution.**

Avec la multiplication des sources d'informations, des produits à évaluer et des parties prenantes, il devient de plus en plus difficile d'introduire de nouvelles technologies.

L'analyse des besoins de milliers de clients a fait émerger **trois principaux défis** pour les équipes marketing soucieuses de déployer une expérience client qualitative de bout en bout.



## Défi n°1

Un environnement technologique fragmenté : ce qui empêche de suivre les comportements clients en temps réel



## Défi n°2

Une pression concurrentielle croissante sur l'attention des consommateurs : ce qui empêche les marques de se différencier efficacement



## Défi n°3

Des données marketing incomplètes : ce qui entraîne des décisions hasardeuses

Possibilité	Coût total	Produits requis	Solution n° 1	Solution n° 2	Solution n° 3
			Événements comportementaux personnalisés	E-mails programmables	Attribution des revenus aux interactions
HubSpot	€	Marketing Hub Entreprise	✓	✓	✓
Salesforce	€€€	Marketing Cloud Corp	✓	✓	
		Pardot Plus			✓
Eloqua	€€€€	Eloqua Standard	✓		
		Oracle Content Marketing Basic Cloud		✓	
		Oracle Unity			✓
Marketo	€€€	Marketo Engage Prime	✓	✓	✓
		Bizible*			✓
Microsoft Dynamics	€€€	Dynamics 365 Marketing	✓	✓	
		Dynamics 365 Customer Insights	✓	✓	
		Power BI			✓

\* Bizible est requis pour tous les modèles d'attribution autres que la répartition égale.



**Sans un centre unique d'informations, il est impossible de suivre les comportements clients en temps réel sur l'ensemble des systèmes, ni de déployer une expérience client complète de qualité.**

Solution	Fonctionnement
<p><b>HubSpot</b></p> <p><b>Logiciel :</b> Marketing Hub Entreprise</p> <p><b>Fonctionnalité :</b> événements comportementaux personnalisés</p> <p><b>Coût :</b> €</p>	<p>Les événements comportementaux personnalisés peuvent être reliés aux contacts, lesquels sont utilisés dans l'ensemble des outils HubSpot, dont la segmentation des listes, l'automatisation et la chronologie du CRM.</p> <p>Cette API permet d'importer des données d'événements extérieures à HubSpot, comme le taux d'utilisation des applications et des produits, afin d'en faire usage sur la plateforme. La configuration nécessite l'intervention d'un développeur.</p> <div data-bbox="574 663 1420 869" style="background-color: #e6f2ff; padding: 10px;">  <p><b>Conseil :</b> utilisez le Operations Hub pour intégrer toutes vos données avec HubSpot et alimenter une segmentation, une personnalisation et un ciblage encore plus précis. Pour cela, vous pouvez utiliser les <a href="#">intégrations sans codage reconnues</a> de HubSpot ou des <a href="#">intégrations personnalisées</a> conçues en utilisant l'automatisation programmable.</p> </div>
<p><b>Salesforce</b></p> <p><b>Logiciel :</b> Marketing Cloud Corp avec Journey Builder</p> <p><b>Fonctionnalité :</b> événement d'API dans Journey Builder</p> <p><b>Coût :</b> €€</p>	<p>Les événements comportementaux personnalisés s'appuient sur l'<a href="#">événement d'API de Journey Builder</a> pour relier le canevas du parcours à une API utilisée pour l'admission des contacts. Lorsque l'API déclenche un événement, les contacts entrant dans le parcours sont stockés dans une extension de données Marketing Cloud.</p> <p>La mise en place de ce type d'événement nécessite la configuration d'une API par une équipe de développement.</p>
<p><b>Eloqua</b></p> <p><b>Logiciel :</b> Eloqua Standard avec le module complémentaire Oracle Infinity Behavioral Intelligence</p> <p><b>Fonctionnalité :</b> chargement manuel</p> <p><b>Coût :</b> €€€€</p>	<p>Les événements comportementaux personnalisés doivent être <a href="#">chargés manuellement</a> au moyen d'un fichier répertoriant les événements externes.</p> <p>La fonctionnalité Oracle Infinity Behavioral Intelligence applique une balise Oracle CX pour suivre les comportements dans les ressources Oracle.</p>
<p><b>Marketo</b></p> <p><b>Logiciel :</b> Marketo Engage Prime</p> <p><b>Fonctionnalités :</b> événements de données personnalisés et personnalisation de site web</p> <p><b>Coût :</b> €€</p>	<p>La fonctionnalité <a href="#">Événements de données personnalisés</a> permet un suivi et une personnalisation en temps réel. Elle peut être utilisée pour transmettre des données tierces ou pour déclencher des événements personnalisés sur la base du comportement des visiteurs.</p> <p>Pour utiliser l'API User Context, il faut disposer de l'option de personnalisation web et avoir préalablement appliqué la balise RTP au site web visé.</p>
<p><b>Microsoft Dynamics</b></p> <p><b>Logiciel :</b> Dynamics 365 Marketing</p> <p><b>Fonctionnalité :</b> déclencheurs d'événements personnalisés</p> <p><b>Coût :</b> €</p>	<p>Les <a href="#">déclencheurs d'événements personnalisés</a> sont utilisés pour générer des analytics sur les comportements.</p> <p>Pour accéder aux événements personnalisés, les utilisateurs marketing ont besoin de l'assistance d'une équipe de développement. Cette dernière devra intégrer des extraits de code au système pour déclencher les événements.</p>



