



Acreditación de la implementación del CRM

Guía de preparación

Última actualización: 8 de febrero de 2024

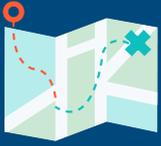
El objetivo de este documento es dar claridad y contexto sobre el proceso de acreditación de la implementación del CRM, mencionar las expectativas y los requisitos que deben cumplir los Solutions Partner interesados y ofrecer recomendaciones para presentar una aplicación lo más sólida y relevante posible.

Para más información sobre las acreditaciones de HubSpot y sus ventajas para los Solutions Partner, [haz clic aquí](#).



ÍNDICE

ÍNDICE	1
CÓMO USAR ESTA GUÍA DE PREPARACIÓN	2
SOBRE LA ACREDITACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL CRM	3
Elegibilidad	3
Lista de comprobación previa a la solicitud	5
Primera ronda	6
Segunda ronda	6
Tercera ronda	6
CERTIFICACIONES REQUERIDAS PARA LA ACREDITACIÓN	7
Implementación de Marketing Hub	8
Implementación de Sales Hub	8
Software de Marketing de HubSpot	8
Software de ventas de HubSpot	9
Software de Service Hub	9
Asesoría sobre plataformas	9
Integración de datos	10
Integración con Salesforce	10
Incorporación basada en objetivos	10
Informes de HubSpot	11
Gestión de ingresos	11
CMS para desarrolladores	11
PRIMERA RONDA DEL PROCESO DE ACREDITACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL CRM	12
Requerimiento 1: Plan del proyecto de implementación de CRM por fases	14
Requerimiento 2: Arquitectura de soluciones y diseño de la integración	16
Requerimiento 3: Plan de gestión del cambio	18
Elementos 4 y 5: Referencias de los clientes	20
SEGUNDA RONDA DEL PROCESO DE ACREDITACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL CRM	21
Requerimiento 1: Propuesta de ventas	22
Requerimiento 2: Caso de éxito en video	23
TERCERA RONDA DEL PROCESO DE ACREDITACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL CRM	0
Requerimiento 1: Entrevista con un experto en la materia (SME)	0



CÓMO USAR ESTA GUÍA DE PREPARACIÓN

Esta guía se actualiza cada periodo en que se abre la convocatoria de acreditación para reflejar cualquier actualización del proceso o los requisitos.

Recomendamos leer detenidamente este documento para asegurarse de ser elegible para esta acreditación y de que la solicitud incluya todos los requisitos a los que se hace referencia.

1

SOBRE LA ACREDITACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL CRM

Al obtener la acreditación de la implementación del CRM, el Solutions Partner podrá demostrar que sabe de primera mano cómo poner en marcha con éxito la plataforma CRM para clientes grandes, globales y de nivel Enterprise que tienen requisitos complejos.

Además de contar con conocimientos específicos del producto, se evalúan elementos de gestión de proyectos y de stakeholders, gestión del cambio y profesionalismo durante los procesos de venta y descubrimiento.

Si todavía no has realizado implementaciones a gran escala (clientes de nivel Enterprise con múltiples productos y al menos 300 empleados y 50 usuarios), o aún no trabajas con clientes en las fases previas y posteriores a la venta, te recomendamos que consideres alguna de las otras opciones de acreditación.

Elegibilidad

Debido a que esta acreditación pretende validar la experiencia de tu organización ofreciendo soluciones complejas para clientes de alto nivel, las siguientes características deben estar presentes en cualquier proyecto de implementación que busques perfilar:

- Uso de Sales Hub y Marketing Hub nivel Enterprise y, preferiblemente, Operations Hub (este último no es un requisito para esta acreditación en particular). Nota: Los clientes con un único producto de nivel Pro o Enterprise no cumplen el estándar de complejidad requerido para esta acreditación.
- La empresa del cliente se apoya en múltiples componentes que deben abordarse primero desde el punto de vista organizacional y después a través de nuestro producto, entre los que se encuentran los siguientes:
 - Varias (dos o más) plataformas CRM heredadas de las que está migrando.
 - Varias (dos o más) unidades de negocio, divisiones o regiones que están usando HubSpot.
 - Varias marcas (dos o más).
 - Varios idiomas (dos o más).
 - Varios responsables de dos o más departamentos.
- La implementación de HubSpot será el catalizador de cambios significativos en su modelo operativo de ventas y marketing como parte de este proyecto, y es ideal presentar el perfil de un cliente que no se limita a cambiar de proveedor de CRM o a buscar ganancias de productividad básica, sino que busca mejoras funcionales en su capacidad para generar ingresos y reducir gastos. Estas implementaciones transformarán su empresa y los planes deberán reflejarlo con precisión.

- Presencia de una integración personalizada entre HubSpot y un sistema de registro de terceros, como un sistema financiero, una plataforma ERP o un sistema de generación de informes; por ejemplo, un almacén de datos. Nota: HubSpot es muy potente, pero no reemplazará estas funciones clave dentro de una organización, por lo que la solución tendrá que diseñarse para coexistir con estas plataformas.

