

Akkreditierung für die Implementierung der CRM-Plattform von HubSpot

Ein Leitfaden für die Vorbereitung

Zuletzt aktualisiert: 9. August 2023

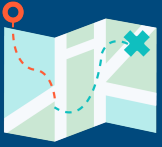
Dieses Dokument liefert Informationen zum Prozess der Akkreditierung für die Implementierung der CRM-Plattform von HubSpot und zu den Erwartungen und Anforderungen an interessierte Solutions Partner sowie Empfehlungen dazu, wie du eine möglichst solide und relevante Anwendung erzielst.

Informationen zu HubSpot-Akkreditierungen und warum sie für Solutions Partner wichtig sind, findest du [hier](#).



INHALTSVERZEICHNIS

| | |
|---|-----------|
| INHALTSVERZEICHNIS | 1 |
| SO VERWENDEST DU DIESEN LEITFADEN | 2 |
| ÜBER DIE AKKREDITIERUNG FÜR DIE IMPLEMENTIERUNG DER CRM-PLATTFORM VON HUBSPOT | 2 |
| Teilnahmevoraussetzungen | 3 |
| Checkliste vor der Einsendung | 5 |
| Runde 1 | 6 |
| Runde 2 | 6 |
| Runde 3 | 6 |
| FÜR DIE AKKREDITIERUNG ERFORDERLICHE ZERTIFIZIERUNGEN | 7 |
| Zertifizierung zur Marketing Hub-Implementierung | 8 |
| Zertifizierung zur Sales Hub-Implementierung | 8 |
| HubSpot Marketing-Software-Zertifizierung | 8 |
| Sales-Software-Zertifizierung | 8 |
| HubSpot Service-Software | 9 |
| Zertifizierung zur Plattformberatung | 9 |
| Zertifizierung zu Datenintegrationen | 9 |
| Zertifizierung zum zielbasierten Onboarding | 9 |
| Zertifizierung zur Salesforce-Integration | 10 |
| HubSpot Berichterstattung | 10 |
| Revenue Operations | 11 |
| CMS Hub für Entwickler und Entwicklerinnen | 11 |
| RUNDE 1 DES PROZESSES DER AKKREDITIERUNG FÜR DIE IMPLEMENTIERUNG DER CRM-PLATTFORM VON HUBSPOT | 11 |
| Aufgabe 1: Aus mehreren Phasen bestehender Projektplan für die CRM-Implementierung | 13 |
| Aufgabe 2: Lösungsarchitektur und Integrationsdesign | 14 |
| Aufgabe 3: Change-Management-Plan | 15 |
| Elemente 4 und 5: Kundenreferenzen | 17 |
| RUNDE 2 DES PROZESSES DER AKKREDITIERUNG FÜR DIE IMPLEMENTIERUNG DER CRM-PLATTFORM VON HUBSPOT | 19 |
| Aufgabe 1: Vertriebsangebot | 20 |
| Aufgabe 2: Video-Fallstudie | 21 |
| RUNDE 3 DES PROZESSES DER AKKREDITIERUNG FÜR DIE IMPLEMENTIERUNG DER CRM-PLATTFORM VON HUBSPOT | 23 |
| Aufgabe 1: Gespräch mit einer Expertin oder einem Experten | 23 |



SO VERWENDEST DU DIESEN LEITFADEN

Dieser Leitfaden liefert Informationen zum Prozess der Akkreditierung für die Implementierung der CRM-Plattform von HubSpot und zu den Erwartungen und Anforderungen an interessierte Solutions Partner sowie Empfehlungen dazu, wie du eine möglichst solide und relevante Anwendung erzielst. Der Leitfaden wird für jeden Anmeldezeitraum für die Akkreditierung aktualisiert, um Neuerungen am Prozess oder den Anforderungen zu berücksichtigen.

Wir empfehlen dir, dieses Dokument genau durchzulesen, um sicherzugehen, dass du die nötigen Voraussetzungen für diese Akkreditierung mitbringst und alles Erforderliche einreichst.

1

ÜBER DIE AKKREDITIERUNG FÜR DIE IMPLEMENTIERUNG DER CRM-PLATTFORM VON HUBSPOT

Durch die Akkreditierung für die Implementierung der CRM-Plattform von HubSpot kann dein Solutions Partner-Unternehmen nachweisen, dass es bereits Erfahrungen mit der erfolgreichen Implementierung der CRM-Plattform von HubSpot bei großen globalen Enterprise-Kunden mit komplexen Anforderungen gesammelt hat.

Neben deinem produktspezifischen Wissen umfasst dies Elemente von Projekt-/Stakeholder- und Änderungs-Management und Professionalität im gesamten Vertriebs- und Analyseprozess. Wenn du noch keine großen Implementierungen durchgeführt hast (Kundenunternehmen mit mehreren HubSpot-Produkten und mit mindestens 300 Beschäftigten und 50 Nutzenden) oder wenn du nicht sowohl vor als auch nach dem Kauf mit Kunden und Kundinnen zusammenarbeitest, empfehlen wir dir, eine der anderen Akkreditierungen zu wählen.