## La concurrence croissante pour attirer l'attention des consommateurs rend la différenciation difficile.

Solution	Fonctionnement
<p><b>HubSpot</b></p> <p><b>Logiciel</b> : Marketing Hub Entreprise</p> <p><b>Fonctionnalité</b> : e-mails programmables</p> <p><b>Coût</b> : €</p>	<p>Le large volume de données stockées dans un objet personnalisé ou dans HubDB peut être réutilisé de manière simple et flexible dans un modèle personnalisé, sans avoir à créer différents modèles adaptés au ciblage.</p> <p>Les <a href="#">e-mails programmables</a> permettent d'utiliser une syntaxe HubDB avancée pour individualiser entièrement le contenu des e-mails à grande échelle et communiquer des informations ultrapertinentes à des audiences finement ciblées. Les sources de données structurées et les objets personnalisés peuvent être intégrés aux e-mails programmables.</p> <div style="background-color: #e6f2ff; padding: 10px; border: 1px solid #0070c0;">  <p><b>Conseil</b> : utilisez les <a href="#">critères d'inscription planifiés</a> du Operations Hub pour envoyer des e-mails programmables hautement personnalisés de manière récurrente. Si vous êtes à la tête de l'équipe marketing d'une société immobilière, vous pouvez par exemple aider vos agents à envoyer une newsletter hebdomadaire contenant une liste de propriétés personnalisée. Si vous travaillez dans l'e-commerce, envoyez un message mensuel personnalisé contenant des recommandations de produits.</p> </div>
<p><b>Salesforce</b></p> <p><b>Logiciel</b> : Marketing Cloud Pro et éditions supérieures</p> <p><b>Fonctionnalité</b> : contenu dynamique dans Content Builder</p> <p><b>Coût</b> : €</p>	<p>Dans Content Builder, le bloc de <a href="#">contenu dynamique</a> permet d'afficher du contenu en fonction de règles basées sur les attributs des abonnés ou sur les valeurs de la colonne d'extension des données.</p>
<p><b>Eloqua</b></p> <p><b>Logiciels</b> : Eloqua Standard et Oracle Content Marketing Basic Cloud Service</p> <p><b>Fonctionnalité</b> : contenu dynamique dans Design Editor</p> <p><b>Coût</b> : €€€€</p>	<p>Le <a href="#">contenu dynamique</a> permet de créer du contenu d'e-mail adaptable en fonction de règles et de conditions spécifiques.</p> <p>Par exemple, il est possible de personnaliser un e-mail à partir des données disponibles dans le profil de contact du destinataire, comme la ville, la région ou le pays.</p>
<p><b>Marketo</b></p> <p><b>Logiciel</b> : Marketo Engage</p> <p><b>Fonctionnalité</b> : contenu dynamique via Marketing-Insights Service</p> <p><b>Coût</b> : €€€€</p>	<p>Pour créer du <a href="#">contenu dynamique dans l'éditeur d'e-mail</a>, il faut établir une segmentation.</p> <p>Marketo mentionne l'avertissement suivant : le nombre d'éléments de contenu dynamique autorisé est plafonné. Bien qu'il n'existe pas de plafond fixe en raison des différentes combinaisons de contenu possibles, un usage excessif du contenu dynamique peut impacter négativement les performances des e-mails. Il est recommandé de ne pas utiliser plus de 20 éléments de contenu dynamique par e-mail.</p>
<p><b>Microsoft Dynamics</b></p> <p><b>Logiciels</b> : Dynamics 365 Marketing et Customer Insights</p> <p><b>Fonctionnalités</b> : contenu dynamique et modification assistée</p> <p><b>Coût</b> : €€</p>	<p>Le <a href="#">contenu dynamique</a> s'appuie sur des expressions créées avec la fonctionnalité de modification assistée pour fusionner les informations issues de la fiche de contact du destinataire, insérer des liens spéciaux, et intégrer des informations et des liens à partir des paramètres du contenu.</p> <p>Il est nécessaire d'utiliser du code pour créer du contenu dynamique sur la base de conditions ou de segmentations.</p>