Estos requisitos cualitativos son difíciles de filtrar, por lo que te pedimos que tus clientes perfilados cumplan los siguientes criterios cuantitativos para garantizar una revisión lo más exhaustiva posible:

- Tener al menos 300 empleados de tiempo completo.
- Tener al menos 50 licencias de Sales Hub (usuarios de pago).
- Usar Sales Hub y Marketing Hub nivel Enterprise.
- Los equipos están distribuidos por el país o por el mundo.

Las interacciones con clientes que pertenecen a la categoría "entrada y expansión" podrían también cumplir estos requisitos, siempre y cuando puedan proporcionar pruebas sólidas de que el equipo llevó a cabo las implementaciones correspondientes al crecimiento adicional. Un buen ejemplo sería demostrar que gracias a tu trabajo, un cliente que comenzó con la implementación de un producto Enterprise y 100 usuarios, creció hasta usar más de un producto de nivel Enterprise para más de 300 usuarios con 50 licencias de pago en el plazo de un año. Para ser elegible, tu equipo debe cumplir además los siguientes requisitos:

- Tu organización debe tener al menos tres empleados a tiempo completo.
- Tu organización debe haber completado más de dos proyectos de implementación en los últimos 12 meses que cumplan las normas descritas anteriormente.
- Tu organización debe tener experiencia en la implementación de soluciones complejas de integración de terceros, más allá de una simple migración de datos.
- Tu organización debe cumplir con los requisitos de certificación de HubSpot Academy, tal y como se detallan en la sección Certificaciones requeridas, que encontrarás más abajo.
- Tu organización es un Solutions Partner de HubSpot nivel Platinum, Diamond o Elite.

El proceso de solicitud de la acreditación de la implementación del CRM de HubSpot consta de **tres** rondas. Es importante tener en cuenta que no se aceptará a todos los partners: su desempeño en cada ronda individual dictará su progresión en el proceso de solicitud.

Nota: Los requisitos citados anteriormente se refieren tanto a (1) la elegibilidad para presentar la candidatura para la acreditación, como a (2) los criterios aplicables a todos los ejemplos y documentación presentados.

Lista de comprobación previa a la solicitud

Antes de enviar tu solicitud, asegúrate de que cumple con los siguientes criterios y requisitos. Si un documento asociado **no** cumple estos requisitos, la solicitud corre el riesgo de ser rechazada.



Todas las certificaciones requeridas están completas y activas en el momento de presentar la solicitud, incluidas aquellas que requieren la calificación de ejercicios prácticos o entregas de prácticas.



La solicitud y todos los documentos asociados están en español.



Todos los documentos compartidos en la nube (como en Google Drive, Dropbox, Miro u otras plataformas de alojamiento) son visibles y cualquier persona puede acceder a ellos con el enlace proporcionado. Debido a que utilizamos un grupo aleatorio de expertos en la materia, no hay forma de proporcionar acceso de visualización a un revisor específico.



Los documentos cumplen con los criterios de la solicitud, son correctos y son los mismos que se usaron durante la interacción con el cliente. Los resúmenes ejecutivos del trabajo no son suficientes. Si usas una herramienta de software de terceros para la gestión de proyectos o la gestión del cambio (por ejemplo, Asana, ClickUp, Zoho u otras), debes exportar el plan en su totalidad.



Tus clientes te han autorizado a compartir estos documentos con HubSpot. Solo se compartirán internamente con un pequeño grupo de expertos en la materia de HubSpot y miembros del equipo de acreditaciones. Nunca compartiremos estos documentos con terceros a menos que tú y tu cliente nos den previamente su autorización explícita.

Primera ronda

Una vez tengas las certificaciones requeridas, deberás presentar una solicitud (una por entidad) que incluye información básica sobre la organización y se te pedirá que subas evidencia de proyectos comerciales reales en los que hayas ayudado a clientes a implementar el CRM. También te pediremos información de contacto de un cliente de referencia al cual HubSpot contactará para solicitar feedback sobre su experiencia con tu asesoría.

Segunda ronda

En esta ronda, se te pedirá subir un caso de éxito en video que analice de primera mano y de principio a fin una experiencia exitosa en la implementación del CRM de un cliente de HubSpot. Además, se te invitará a hacer una entrevista con un experto en materia de HubSpot (SME) para tratar el carácter técnico de las implementaciones de CRM.

Tercera ronda

En esta ronda, se te pedirá completar una entrevista de 30 minutos y una sesión de Q&A en la que un experto en materia (SME) de HubSpot te hará preguntas aclaratorias sobre el caso de éxito y sobre los proyectos comerciales mencionados en rondas anteriores.

Nota: Esto no será un requisito para todos los aspirantes.

2

CERTIFICACIONES REQUERIDAS PARA LA ACREDITACIÓN

Los Solutions Partner que deseen postularse deben completar y mantener **ACTIVA** una lista estándar de certificaciones que validan sus conocimientos básicos y aptitudes fundamentales. Las certificaciones obtenidas que hayan expirado al momento de la solicitud no serán elegibles.