Teilnahmevoraussetzungen

Diese Akkreditierung soll bestätigen, dass du bereits Erfahrungen mit Implementierungen für Kunden und Kundinnen im gehobenen Marktsegment mit komplexen Anforderungen gesammelt hast. Daher muss jedes Implementierungsprojekt, das du einbeziehen möchtest, die folgenden Anforderungen erfüllen:

- Nutzung von Sales und Marketing Hub Enterprise sowie vorzugsweise Operations Hub (Operations Hub ist für diese Akkreditierung keine Voraussetzung).
Hinweis: Enterprise- oder Pro-Kundinnen und -Kunden, die nur ein HubSpot-Produkt nutzen, erfüllen nicht den für diese Akkreditierung erforderlichen Komplexitätsstandard.
- Die Kundenunternehmen nutzen mehrere Komponenten, die neu organisiert und dann mit unserem Produkt integriert werden:
 - Mehrere (zwei oder mehr) veraltete CRM-Plattformen, von denen eine Migration durchgeführt wird
 - Mehrere (zwei oder mehr) Unternehmensbereiche, Abteilungen und/oder Regionen, die HubSpot verwenden
 - Mehrere Marken (zwei oder mehr)
 - Mehrere Sprachen (zwei oder mehr)
 - Mehrere Stakeholder aus zwei oder mehr Abteilungen
- Die Implementierung von HubSpot sollte große Veränderungen in den Vertriebs- und Marketingmodellen im Rahmen dieses Projekts auslösen. Bei einer idealen Implementierung wechselt der Kunde oder die Kundin nicht einfach nur den CRM-Anbieter oder erhofft sich grundlegende Produktivitätsgewinne, sondern möchte die eigenen Möglichkeiten zur Gewinnerzielung und Kostenreduzierung verbessern. Die Implementierungen werden ihr Unternehmen transformieren, und das sollten auch die Implementierungspläne im Detail wiedergeben.
- Vorhandensein einer benutzerdefinierten Integration zwischen HubSpot und einem Datenverwaltungssystem wie einem Finanzsystem oder einer ERP-Plattform oder einem Berichterstattungssystem wie einem Data Warehouse.
Hinweis: HubSpot ist zwar sehr leistungsstark, aber kann diese wichtigen Funktionen im Unternehmen nicht ersetzen. Daher muss die Lösung so eingerichtet werden, dass sie gemeinsam mit diesen Plattformen genutzt werden kann.

Diese qualitativen Anforderungen sind für uns schwer zu beurteilen. Daher erwarten wir, dass die von dir erwähnten Kundinnen und Kunden die folgenden quantitativen Kriterien erfüllen, damit uns eine möglichst gründliche Prüfung möglich ist:

- Mindestens 300 Vollzeitbeschäftigte
- Mindestens 50 Sales-Lizenzen (zählende Nutzende)
- Nutzung von Sales und Marketing Hub auf Enterprise-Ebene
- Landesweit oder global verteilte Teams

Auch Kundschaft der Kategorie „Erst einsteigen, dann ausbauen“ kann diese Anforderungen erfüllen, sofern du solide Belege dafür vorweisen kannst, dass dein Team die Implementierungen für das zusätzliche Wachstum durchgeführt hat. Ein solcher Fall wäre es beispielsweise, wenn du mit einer Kundin gearbeitet hast, die zunächst Enterprise Hub für 100 Nutzende implementiert und anschließend innerhalb eines Jahres weitere HubSpot-Produkte für mehr als 300 Nutzende mit 50 Lizenzen hinzugefügt hat. Du musst nachweisen können, dass du die aus diesem Wachstum resultierenden Implementierungsarbeiten durchgeführt hast.

Außerdem muss dein Team die folgenden Anforderungen erfüllen, um teilnahmeberechtigt zu sein:

- Dein Unternehmen hat mindestens drei Vollzeitbeschäftigte.
- Dein Unternehmen hat innerhalb der letzten 12 Monate mindestens zwei Implementierungsprojekte abgeschlossen, die den oben beschriebenen Standards entsprechen.
- Dein Unternehmen hat Erfahrung bei der Implementierung komplexer Drittanbieterintegrationen, die über eine einzelne Datenmigration hinausgehen.
- Dein Unternehmen erfüllt die nachfolgend im Abschnitt „Für die Akkreditierung erforderliche Zertifizierungen“ genannten Voraussetzungen für die HubSpot Academy-Zertifizierung.
- Dein Unternehmen ist ein Platinum, Diamond oder Elite Solutions Partner von HubSpot.

Der Bewerbungsprozess für die Akkreditierung für die Implementierung der CRM-Plattform von HubSpot umfasst drei Runden. Dabei ist wichtig zu wissen, dass nicht alle Partner zum Abschluss jeder Runde akzeptiert werden. Wie weit ein Solutions Partner im Bewerbungsprozess kommen kann, hängt von seiner Leistung in jeder einzelnen Runde ab.

Hinweis: Die oben genannten Anforderungen beziehen sich sowohl darauf, ob du zur Bewerbung für die Akkreditierung berechtigt bist, als auch auf die Kriterien für alle eingereichten Beispiele und Dokumente.

Checkliste vor der Einsendung

Prüfe vor Einsendung deiner Bewerbung genau, ob deine Unterlagen die folgenden Kriterien und Anforderungen vollständig erfüllen. Wenn ein beigefügtes Dokument diese Anforderungen nicht erfüllt, besteht das Risiko, dass deine Bewerbung abgelehnt wird.



Alle erforderlichen Zertifizierungen sind zum Zeitpunkt der Bewerbung abgeschlossen und aktiv, einschließlich derjenigen, die praktische Übungen und/oder bewertete Praxisarbeiten erfordern.



Deine Bewerbung und alle dazugehörigen Dokumente sind in englischer Sprache einzureichen.



Alle per Cloud geteilten Dokumente (z. B. über Google Drive, Dropbox, Miro oder andere Hosting-Plattformen) sind für jede Person mit dem angegebenen Link zugänglich und einsehbar. Da wir mit verschiedenen zufällig ausgewählten Expertinnen und Experten arbeiten, ist es nicht möglich, nur einer bestimmten Person Lesezugriff zu geben.



Deine Dokumente entsprechen den Bewerbungskriterien, sind korrekt und sind die echten in der Kundeninteraktion verwendeten Dokumente. Zusammenfassungen deiner Arbeit reichen nicht aus. Wenn du eine Drittanbietersoftware für Projektmanagement und/oder Change-Management nutzt (z. B. Asana, ClickUp, Zoho o. a.), solltest du den Plan vollständig exportieren.