## Des données marketing incomplètes entraînent des décisions hasardeuses.

Solution	Fonctionnement
<p><b>HubSpot</b></p> <p><b>Logiciel :</b> Marketing Hub Entreprise</p> <p><b>Fonctionnalité :</b> attribution des revenus aux interactions</p> <p><b>Coût :</b> €</p>	<p>Les neuf modèles d'attribution disponibles permettent d'évaluer avec pertinence la contribution de l'équipe marketing au parcours client, sans compétences techniques en matière d'analytics personnalisées.</p> <p>Au-delà d'un reporting simple, l'<a href="#">attribution des revenus aux interactions</a> de HubSpot permet de faire émerger des axes d'amélioration pleinement contextualisés. De plus, les équipes marketing ont accès à toutes les interactions des clients avec la marque, qu'elles se déroulent sur le site web, sur une application personnalisée ou sur tout autre canal marketing.</p> <div data-bbox="574 611 1433 797" style="background-color: #e6f2ff; padding: 10px;"> <p><b>Conseil :</b> associez le Marketing Hub au Operations Hub pour optimiser votre processus de reporting. Exécutez des propriétés calculées avancées dans vos rapports et suivez les indicateurs clés de performance personnalisés tels que les comparaisons à différentes dates, les délais jusqu'à première conversion, les taux d'engagement des e-mails ou encore la marge bénéficiaire.</p> </div>
<p><b>Salesforce</b></p> <p><b>Logiciels :</b> Pardot Plus et Salesforce (toutes les éditions)</p> <p><b>Fonctionnalités :</b> B2B Marketing Analytics et Influence de campagne</p> <p><b>Coût :</b> €€€</p>	<p><a href="#">Pardot et Salesforce doivent être intégrés</a> au moyen de campagnes connectées, et les objets Influence de campagne personnalisés doivent être configurés dans les paramètres Salesforce.</p> <p>Cette solution nécessite un accès aux fonctionnalités suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pistes Salesforce</li> <li>• Opportunités Salesforce</li> <li>• Campagnes Salesforce et campagnes parentes</li> <li>• Campagnes Pardot</li> </ul> <p>Les données suivantes sont disponibles dans Salesforce :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Influence de chaque campagne ayant débouché sur une affaire</li> <li>• Influence des opportunités sur la campagne</li> </ul> <p>Le tableau de bord prédéfini <a href="#">B2B Marketing Analytics</a> de Pardot offre trois modèles d'attribution des revenus aux interactions : première interaction, répartition égale et dernière interaction.</p>
<p><b>Eloqua</b></p> <p><b>Logiciels :</b> Eloqua Standard et Oracle Unity</p> <p><b>Fonctionnalité :</b> Intelligence Workbench Editor</p> <p><b>Coût :</b> €€€€</p>	<p>Les paramètres du modèle d'attribution aux interactions sont définis dans <a href="#">Oracle Unity Intelligence Workbench</a>.</p>
<p><b>Marketo</b></p> <p><b>Logiciels :</b> Marketo Engage Select et Bizible</p> <p><b>Fonctionnalités :</b> Advanced BI Analytics de Marketo OU Performance Insights de Marketo OU Bizible</p> <p><b>Coût :</b> €€€</p>	<p>Advanced BI Analytics de Marketo (€€€) : modèle à répartition égale uniquement.</p> <p>Performance Insights de Marketo (inclus) : modèle à répartition égale uniquement.</p> <p>Bizible (€€€) : attribution en U, attribution en W, parcours complet, attribution personnalisée et machine learning, entre autres.</p>
<p><b>Microsoft Dynamics</b></p> <p><b>Logiciels :</b> Dynamics 365 Marketing et Power BI</p> <p><b>Fonctionnalité :</b> tableau de bord développé sur mesure dans Power BI</p> <p><b>Coût :</b> €€</p>	<p>L'absence de fonctionnalités prédéfinies impose de configurer un modèle d'attribution sur mesure via un tableau de bord Power BI.</p>

# Les équipes en croissance optent pour le Marketing Hub Entreprise

HubSpot figure parmi les leaders du rapport Magic Quadrant™ 2021 de Gartner® sur les plateformes de marketing automation B2B.

[En savoir plus](#)

## Le Marketing Hub Entreprise ouvre des possibilités



### Plusieurs outils : système fragmenté

Auparavant, les équipes marketing devaient combiner différentes solutions logicielles pour atteindre leurs objectifs de croissance.

### Un seul outil : système unifié

Avec le Marketing Hub Entreprise, il devient possible de relever les principaux défis posés par la croissance à l'aide d'une seule plateforme aussi puissante que facile d'utilisation.

[En savoir plus](#)