Como algunas de las certificaciones que se exigen como requisito incorporan ejercicios o entregas prácticas que se evalúan, se recomienda no esperar hasta que se agote el plazo para enviar las solicitudes.

- La calificación de los **ejercicios prácticos** incluye un ANS de 1 día.
- La calificación de las **entregas de prácticas** incluye un ANS de 7 días.

Puedes consultar la lista completa de certificaciones requeridas aquí: [plan de aprendizaje de requisitos para la acreditación](#).

NOTA: Antes de enviar su solicitud para obtener una acreditación, el punto de contacto principal y hasta cuatro miembros más del equipo de los Solutions Partners interesados deben completar y mantener activa la lista de certificaciones requeridas. Las certificaciones obtenidas que hayan expirado al momento de la solicitud no serán elegibles. Es decir, en total, entre los cinco integrantes de la organización del Solutions Partner, debe haber 3 certificaciones activas de la implementación de Marketing Hub, 3 certificaciones activas de la integración con Salesforce, 3 certificaciones activas de informes de HubSpot, y así sucesivamente, para la lista completa de certificaciones requeridas.

Antes de presentar tu solicitud, compara las certificaciones activas de tu equipo con las requeridas para las acreditaciones. **Si tienes algún problema para hacer un seguimiento del progreso de tu equipo, ponte en contacto con tu Channel Consultant (CC).**

Implementación de Marketing Hub

N.º de empleados del Solutions Partner que deben estar certificados : 3

Vende, gestiona proyectos y favorece el crecimiento a largo plazo de tus clientes mediante la implementación de Marketing Hub.

Tiempo estimado de finalización: dos horas

Implementación de Sales Hub

N.º de empleados del Solutions Partner que deben estar certificados : 3

Descubre cómo implementar correctamente Sales Hub para tus clientes.

Tiempo estimado de finalización: tres horas

Software de Marketing de HubSpot

N.º de empleados del Solutions Partner que deben estar certificados : 3

Para crear una buena estrategia de inbound marketing necesitas empezar a utilizar el software de marketing de HubSpot de la manera correcta desde el principio. El software de marketing es una gran plataforma que cuenta con muchísimas herramientas, y para obtener el máximo valor debes entender cómo trabajan todas ellas en conjunto. En esta certificación haremos un recorrido por Marketing Hub y te mostraremos cómo usar las herramientas para crear una estrategia de inbound marketing exitosa.

Tiempo estimado de finalización: cinco horas

Incluye ejercicios prácticos (con un ANS de un día).

Incluye entrega de prácticas (con un ANS de siete días).

Software de ventas de HubSpot

N.º de empleados del Solutions Partner que deben estar certificados: 3

La certificación del software de ventas de HubSpot demuestra tu habilidad para ejecutar un proceso de ventas utilizando el CRM de HubSpot y las herramientas de Sales Hub. Está compuesto por 3 lecciones. Al final de cada clase, encontrarás ejercicios prácticos para que puedas aplicar lo que aprendiste inmediatamente.

Tiempo estimado de finalización: dos horas

Incluye ejercicios prácticos (con un ANS de un día).

Software de Service Hub

N.º de empleados del Solutions Partner que deben estar certificados: 3

La Certificación del software de Service Hub demuestra tus conocimientos para ejecutar una estrategia de asistencia inbound con el Service Hub de HubSpot. Este curso de certificación consta de seis clases que abordan el plan de recorrido del cliente y distintas herramientas de HubSpot, como el centro de ayuda, la base de conocimientos y el feedback del cliente.

Tiempo estimado de finalización: dos horas

Incluye ejercicios prácticos (con un ANS de un día).

Asesoría sobre plataformas

N.º de empleados del Solutions Partner que deben estar certificados: 3

La asesoría sobre plataformas, o auditoría de herramientas tecnológicas, es la práctica mediante la cual se ofrece orientación, experiencia y soluciones a clientes que buscan aprovechar al máximo la utilidad de sus plataformas para obtener los mejores resultados. En esta certificación aprenderás a mantener conversaciones de descubrimiento de plataforma, identificar necesidades específicas, impulsar el cambio de procesos en la empresa y a crear una estrategia de salida al mercado para ofrecer tus servicios de asesoría sobre plataformas.

Tiempo estimado de finalización: dos horas

Integración de datos

N.º de empleados del Solutions Partner que deben estar certificados: 3

HubSpot es más que un software: es una fuente central de información para tus datos. La integración de otras herramientas con HubSpot es necesaria para que los clientes entiendan el rendimiento de la empresa y alineen los equipos. Sin embargo, una integración no es solo unir dos aplicaciones: el objetivo es conectar y asignar los datos que se intercambian entre las aplicaciones. Esta certificación te prepara para identificar ejemplos de uso y aplicar un proceso de evaluación paso a paso con el fin de elegir la integración adecuada para tus clientes.