Deine Kundinnen und Kunden haben dir die Genehmigung gegeben, diese Dokumente an HubSpot weiterzugeben. Die Dokumente werden ausschließlich intern mit einem kleinen Team aus HubSpot-Expertinnen und -experten und Mitgliedern des Akkreditierungsteams geteilt. Wir teilen diese Dokumente niemals extern ohne die explizite Genehmigung sowohl von dir als auch von deinen Kundinnen und Kunden.

Runde 1

Sobald du die erforderlichen Zertifizierungen erlangt hast, reichst du eine Bewerbung ein (eine Person je Partnerunternehmen). Diese umfasst grundlegende Informationen über dein Unternehmen und eine Reihe von echten, bestehenden Geschäftsfällen, die mit deiner Arbeit mit Kunden für CRM-Implementierungen zusammenhängen. Außerdem wirst du aufgefordert, die Kontaktdaten eines Kunden oder einer Kundin als Referenz anzugeben, damit HubSpot die Person kontaktieren und Feedback zu ihrer Erfahrung mit deinem Unternehmen erhalten kann.

Runde 2

In dieser Runde wirst du aufgefordert, eine Video-Fallstudie zu einer von dir selbst durchgeführten vollständigen CRM-Implementierung bei einem HubSpot-Kundenunternehmen einzusenden. Außerdem führt eine Expertin oder ein Experte von HubSpot mit dir ein Bewerbungsgespräch zu den technischen Aspekten der CRM-Implementierung durch.

Runde 3

In dieser Runde absolvierst du ein 30-minütiges Bewerbungsgespräch und eine Frage-und-Antwort-Sitzung, in denen dir HubSpot-Expertinnen und -Experten Fragen zu deiner Fallstudie und deinen geschäftsbezogenen Einsendungen aus den vorigen Runden stellen. Hinweis: Dies wird nicht von allen Bewerbenden benötigt.

2

FÜR DIE AKKREDITIERUNG ERFORDERLICHE ZERTIFIZIERUNGEN

Die Liste der für die Akkreditierung erforderlichen Zertifizierungen entspricht der Standardliste aller Zertifizierungen, die Solutions Partner abgeschlossen haben müssen, um sich für eine Akkreditierung bewerben zu können. Diese Zertifizierungen belegen das grundlegende Wissen und die Fähigkeiten, die Solutions Partner benötigen, um sich für den Akkreditierungsprozess zu qualifizieren.

Solutions Partner, die sich für eine Akkreditierung bewerben möchten, müssen über sämtliche erforderliche Zertifizierungen **AKTIV** verfügen. Erhaltene Zertifizierungen, die zum Zeitpunkt der Bewerbung abgelaufen sind, zählen daher nicht.

Da einige der erforderlichen Zertifizierungen praktische Übungen und/oder das Einreichen von Praxisarbeiten zum Bestehen voraussetzen, empfehlen wir dir, diese nicht erst kurz vor Bewerbungsschluss zu erlangen.

- Die Bewertung **praktischer Übungen** umfasst eine eintägige SLA
- Die Bewertung **eingereichter Praxisarbeiten** umfasst eine 7-tägige SLA

Die gesamte Liste der erforderlichen Zertifizierungen findest du über die Schulung zu Akkreditierungsvoraussetzungen [hier](#).

HINWEIS: Es wird erwartet, dass die zentrale Kontaktperson sowie bis zu vier weitere Teammitglieder eines Solutions Partners aktiv über alle gelisteten erforderlichen Zertifizierungen verfügen und diese Kompetenzen zuverlässig erbringen können. Anders gesagt: Von fünf Mitgliedern des Unternehmens eines Solution Partners benötigen drei eine aktive Zertifizierung zur Marketing Hub-Implementierung, drei eine aktive Zertifizierung zur Salesforce-Integration, drei eine aktive Revenue Operations-Zertifizierung usw. entsprechend der vollständigen Liste der erforderlichen Zertifizierungen.

Gleiche die aktiven Zertifizierungen deines Teams mit der Liste der erforderlichen Zertifizierungen ab, bevor du dich bewirbst. **Wenn du Probleme dabei hast, die Fortschritte deines Teams für die erforderlichen Zertifizierungen zu verfolgen, wende dich an deinen Channel Consultant (CC).**

Zertifizierung zur Marketing Hub-Implementierung

| Zahl der erforderlichen zertifizierten Solutions Partner Teammitglieder: 3

Verkauf, Projektmanagement und nachhaltiges Wachstum für Kundinnen und Kunden durch die Implementierung von Marketing Hub.

Geschätzte Abschlusszeit: Zwei Stunden

Zertifizierung zur Sales Hub-Implementierung

| Zahl der erforderlichen zertifizierten Solutions Partner Teammitglieder: 3

Erfahre, wie du Sales Hub für deine Kundinnen und Kunden erfolgreich implementierst.

Geschätzte Abschlusszeit: Drei Stunden

HubSpot Marketing-Software-Zertifizierung

| Zahl der erforderlichen zertifizierten Solutions Partner Teammitglieder: 3

Damit deine Inbound-Marketing-Strategie gelingen kann, ist es entscheidend, dass du die Marketing-Software von Anfang an richtig anwendest. HubSpot ist eine große Plattform mit vielen Tools und Funktionen, daher ist es wichtig, die Grundlagen zu kennen und zu wissen, wie man die Tools einsetzt und miteinander kombiniert. Dieser Zertifizierungskurs vermittelt dir die nötigen Grundlagen, um mit HubSpot effektiv Marketinginitiativen zu planen und auszuführen.

Geschätzte Abschlusszeit: Fünf Stunden

Einschließlich praktische Übungen (mit eintägiger SLA)

Einschließlich Einreichen einer Praxisarbeit (mit 7-tägiger SLA)

Sales-Software-Zertifizierung

| Zahl der erforderlichen zertifizierten Solutions Partner Teammitglieder: 3

Bei der Kundengewinnung ist sehr viel Arbeit hinter den Kulissen zu erledigen, wenn du herausfinden willst, mit welchen potenziellen Kundinnen und Kunden du dich in Verbindung setzen solltest. In dieser Lektion erfährst du, wie du die Kontaktdatenätze in deinem Account filtern, organisieren und einsehen kannst. Du erhältst außerdem Informationen zu HubSpot-Tools, mit denen du neue Leads zu deinem Account hinzufügen kannst.

Geschätzte Abschlusszeit: Zwei Stunden

Einschließlich praktische Übungen (mit eintägiger SLA)

HubSpot Service-Software

| Zahl der erforderlichen zertifizierten Solutions Partner Teammitglieder: 3

Mit der Service Hub-Software-Zertifizierung wird bestätigt, dass du eine Inbound-Service-Strategie mit Service Hub umsetzen kannst. In diesem Zertifizierungskurs werden die verschiedenen HubSpot-Tools behandelt, zum Beispiel Helpdesk, Wissensdatenbank, Kundenportal, Kundenfeedback und Berichterstattung.

Geschätzte Abschlusszeit: Zwei Stunden

Einschließlich praktische Übungen (mit eintägiger SLA)

Zertifizierung zur Plattformberatung

| Zahl der erforderlichen zertifizierten Solutions Partner Teammitglieder: 3

Die Plattformberatung, auch Audits zur technischen Infrastruktur genannt, bezeichnet die Bereitstellung von Beratung, Fachwissen und Lösungen für Kundinnen und Kunden, die den Nutzen und den Erfolg ihrer Plattform maximieren möchten. In dieser Zertifizierung lernst du, wie du Plattform-Analysegespräche mit deiner Kundschaft führst, wie du eine Bedarfslückenanalyse in Bezug auf die Plattform durchführst, Veränderungen in den Geschäftsprozessen vorantreibst und eine Markteinführungsstrategie für Plattformberatung als Dienstleistung erstellst.

Geschätzte Abschlusszeit: Zwei Stunden

Zertifizierung zu Datenintegrationen

| Zahl der erforderlichen zertifizierten Solutions Partner Teammitglieder: 3

HubSpot ist mehr als nur eine Software: Es ist eine zentrale Quelle für all deine Daten. Nur wenn sie andere Tools in HubSpot integrieren, können Kundinnen und Kunden die Unternehmensleistung überblicken und Teams aufeinander abstimmen. Doch bei Integrationen geht es nicht nur darum, zwei Anwendungen miteinander zu verbinden. Das Ziel besteht darin, die zwischen den Anwendungen übertragenen Daten in Verbindung zu bringen, darzustellen und zuzuordnen. Diese Zertifizierung bereitet dich darauf vor, Anwendungsfälle zu identifizieren und mit einem Schritt-für-Schritt-Evaluierungsprozess die richtige Integration für deine Kundinnen und Kunden zu wählen.

Geschätzte Abschlusszeit: Drei Stunden

Zertifizierung zum zielbasierten Onboarding

| Zahl der erforderlichen zertifizierten Solutions Partner Teammitglieder: 3

Diese Zertifizierung bietet einen umfassenden Einblick in die Aufgaben von strategischen Beraterinnen und Beratern sowie Projekt- und Wachstumsmanagerinnen und -managern bei der Umsetzung der zielbasierten Onboarding-Methodik für HubSpots Solutions Partner. Du lernst, wie du das Onboarding deiner Kundschaft ebenso wie bei HubSpot gestaltest – das bedeutet, du machst die Prioritäten deiner Kundinnen und Kunden zu deinen eigenen, sodass ihr beide eure Ziele schneller erreicht.

Geschätzte Abschlusszeit: Drei Stunden

Zertifizierung zur Salesforce-Integration

| Zahl der erforderlichen zertifizierten Solutions Partner Teammitglieder: 3

In dieser Zertifizierung lernst du, wie du die Salesforce-Integration für deine Kundschaft implementierst, die verschiedenen Anwendungsfälle besprichst und erklärst, wie die Integration funktioniert und welche die wichtigsten Unterschiede zwischen HubSpot und Salesforce sind. Du lernst vor der Implementierung die bewährten Methoden bei der Planung der Integration und deren Umfang kennen und sammelst praktische Erfahrungen, indem du Aufgaben wie die Einrichtung von Aufnahmelisten und die Synchronisierung benutzerdefinierter Objekte als Teil praktischer Übungen erledigst. Du lernst auch, welche Informationen du von deiner Kundschaft einholen musst, um bestimmte Fehler zu beheben. Du wirst in der Lage sein, verschiedene häufig vorkommende Integrationsprobleme zu erkennen und zu beheben. Schließlich erfährst du, welche Wartungsarbeiten Kundinnen und Kunden regelmäßig durchführen müssen, damit die Integration reibungslos funktioniert.

Geschätzte Abschlusszeit: Drei Stunden

Einschließlich praktische Übungen (mit eintägiger SLA)

HubSpot Berichterstattung

| Zahl der erforderlichen zertifizierten Solutions Partner Teammitglieder: 3

Lerne, wie du mit den Berichterstattungstools von HubSpot die Entscheidungen in deinem Unternehmen künftig auf der Grundlage von Daten treffen kannst. Diese Zertifizierung besteht aus acht Lektionen, in denen alles rund um Datenkompetenz und die Berichterstattungstools von HubSpot in CRM, Marketing Hub, CMS Hub, Sales Hub und Service Hub behandelt wird. Um dein Wissen unter Beweis zu stellen, kannst du am Ende jeder Lektion Arbeitsblätter bearbeiten und Quizfragen beantworten.