Tiempo estimado de finalización: tres horas

Integración con Salesforce

N.º de empleados del Solutions Partner que deben estar certificados: 3

En esta certificación aprenderás a implementar la integración con Salesforce para tus clientes. Verás casos prácticos de la integración, cómo funciona y las diferencias clave entre HubSpot y Salesforce. Descubrirás buenas prácticas con respecto a la planificación y los objetivos que debes establecer antes de realizar la integración y obtendrás experiencia completando tareas, tales como configurar listas de inclusión y sincronizar objetos personalizados. También sabrás el tipo de información que necesitas obtener de tu cliente para solucionar un error y serás capaz de identificar y resolver incidencias comunes en la integración. Por último, aprenderás sobre las actividades regulares de mantenimiento que tus clientes deben realizar para que la integración funcione sin problemas.

Tiempo estimado de finalización: dos horas

Incluye ejercicios prácticos (con un ANS de un día).

Incorporación basada en objetivos

N.º de empleados del Solutions Partner que deben estar certificados: 3

Esta certificación ofrece información detallada sobre cómo convertirse en asesor estratégico, gestor de proyectos y planificador de crecimiento a la hora de ejecutar la metodología de incorporación basada en objetivos para los Solutions Partners de HubSpot. Aprende a incorporar un cliente a la manera de HubSpot, convirtiendo las prioridades del cliente en las tuyas para que ambos puedan lograr sus metas más rápido.

Tiempo estimado de finalización: dos horas

Informes de HubSpot

N.º de empleados del Solutions Partner que deben estar certificados: 3

Aprende a tomar decisiones basadas en datos mediante el uso de las herramientas de informes de HubSpot. Este curso de certificación consta de ocho clases que abordan el conocimiento de los datos y las herramientas de informes de HubSpot en el CRM, Marketing Hub, CMS Hub, Sales Hub y Service Hub.

Tiempo estimado de finalización: cuatro horas

Incluye entrega de prácticas (con un ANS de siete días).

Nota: además de las certificaciones requeridas para la acreditación, indicadas anteriormente, existen dos certificaciones adicionales (mencionadas a continuación) que los Solution Partners deben obtener específicamente en el marco de la acreditación para la implementación del CRM de HubSpot. Mientras que las certificaciones previas requeridas para la acreditación exigen que **tres** empleados del Solutions Partner obtengan y mantengan cada certificación, estas certificaciones adicionales únicamente requieren que **dos** empleados cuenten con certificaciones ACTIVAS en regla.

Gestión de ingresos

N.º de empleados del Solutions Partner que deben estar certificados: 2

La gestión de ingresos o RevOps es clave para la expansión de las empresas. Si trabajas en gestión de ingresos o te gustaría hacerlo, este curso te da una base sólida para seguir creciendo. Contiene cientos de consejos prácticos de profesionales del campo, que te enseñarán a qué se refiere la gestión de ingresos y todo lo que necesitas saber para destacarte en este ámbito. Al final de este curso, tendrás los conocimientos necesarios para ponerte manos a la obra y lograr un impacto real en tu empresa.

Tiempo estimado de finalización: seis horas

CMS para desarrolladores

N.º de empleados del Solutions Partner que deben estar certificados: 2

Este curso de certificación contiene lecciones y recursos para enseñar a los desarrolladores web a construir y gestionar sitios web en el CMS de HubSpot. Aprenderás a utilizar las herramientas del CMS para crear una amplia variedad de recursos y a maximizar tu eficacia con estas herramientas para agilizar tu proceso y aumentar tu productividad.

Tiempo estimado de finalización: cuatro horas

PRIMERA RONDA DEL PROCESO DE ACREDITACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL CRM

En esta ronda, HubSpot te pedirá que envíes varios documentos que hayas usado en las interacciones reales con los clientes. Deberás centrarte en la profundidad y la claridad, más que en la cantidad; se trata de abordar el proceso como si te estuvieras comunicando con los equipos responsables del cliente. Es importante leer atentamente cada requerimiento para asegurarte de incluir toda la información necesaria.

No es necesario que incluyas detalles adicionales sobre el cliente o tu organización más allá de lo que te pedimos; tu propuesta debe responder los tres requerimientos de esta ronda con entre 1 y 3 interacciones con los clientes. Si lo deseas, puedes emplear una misma interacción para los tres requerimientos, aunque no es obligatorio.

Esta ronda del proceso de solicitud consta de cuatro elementos:

1. Subirás un plan de proyecto de implementación por fases de un cliente al que hayas migrado de un CRM destacado a HubSpot.
2. Proporcionarás la infraestructura técnica de una integración personalizada que hayas creado para un cliente sin conocimientos técnicos con el fin de resolver un caso de integración complejo.
3. Subirás un plan de gestión del cambio que describa cómo brindaste asistencia a un cliente, de principio a fin, en la implementación del CRM.
4. Facilitarás la información de contacto de dos representantes de un cliente que se haya perfilado en esta ronda de la acreditación.