Geschätzte Abschlusszeit: Drei Stunden

Einschließlich Einreichen einer Praxisarbeit (mit 7-tägiger SLA)

Hinweis: Zusätzlich zu den oben genannten für die Akkreditierung erforderlichen Zertifizierungen müssen Solutions Partner speziell für die Akkreditierung für die Implementierung der CRM-Plattform von HubSpot zwei zusätzliche Zertifizierungen vorweisen (siehe unten). Während die für die Akkreditierung erforderlichen Zertifizierungen voraussetzen, dass **drei** Beschäftigte der Solutions Partner jede Zertifizierung erlangt haben und aktiv über sie verfügen, müssen bei diesen zusätzlichen Zertifizierungen nur **zwei** Beschäftigte über diese Kenntnisse **AKTIV** verfügen.

Revenue Operations

Zahl der erforderlichen zertifizierten Solutions Partner Teammitglieder: 2

Revenue Operations (RevOps) ist ein Schlüsselement für das Wachstum deines Unternehmens. Wenn du im Bereich RevOps tätig bist oder dies für die Zukunft planst, liefert dieser Kurs dir eine solide Grundlage, auf der du aufbauen kannst. Du erhältst viele nützliche Hinweise von aktuellen RevOps-Profis, die dir genau erklären, was Revenue Operations eigentlich ist und wie du in diesem Bereich erfolgreich sein kannst. Am Ende dieses Kurses weißt du genug, um loszulegen und in deinem Unternehmen einen echten Unterschied zu machen.

Geschätzte Abschlusszeit: Sechs Stunden

CMS Hub für Entwickler und Entwicklerinnen

Zahl der erforderlichen zertifizierten Solutions Partner Teammitglieder: 2

Dieser Zertifizierungskurs enthält Lektionen und Ressourcen, mit denen Webentwicklerinnen und Webentwickler lernen, wie sie Websites mit dem HubSpot CMS erstellen und verwalten können. Du lernst, wie du die CMS-Tools nutzt, um eine Vielzahl von Assets zu erstellen, und wie du deine Effektivität mit diesen Tools maximieren kannst, um deinen Prozess zu optimieren und deine Produktivität zu steigern.

Geschätzte Abschlusszeit: Vier Stunden

3

RUNDE 1 DES PROZESSES DER AKKREDITIERUNG FÜR DIE IMPLEMENTIERUNG DER CRM-PLATTFORM VON HUBSPOT

In dieser Runde bittet dich HubSpot, verschiedene Dokumente einzureichen, die du in echten Kundeninteraktionen verwendet hast. Dabei solltest du den Fokus nicht auf die Anzahl legen, sondern darauf, möglichst aussagekräftige Dokumente zu wählen. Anders gesagt: Mach es so, als würdest du mit den Stakeholderinnen und Stakeholdern des Kundenunternehmens kommunizieren. Lies die Aufgaben bitte sorgfältig durch, um sicherzugehen, dass du alle erforderlichen Informationen hochlädst.

Du musst keine ausführlichen Informationen zu Kundinnen und Kunden oder zu deinem Unternehmen angeben, die nicht explizit verlangt werden. Deine Bewerbungsunterlagen müssen für alle drei Aufgaben dieser Runde 1-3 Kundeninteraktionen enthalten. Wenn du möchtest, kannst du für alle drei Aufgaben eine einzelne Interaktion nutzen, aber dies ist nicht erforderlich.

Diese Runde des Bewerbungsprozesses umfasst vier Elemente:

1. Du wirst einen mehrphasigen Implementierungs-Projektplan für einen CRM-Kunden hochladen, den du von einer großen CRM-Plattform zu HubSpot migriert hast.
2. Du sendest eine technische Lösungsarchitektur für eine benutzerdefinierte Integration ein, die du für einen nicht-technischen Stakeholder eines Kundenunternehmens entworfen hast und mit der du einen komplexen Integrations-Anwendungsfall löst.
3. Du lädst einen Change-Management-Plan hoch, der beschreibt, wie du einen Kunden oder eine Kundin von Anfang bis Ende bei der Implementierung der CRM-Plattform von HubSpot unterstützt hast.
4. Du gibst Kontaktinformationen für zwei Kontaktpersonen eines Kundenunternehmens an, das du in dieser Akkreditierungsrunde als Beispiel genannt hast.

Das hierfür ausgewählte Kundenunternehmen sollte die folgenden Kriterien erfüllen:

- Implementierung innerhalb der letzten 12 Monate abgeschlossen
- Implementierung von Sales Hub und Marketing Hub, jeweils auf Enterprise-Ebene
- Mindestens 300 Beschäftigte
- Mindestens 50 Sales-Nutzende aus mindestens zwei verschiedenen Abteilungen
- National und/oder global verteilte Teams

Zur Erinnerung: Alle gewählten Projekte werden anhand der im Bereich „Teilnahmevoraussetzungen“ dieses Leitfadens genannten qualitativen Kriterien, der oben beschriebenen quantitativen Kriterien und der in den nachfolgenden Aufgaben genannten dokumentspezifischen Anforderungen evaluiert.

Wenn du auf Dokumente verlinken willst, die in der Cloud freigegeben sind (z.B. Google Drive), muss der Inhalt für jeden einsehbar sein, der auf den Link klickt. Da wir einen Pool von zufällig ausgewählten Fachleuten einsetzen, gibt es keine Möglichkeit, den Zugang zu den Inhalten nur für bestimmte Personen freizugeben. Wenn das nicht möglich ist, empfehlen wir, die Inhalte in einem unserer akzeptierten Dateiformate herunterzuladen und direkt in die Bewerbung hochzuladen. Des Weiteren solltest du eine Software für das Projekt- und/oder Änderungsmanagement verwenden (z. B. monday.com, Asana, Zoho), exportiere den Plan bitte vollständig, damit deine dir zugeteilten Experten und Expertinnen Zugriff auf alle Dokumente haben.

Aufgabe 1: Aus mehreren Phasen bestehender Projektplan für die CRM-Implementierung

Upload von Nachweisen

Projekte in gehobenen Marktsegmenten haben eine hohe Komplexität, die ein Auge fürs Detail, einen stringenten Zeitplan und klare Verantwortlichkeiten für die nächsten Schritte erfordern. Nur so kann die Implementierung rechtzeitig und im Budgetrahmen fertiggestellt werden.

Bei dieser Aufgabe achten wir auf (1) eine komplexe, aus mehreren Phasen bestehende Implementierungsmethodik, (2) die Herangehensweise deines Unternehmens bei der Strukturierung der Arbeit in logische Aktivitäten, die zu einer Einführung innerhalb von **120 Tagen** ab dem Projekt-Startdatum führen, und (3) deine Dokumentation von Plänen, um nach der Aufnahme des Regelbetriebs weitere Plattformfunktionen oder Unternehmensbereiche hinzuzufügen. Stell sicher, dass du eine Kopie des tatsächlichen in der Interaktion verwendeten Projektplans hochlädst. Eine Übersicht oder ein vorschlagsartiges Dokument wird nicht akzeptiert.

Dein(e) Upload(s) sollte(n) die folgenden Informationen umfassen:

- Zusammenfassung der einzureichenden Unterlagen
 - Empfohlenes Format: Textdokument
 - Informationen zum Kundenunternehmen, für das die Implementierung erfolgt ist, einschließlich Unternehmensgröße, Standorte
 - Zusammenfassung der Ziele für dieses Kundenunternehmen während der gesamten Implementierung
 - Informationen dazu, wo die nachfolgenden Punkte in deinen Unterlagen zu finden sind
- Projektplan für die Implementierung einschließlich folgender Punkte:
 - Klar definierte Implementierungsphasen einschließlich des Zeitplans für ihren Abschluss und klar festgelegter Ergebnisse für jede Phase
 - Mindestens eine Phase speziell für das Erweitern der Plattform-Funktionalität ODER das Hinzufügen zusätzlicher Unternehmensbereiche nach der Aufnahme des Regelbetriebs
 - Aufgaben und Meilensteine einschließlich Verantwortlichen, Fälligkeitsdaten und identifizierten Abhängigkeiten

Bitte gib außerdem die folgenden Informationen zu diesem Kunden an:

- Startdatum der Zusammenarbeit
- Enddatum der Zusammenarbeit
- Größe des Kundenunternehmens
- Standorte des Kundenunternehmens (Städte und Länder)
- Anzahl der bezahlten Sales Hub Lizenzen

- Gesamtzahl der CRM-Nutzenden
- Abteilungen der CRM-Nutzenden
- Name des vorherigen CRM
- Art der Marketing Hub Implementierung: Kostenlos, Starter, Professional, Enterprise, N/A
- Art der Sales Hub Implementierung: Kostenlos, Starter, Professional, Enterprise, N/A
- Art der Service Hub Implementierung (Hinweis: Erfahrung mit der Implementierung von Service Hub ist für diese Akkreditierung nicht erforderlich): Kostenlos, Starter, Professional, Enterprise, N/A

Aufgabe 2: Lösungsarchitektur und Integrationsdesign

Upload von Nachweisen

Während der Implementierung ist es wichtig, dass du deine empfohlenen technischen Lösungsdesigns erfolgreich gegenüber Stakeholderinnen und Stakeholdern in der Unternehmensführung kommunizieren kannst. Aus deinen Unterlagen für diese Aufgabe sollte hervorgehen, dass du über ein hohes Niveau an technischem Wissen sowie über die Kompetenz verfügst, die Funktionalität und das Wertversprechen einer Integration überzeugend darzulegen.

Sende eine technisches Liefergegenstand ein, den du für eine Stakeholderin eines Kundenunternehmens in der Führungsebene erstellt hast, etwa für die technische Leitung oder die IT-Leitung, und mit dem du einen komplexen Integrations-Anwendungsfall bei einer Implementierung im gehobenen Marktsegment löst.

Dein gewähltes Integrationsbeispiel muss eine kundenspezifische bidirektionale Multi-Objekt-Integration sein. Idealerweise sollte die Integration außerdem benutzerdefinierte Objekte in HubSpot umfassen und die integrierten Daten sollten über benutzerdefinierte Aktionen eingebunden werden.

Einmalige Datenmigrationen sind nicht ausreichend. IPaaS-Lösungen zum Erstellen einer benutzerdefinierten Integration (außer Zapier) sind für dieses Beispiel gestattet.

Die Bewerbungsunterlagen sollten die folgenden Informationen enthalten:

- Projektzusammenfassung
 - Zusammenfassung des Anwendungsfalls oder Geschäftsziels des Kundenunternehmens mit Fokus auf das Wertversprechen der Lösung
 - Informationen zur technischen Infrastruktur des Kundenunternehmens einschließlich der Namen und Funktionen von Systemen
 - Informationen dazu, wo die nachfolgenden Punkte in deinen Unterlagen zu finden sind
- Die Beschreibung der Integrationslösung sollte Folgendes umfassen:
 - Visuelles Diagramm mit klar benannten Systemen
 - Datenflussindikatoren
- Datenkartierung einschließlich Folgendem:
 - Details zu Quelldaten
 - Genaue Zielbeschreibungen einschließlich Objekt- und Eigenschaftsnamen von HubSpot

- Vollständige Liste der genutzten APIs
- Beschreibung der Datenanwendung in HubSpot und Informationen dazu, wie diese Anwendungen geschäftliche Herausforderungen lösen (Workflows, Trigger, Berichterstattung usw.)

Sende nach Möglichkeit Screenshots innerhalb von HubSpot ein, um dein Design zu illustrieren.