El cliente seleccionado para esta interacción debe cumplir los siguientes criterios:

- Realizado en los últimos 12 meses
- Implementación de Sales Hub y Marketing Hub, ambos nivel Enterprise
- Tener al menos 300 empleados que sean clientes en total
- Contar mínimo con 50 licencias de usuario de al menos dos departamentos diferentes
- Equipos distribuidos a escala nacional y/o mundial

Como recordatorio, todos los proyectos seleccionados se evalúan de acuerdo con los criterios cualitativos descritos en la sección Elegibilidad de esta guía de preparación, además de los requisitos cuantitativos descritos anteriormente y los requisitos específicos de los documentos descritos en los siguientes requerimientos.

Si planeas enlazar documentos compartidos en la nube (como en Google Drive), asegúrate de que son visibles y cualquier persona puede acceder a ellos con el enlace proporcionado. Debido a que utilizamos un grupo aleatorio de expertos en la materia, no hay forma de proporcionar acceso de visualización a un revisor específico. Si esto no es posible, te recomendamos que descargues el contenido en uno de nuestros formatos de archivo aceptados y lo cargues directamente en la aplicación. Además, si utilizas una herramienta de software para la gestión de proyectos o la gestión de cambios (por ejemplo, monday.com, Asana, Zoho), puedes exportar el plan completo para garantizar que el revisor tenga acceso a toda la documentación.

Requerimiento 1: Plan del proyecto de implementación de CRM por fases

Documentación requerida

Los proyectos upmarket implican un elevado grado de complejidad que requiere atención al detalle, un calendario exhaustivo y una clara definición de los pasos a seguir para garantizar que la implementación se lleve a cabo a tiempo y sin salirse del presupuesto.

En este requerimiento nos interesa (1) la metodología de implementación compleja y por fases, (2) el enfoque de tu organización para estructurar el trabajo en actividades lógicas que permitan una puesta en marcha inicial en **120 días** a partir de la fecha de inicio del proyecto, y (3) la forma en que documentas la planificación para añadir funcionalidad a la plataforma o unidades de negocio adicionales tras la fecha de lanzamiento. Asegúrate de subir una copia del plan de proyecto real utilizado en la interacción, pues no se aceptará un documento de resumen o tipo propuesta.

La documentación subida deberá incluir la siguiente información:

- Resumen ejecutivo de la solicitud.
 - Formato recomendado: documento de texto
 - Información sobre el cliente al que se le hizo la implementación, incluyendo el tamaño total de la empresa y las ubicaciones.
 - Resumen de metas y objetivos para este cliente a lo largo de la implementación.
 - Detalle de en qué parte de la solicitud se encuentran los puntos a continuación.
- Plan del proyecto de implementación, que debe incluir:
 - Las fases de implementación, los plazos de finalización y los resultados concretos de cada fase claramente definidos.
 - Al menos una fase dedicada a aumentar la funcionalidad de la plataforma o a añadir unidades de negocio posteriores a la fecha inicial de puesta en marcha .
 - Tareas e hitos con sus responsables, así como las fechas de entrega y las dependencias identificadas.

Además de incluir la información anterior, te pedimos que incluyas lo siguiente sobre este cliente:

- Fecha de inicio de la interacción
- Fecha de finalización de la interacción
- Tamaño de la empresa cliente
- Ubicación de la empresa cliente (ciudades y países)
- Número de licencias de Sales Hub pagas
- Número total de usuarios de CRM
- Departamentos de los usuarios de CRM
- Nombre del CRM anterior
- Nivel de Marketing Hub implementado: Gratuito, Starter, Pro, Enterprise, N/A

- Nivel de Sales Hub implementado: Gratuito, Starter, Pro, Enterprise, N/A
- Nivel de Service Hub implementado (**nota:** para esta acreditación no se requiere experiencia en la implementación de Service Hub): Gratuito, Starter, Pro, Enterprise, N/A

El cliente seleccionado para esta interacción debe cumplir al menos cuatro de los siguientes cinco criterios:

- Realizado en los últimos 12 meses
- Implementación de Sales Hub y Marketing Hub, ambos nivel Enterprise
- Tener al menos 300 empleados que sean clientes en total
- Contar mínimo con 50 licencias de usuario de al menos dos departamentos diferentes
- Equipos distribuidos a escala nacional y/o mundial

Requerimiento 2: Arquitectura de soluciones y diseño de la integración

Documentación requerida

A lo largo de la implementación, es indispensable comunicarles correctamente a los stakeholders ejecutivos los diseños de las soluciones técnicas recomendadas. En la respuesta a este requerimiento, se debe mostrar un alto nivel de capacidad técnica, además de competencia a la hora de transmitir la funcionalidad de la integración y la propuesta de valor.

Proporciona un producto final que hayas creado para un cliente ejecutivo, como un CTO o director de TI, con el fin de resolver un caso práctico de integración complejo en el contexto de una implementación de categoría superior.

El ejemplo seleccionado debe ser una integración personalizada, entre distintos objetos y bidireccional. De preferencia, la integración también debe hacer uso de objetos personalizados dentro de HubSpot y se deben haber realizado acciones personalizadas en la plataforma incorporando los datos integrados.

No basta con hacer una sola migración de datos. Las soluciones IPaaS (excepto Zapier) que se usan para crear integraciones personalizadas son válidas para este ejemplo.