Bitte gib außerdem die folgenden Informationen zu diesem Kunden an:

- Startdatum der Zusammenarbeit
- Enddatum der Zusammenarbeit
- Größe des Kundenunternehmens
- Standorte des Kundenunternehmens (Städte und Länder)
- Anzahl der bezahlten Sales Hub Lizenzen
- Gesamtzahl der CRM-Nutzenden
- Abteilungen der CRM-Nutzenden
- Name des vorherigen CRM
- Art der Marketing Hub Implementierung: Kostenlos, Starter, Professional, Enterprise, N/A
- Art der Sales Hub Implementierung: Kostenlos, Starter, Professional, Enterprise, N/A
- Art der Service Hub Implementierung (Hinweis: Erfahrung mit der Implementierung von Service Hub ist für diese Akkreditierung nicht erforderlich): Kostenlos, Starter, Professional, Enterprise, N/A

Das Kundenunternehmen und das Projekt, welches du für diesen Auftrag ausgewählt hast, sollte mindestens **vier** der fünf folgenden Kriterien erfüllen:

- Implementierung innerhalb der letzten 12 Monate abgeschlossen
- Implementierung von Sales Hub und Marketing Hub, jeweils auf Enterprise-Ebene
- Mindestens 300 Beschäftigte
- Mindestens 50 Sales-Nutzende aus mindestens zwei verschiedenen Abteilungen
- National und/oder global verteilte Teams

Aufgabe 3: Change-Management-Plan

Upload von Nachweisen

Die Implementierung und Einführung eines neuen CRM-Systems löst in einem Unternehmen große Veränderungen aus. Damit sie Enterprise-Kunden in dieser Übergangsphase erfolgreich begleiten können, benötigen unsere Partner solide Kompetenzen im Change-Management. Change kommt aus dem Englischen und bedeutet Änderung. Aus deinen Unterlagen für diese Aufgabe sollte hervorgehen, dass du über die Fähigkeit verfügst, Unterbrechungen im täglichen Betrieb während der Implementierung zu minimieren, mögliche Risiken proaktiv vorzusehen und zu verringern sowie eine gute Nutzerakzeptanz für die neuen Technologien und durch das Implementierungsprojekt entstandenen Prozesse zu erreichen.

Liefere für diese Aufgabe Beispiele dafür, wie du das Change-Management für ein Enterprise-Kundenunternehmen erfolgreich umgesetzt hast.

Deine Beispiele sollten Folgendes umfassen:

- Zusammenfassung deiner Bewerbungsunterlagen
 - Empfohlenes Format: Textdokument
 - Informationen dazu, wo die nachfolgenden Punkte in deinen Unterlagen zu finden sind
- Kontextinformationen zum Kundenunternehmen
 - Gib relevante Informationen zum Kundenunternehmen an, die deine Vorgehensweise beim Change-Management beeinflusst haben (z. B. Informationen zur Anzahl der Vertriebsprozesse, den bestehenden Geschäftsprozessen und Herausforderungen sowie den Systemen, von denen die Migration stattfindet oder mit denen in Kombination mit HubSpot weiter gearbeitet wird).
- Deine Methodik
 - Beschreibe in diesem Abschnitt die Methoden, mit denen dein Unternehmen (1) die Kundenherausforderungen angeht, (2) mögliche Risiken identifiziert und mindert, (3) einen Rollout-Plan einschließlich eines Pilotprojekts erstellt und (4) die Nutzerakzeptanz verbessert und nach der Implementierung mindestens 3 Monate lang Support liefert.
 - Deine Zielgruppe für diesen Abschnitt sollten die Stakeholderinnen und Stakeholder in der Führungsetage deines Kundenunternehmens sein. Dein Ziel: Du willst sie davon überzeugen, dass du über bewährte Methoden verfügst, um Risiken und Betriebsunterbrechungen in ihrem Unternehmen zu minimieren, und dass du strategisch darauf hinarbeitest, ihre gewünschten Geschäftsergebnisse zu erreichen. Du kannst Ausschnitte aus deinem tatsächlichen Angebot nutzen, doch solange du alle erforderlichen Informationen angibst, ist das nicht nötig.
 - Deine Methodik sollte eindeutig mit den angegebenen Kundeninformationen im Einklang sein. Das bedeutet: Es sollte deutlich erkennbar sein, wie die genannten Herausforderungen, Risiken oder Geschäftsprozesse mit den in diesem Abschnitt genannten Handlungsplänen zusammenhängen.
- Ergebnisse und Auswirkungen:
 - Dieser Abschnitt sollte erzielte Kennzahlen für (1) die gesamten geschäftlichen Auswirkungen/den ROI infolge der Implementierung und (2) die Akzeptanz der Nutzenden umfassen.
 - Denk daran, dass ein hypothetisches Vorgehen nicht ausreicht: Unsere Prüferinnen und Prüfer sollten genau nachvollziehen können, wie sich deine Methoden und der Rollout auf das Unternehmen ausgewirkt und für die aktive Nutzung der CRM-Plattform durch die Mitarbeitenden gesorgt haben.
 - Du kannst beispielsweise die folgenden Kennzahlen auswählen:
 - Erhöhter C\$R, geringere Abwanderungsrate, höhere Konversion von Marketing-Qualified-Leads zu Sales-Qualified-Leads (geschäftliche Auswirkung/ROI)

- Zunahme der täglichen Nutzeranmeldungen; Zunahme der Anrufprotokollierung/Aktivität von Mitarbeitenden (Zeichen für eine gute Akzeptanz)

Das Kundenunternehmen und das Projekt, welches du für diesen Auftrag ausgewählt hast, sollte mindestens **vier** der fünf folgenden Kriterien erfüllen:

- Implementierung innerhalb der letzten 12 Monate abgeschlossen
- Implementierung von Sales Hub und Marketing Hub, jeweils auf Enterprise-Ebene
- Mindestens 300 Beschäftigte
- Mindestens 50 Sales-Nutzende aus mindestens zwei verschiedenen Abteilungen
- National und/oder global verteilte Teams

HINWEIS: Dieser Inhalt sollte sich von deinem Projektplan unterscheiden. Auch wenn beide sich auf die Vorgehensweise beim Rollout beziehen, umfasst das Change-Management einen Strategieplan und zentrale Aktivitäten für die Nutzerakzeptanz und stellt einen reibungslosen Wechsel zu den neuen Prozessen und Technologien sicher.