La documentación subida deberá incluir la siguiente información:

- Resumen ejecutivo del proyecto.
 - Resumen del caso práctico u objetivo empresarial del cliente, haciendo hincapié en la propuesta de valor de la solución.
 - Información sobre las soluciones tecnológicas del cliente, incluidos los nombres de los sistemas y sus funcionalidades.
 - Detallar en qué parte de la solicitud se encuentran los puntos a continuación.
- La descripción de la solución de la integración debe incluir lo siguiente:
 - Esquema visual con los sistemas claramente etiquetados.
 - Indicadores del flujo de datos.
- La asignación de datos debe incluir lo siguiente:
 - Datos específicos de la fuente.
 - Descripciones claras del destino, incluidos los nombres de objetos y propiedades de HubSpot.
- Lista completa de las API utilizadas.
- Descripción de la aplicación de datos dentro de HubSpot y cómo resuelven los retos empresariales (los workflows, los desencadenantes, los informes, etc.)

Si es posible, envía capturas de pantalla tomadas dentro de HubSpot para ilustrar tu diseño.

Además de incluir la información anterior, te pedimos que incluyas lo siguiente sobre este cliente:

- Fecha de inicio de la interacción
- Fecha de finalización de la interacción
- Tamaño de la empresa cliente
- Ubicación de la empresa cliente (ciudades y países)
- Número de licencias de Sales Hub pagas
- Número total de usuarios de CRM
- Departamentos de los usuarios de CRM
- Nombre del CRM anterior
- Nivel de Marketing Hub implementado: Gratuito, Starter, Pro, Enterprise, N/A
- Sales Hub Nivel de implementación: Gratuito, Starter, Pro, Enterprise, N/A
- Nivel de Service Hub implementado (**nota:** para esta acreditación no se requiere experiencia en la implementación de Service Hub): Gratuito, Starter, Pro, Enterprise, N/A

Requerimiento 3: Plan de gestión del cambio

Documentación requerida

La implementación y adopción de un nuevo CRM supone un catalizador para lograr un cambio significativo en la organización. Para guiar satisfactoriamente a los clientes Enterprise durante este periodo de transición, es esencial que nuestros partners demuestren competencias en la gestión del cambio. Tu propuesta para este requerimiento debe demostrar que tienen la capacidad de minimizar las interrupciones en las operaciones diarias durante el transcurso de la implementación, de anticipar y mitigar proactivamente los riesgos potenciales y de facilitar la adopción exitosa por parte de los usuarios de la nueva tecnología y los procesos resultantes del proyecto de implementación.

Para esta tarea, proporciona ejemplos de cómo dirigiste con éxito la gestión del cambio para un cliente Enterprise, que incluya lo siguiente:

- **Resumen ejecutivo de la solicitud**
 - Formato recomendado: documento de texto
 - Detalle de en qué parte de la solicitud se encuentran los puntos a continuación.
- **Información contextual sobre el cliente**
 - Destaca los detalles relevantes del cliente que informaron el enfoque de gestión del cambio que seguiste (notas sobre el número de equipos de ventas, los procesos o desafíos comerciales existentes, de qué sistemas están migrando o si continuarán trabajando en conjunto con HubSpot).
- **La metodología**
 - Esta sección debe incluir el enfoque de la organización para (1) abordar los retos del cliente, (2) identificar y mitigar los riesgos potenciales, (3) gestionar el plan de implementación, incluido un piloto, (4) facilitar la adopción por parte del usuario y la asistencia durante al menos 3 meses posteriores a la implementación.
 - La audiencia objetivo de este segmento debe ser el personal directivo de tu cliente. El propósito aquí es convencerlos de que dispones de una metodología probada para minimizar el riesgo y las interrupciones para su empresa y de un enfoque centrado en conseguir los resultados comerciales deseados. Se pueden utilizar extractos de la propuesta real, aunque no son imprescindibles siempre y cuando se facilite la información requerida.
 - La metodología debe ajustarse claramente a la información facilitada por el cliente. Es decir, debe verse con facilidad como los retos, riesgos o procesos empresariales mencionados se alinean con los planes de acción indicados en esta sección.
- **Resultados e impacto:**
 - Esta sección debes incluir las métricas aplicadas para indicar (1) el impacto general en la empresa/el ROI como resultado de la implementación, (2) el éxito de la adopción por parte de los usuarios.
 - Recuerda que no basta con incluir un planteamiento hipotético: nuestro panel de evaluación debe ser capaz de ver exactamente cómo tus metodologías e implementación tuvieron un impacto en la empresa y ayudaron a los usuarios a adoptar el CRM.

- Algunos ejemplos de las métricas seleccionadas incluyen los siguientes:
 - Aumento del C\$R, reducción de la tasa de pérdida de clientes, aumento de la conversión de MQL a SQL (impacto en el negocio/ROI).
 - Aumento en el número de inicios de sesión diarios de los usuarios, en la actividad de los representantes o en el registro de llamadas (indicadores de adopción).

El cliente seleccionado para esta interacción debe cumplir al menos cuatro de los siguientes cinco criterios:

- Realizado en los últimos 12 meses
- Implementación de Sales Hub y Marketing Hub, ambos nivel Enterprise
- Tener al menos 300 empleados que sean clientes en total
- Contar mínimo con 50 licencias de usuario de al menos dos departamentos diferentes
- Equipos distribuidos a escala nacional y/o mundial

NOTA: Este contenido debe ser distinto al del plan del proyecto. Si bien ambos abordan el enfoque de la implementación, el enfoque de la gestión del cambio proporciona una hoja de ruta estratégica, junto con actividades clave para impulsar la adopción por parte de los usuarios y garantizar una transición fluida a los nuevos procesos y tecnologías.

Elementos 4 y 5: Referencias de los clientes

Información de contacto del cliente requerida

Facilita la información de referencia de dos contactos del cliente perfilado en esta ronda de la acreditación. Los contactos deben incluir a un responsable directivo y a un responsable técnico del proyecto de implementación.

Una vez que se haya proporcionado la información de contacto, HubSpot recabará el feedback de las personas respecto a los siguientes aspectos:

- Los intentos del Solutions Partner de fomentar las buenas relaciones.
- La capacidad del Solutions Partner de identificar proactivamente los riesgos o bloqueos.
- El papel del Solutions Partner en el establecimiento de métricas comerciales.
- El éxito del Solutions Partner a la hora de liderar la implementación del CRM de HubSpot.

Ten en cuenta que deberás facilitar los datos de contacto del cliente antes de que finalice el plazo de la primera ronda, aunque este podrá enviar el cuestionario con los comentarios antes de que concluya el plazo de la segunda ronda.

Es responsabilidad del candidato asegurarse de que los contactos de referencia seleccionados completen los formularios antes de que finalice el plazo para el envío de la segunda ronda. En el portal de envíos podrás consultar el estado de tus referencias, así como reenviar la solicitud en cualquier momento. Las referencias que queden incompletas podrían eliminarte del proceso de acreditación.

4

SEGUNDA RONDA DEL PROCESO DE ACREDITACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL CRM

Esta ronda del proceso de solicitud consta de tres elementos distintos, diseñados para evaluar tu enfoque de consultoría y tu capacidad para lograr resultados comerciales.

Selecciona un cliente al que hayas migrado con éxito de un CRM líder de la competencia a HubSpot y completa lo siguiente:

- Crea y envía un breve video de un caso de éxito (máximo 15 minutos) en el que se muestre el proyecto completo con este cliente, desde la preventa hasta la implementación y el cierre.
- Sube tu propuesta de venta para el proyecto al que se hace referencia en tu video de muestra. Debe incluir la estructura de precios y tarifas.

Después de que HubSpot haya revisado la presentación del caso de éxito y la referencia del cliente, se te podría pedir completar una entrevista de 30 minutos y una sesión de Q&A en la que un experto en materia (SME) de HubSpot te hará preguntas aclaratorias sobre la presentación de tu caso de éxito.

El cliente seleccionado para esta interacción debe cumplir los siguientes criterios:

- Realizado en los últimos 12 meses
- Implementación de Sales Hub y Marketing Hub, ambos nivel Enterprise
- Tener al menos 300 empleados que sean clientes en total
- Contar mínimo con 50 licencias de usuario de al menos dos departamentos diferentes
- Equipos distribuidos a escala nacional y/o mundial

Como recordatorio, todos los proyectos seleccionados se evalúan de acuerdo con los criterios cualitativos descritos en la sección Elegibilidad de esta guía de preparación, además de los requisitos cuantitativos descritos anteriormente y requisitos específicos de la documentación requerida descrita en los siguientes requerimientos.

Por favor ten en cuenta: si haces referencia a alguna de las interacciones de la primera ronda, no debes asumir que el evaluador conoce tu trabajo con este cliente: procede como si fuera la primera vez lo perfiles.

Requerimiento 1: Propuesta de ventas

Documentación requerida

La propuesta utilizada durante el proceso de ventas para ofrecer al cliente claridad y confianza respecto al enfoque de implementación, la estrategia y los resultados. Nos interesa evaluar tu capacidad para comunicar un enfoque de implementación complejo y por fases, así como el método que utilizas para organizar el trabajo en actividades lógicas que permitan obtener valor en poco tiempo.

Específicamente, la propuesta deberá incluir lo siguiente:

- Un resumen de los retos y objetivos del cliente
- Una estimación del ROI, del impacto empresarial, incluyendo referencias cuantitativas e indicadores de cómo el cliente percibe estos beneficios
- Una propuesta de un diagrama de arquitectura del sistema (técnico y de negocio)
- Un plan y un calendario de implementación por fases
- Un plan de reducción de riesgos
- Un enfoque de gestión del cambio
- El recorrido del cliente propuesto
- Una propuesta de precios
- Una descripción del trabajo

Los criterios de revisión de las propuestas son los siguientes:

- La capacidad del Solutions Partner para comunicar con claridad los retos y objetivos comerciales del cliente.
- La forma en que el Solutions Partner plantea el impacto empresarial y el uso de medidas cuantitativas.
- La capacidad del enfoque del Solutions Partner para visualizar la arquitectura de soluciones.
- La capacidad del Solutions Partner para estructurar un plan de implementación.
- La capacidad del Solutions Partner para comunicar los planes de reducción de riesgos.
- La estrategia comunicada por el Solutions Partner para la gestión del cambio.
- La estrategia de precios del Solutions Partner.

Además de incluir la información anterior, te pedimos que incluyas lo siguiente sobre este cliente:

- Fecha de inicio de la interacción
- Fecha de finalización de la interacción
- Tamaño de la empresa cliente
- Ubicación de la empresa cliente (ciudades y países)
- Número de licencias de Sales Hub pagas

- Número total de usuarios de CRM
- Departamentos de los usuarios de CRM
- Nombre del CRM anterior
- Marketing Hub implementado
- Sales Hub implementado
- Service Hub implementado

Requerimiento 2: Caso de éxito en video

Video requerido

Este video te da la oportunidad de hablar directamente con nuestros expertos en la materia y resaltar el éxito que tuviste con algún cliente upmarket. No puede tratarse de una copia de cualquier presentación que hayas realizado durante el proceso de preventa o venta a tu cliente, sino más bien de una narración que muestre claramente tu trabajo realizado y aborde las siguientes áreas:

- Cómo convenciste al cliente de que HubSpot era la solución adecuada para satisfacer sus necesidades comerciales (preventa) y le diste la confianza de que la implementación/migración no fallaría.
- Cómo ayudaste a optimizar los procesos actuales de CRM del cliente al introducirlos en HubSpot.
- Resume el organigrama de la organización, incluyendo a los responsables principales, así como la cadencia y el modelo de comunicación que seguiste.
- Señala algunos de los riesgos y problemas que encontraste durante el proyecto y qué hiciste para mitigarlos de forma proactiva.
- Presenta un ejemplo de la hoja de ruta estratégica que desarrollaste para el cliente describiendo el camino para el crecimiento a largo plazo con HubSpot y su valor para la empresa.
- Define la gestión del cambio tal y como la practica tu organización y describe, mediante indicadores cuantitativos que apoyen tu resumen, cómo el enfoque impulsó la adopción por parte de los usuarios.
- Enumera los resultados comerciales/indicadores clave de rendimiento reales que ayudaste a conseguir al cliente, tanto a corto como a largo plazo.

Los criterios de revisión de las propuestas son los siguientes:

- La capacidad del Solutions Partner para proporcionar suficiente contexto e información sobre el estado actual del cliente.
- El proceso seguido por el Solutions Partner para mostrar su plan a fin de lograr un resultado satisfactorio.

- El plan del Solutions Partner para optimizar los procesos actuales del CRM del cliente en su transición a HubSpot.
- La capacidad del Solutions Partner para mitigar los riesgos proactivamente.
- La hoja de ruta del Solutions Partner para la continua evolución y expansión de HubSpot en el transcurso del tiempo.

Directrices del vídeo:

- No se aceptarán vídeos de más de 15 minutos.
- Si lo deseas, puedes utilizar diapositivas o ayudas visuales para presentar tu contenido.

- No debes incluir:
 - Información sobre tu empresa
 - Presentaciones de los miembros del equipo

- Si planeas enlazar documentos compartidos en la nube (como en Google Drive), asegúrate de que son visibles y cualquier persona puede acceder a ellos con el enlace proporcionado. Debido a que utilizamos un grupo aleatorio de expertos en la materia, no hay forma de proporcionar acceso de visualización a un revisor específico. Si esto no es posible, te recomendamos que descargues el contenido en uno de nuestros formatos de archivo aceptados y lo cargues directamente en la aplicación.

Se aceptan los siguientes formatos de archivo:

- .avi
- .mov
- .mp4
- .zip

5

TERCERA RONDA DEL PROCESO DE ACREDITACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL CRM

Dependiendo de los materiales proporcionados en la primera y segunda ronda, se te podría pedir completar la tercera.

Requerimiento 1: Entrevista con un experto en la materia (SME)

Entrevista programada

Después de que HubSpot haya revisado la presentación del caso de éxito y la propuesta de ventas, se te podría pedir completar una entrevista de 30 minutos y una sesión de Q&A en la que un experto en materia (SME) de HubSpot te hará preguntas aclaratorias sobre la presentación de tu caso de éxito. No se entrevistará a todos los candidatos.

En la entrevista debe participar al menos el responsable de la ejecución del caso de éxito; esta persona será capaz de explicar en detalle lo que se ha hecho y cómo se ha hecho en este proyecto. Si lo deseas, podrías incluir a otros miembros del equipo, aunque como máximo podrán asistir tres personas.

Los criterios de revisión de las entrevistas son los siguientes:

- La capacidad del Solutions Partner para demostrar que entiende de manera integral el proyecto de implementación a mayor escala.
- La capacidad del Solutions Partner para explicar y defender el enfoque recomendado, las soluciones diseñadas y el proceso que han seguido.



HubSpot Academy

Guía de preparación de la Acreditación de la implementación del CRM de HubSpot