Elemente 4 und 5: Kundenreferenzen

Kundenkontakt-Uploads

Die Implementierung und Einführung eines neuen CRM-Systems löst in einem Unternehmen große Veränderungen aus. Damit sie Enterprise-Kunden in dieser Übergangsphase erfolgreich begleiten können, benötigen unsere Partner solide Kompetenzen im Change-Management. Change kommt aus dem Englischen und bedeutet Änderung. Aus deinen Unterlagen für diese Aufgabe sollte hervorgehen, dass du über die Fähigkeit verfügst, Unterbrechungen im täglichen Betrieb während der Implementierung zu minimieren, mögliche Risiken proaktiv vorzusehen und zu verringern sowie eine gute Nutzerakzeptanz für die neuen Technologien und durch das Implementierungsprojekt entstandenen Prozesse zu erreichen.

Liefere für diese Aufgabe Beispiele dafür, wie du das Change-Management für ein Enterprise-Kundenunternehmen erfolgreich umgesetzt hast.

Deine Beispiele sollten Folgendes umfassen:

- Zusammenfassung deiner Bewerbungsunterlagen
 - Empfohlenes Format: Textdokument
 - Informationen dazu, wo die nachfolgenden Punkte in deinen Unterlagen zu finden sind
- Kontextinformationen zum Kundenunternehmen
 - Gib relevante Informationen zum Kundenunternehmen an, die deine Vorgehensweise beim Change-Management beeinflusst haben (z. B. Informationen zur Anzahl der Vertriebsprozesse, den bestehenden Geschäftsprozessen und Herausforderungen)

sowie den Systemen, von denen die Migration stattfindet oder mit denen in Kombination mit HubSpot weiter gearbeitet wird).

- **Deine Methodik**
 - Beschreibe in diesem Abschnitt die Methoden, mit denen dein Unternehmen (1) die Kundenherausforderungen angeht, (2) mögliche Risiken identifiziert und mindert, (3) einen Rollout-Plan einschließlich eines Pilotprojekts erstellt und (4) die Nutzerakzeptanz verbessert und nach der Implementierung mindestens 3 Monate lang Support liefert.
 - Deine Zielgruppe für diesen Abschnitt sollten die Stakeholderinnen und Stakeholder in der Führungsetage deines Kundenunternehmens sein. Dein Ziel: Du willst sie davon überzeugen, dass du über bewährte Methoden verfügst, um Risiken und Betriebsunterbrechungen in ihrem Unternehmen zu minimieren, und dass du strategisch darauf hinarbeitest, ihre gewünschten Geschäftsergebnisse zu erreichen. Du kannst Ausschnitte aus deinem tatsächlichen Angebot nutzen, doch solange du alle erforderlichen Informationen angibst, ist das nicht nötig.
 - Deine Methodik sollte eindeutig mit den angegebenen Kundeninformationen im Einklang sein. Das bedeutet: Es sollte deutlich erkennbar sein, wie die genannten Herausforderungen, Risiken oder Geschäftsprozesse mit den in diesem Abschnitt genannten Handlungsplänen zusammenhängen.

- **Ergebnisse und Auswirkungen:**
 - Dieser Abschnitt sollte erzielte Kennzahlen für (1) die gesamten geschäftlichen Auswirkungen/den ROI infolge der Implementierung und (2) die Akzeptanz der Nutzenden umfassen.
 - Denk daran, dass ein hypothetisches Vorgehen nicht ausreicht: Unsere Prüferinnen und Prüfer sollten genau nachvollziehen können, wie sich deine Methoden und der Rollout auf das Unternehmen ausgewirkt und für die aktive Nutzung der CRM-Plattform durch die Mitarbeitenden gesorgt haben.
 - Du kannst beispielsweise die folgenden Kennzahlen auswählen:
 - Erhöhter C\$R, geringere Abwanderungsrate, höhere Konversion von Marketing-Qualified-Leads zu Sales-Qualified-Leads (geschäftliche Auswirkung/ROI)
 - Zunahme der täglichen Nutzeranmeldungen; Zunahme der Anrufprotokollierung/Aktivität von Mitarbeitenden (Zeichen für eine gute Akzeptanz)

Das Kundenunternehmen und das Projekt, welches du für diesen Auftrag ausgewählt hast, sollte mindestens **vier** der fünf folgenden Kriterien erfüllen:

- Implementierung innerhalb der letzten 12 Monate abgeschlossen
- Implementierung von Sales Hub und Marketing Hub, jeweils auf Enterprise-Ebene
- Mindestens 300 Beschäftigte
- Mindestens 50 Sales-Nutzende aus mindestens zwei verschiedenen Abteilungen
- National und/oder global verteilte Teams

4

RUNDE 2 DES PROZESSES DER AKKREDITIERUNG FÜR DIE IMPLEMENTIERUNG DER CRM-PLATTFORM VON HUBSPOT

Diese Runde des Bewerbungsprozesses umfasst drei verschiedene Elemente, die deine Herangehensweise an die Beratung und deine Fähigkeit zum Erreichen von Geschäftsergebnissen prüfen sollen.

Wähle eine Kundeninteraktion, bei der du das Kundenunternehmen erfolgreich von einem führenden CRM-System eines Wettbewerbers zu HubSpot migriert hast, und erledige Folgendes:

- Erstelle eine kurze (maximal 15-minütige) Video-Fallstudie, die den vollständigen Projektablauf mit diesem Kundenunternehmen präsentiert, von den Prozessen vor dem Kauf über die Implementierung bis zum Abschluss.
- Lade das Video sowie dein Verkaufsangebot für das im Video genannte Projekt hoch. Das Angebot muss die Preis-/Gebührenstruktur umfassen.

Nachdem HubSpot deine Einsendung für die Fallstudie sowie deine Kundenreferenzen geprüft hat, wirst du eventuell zu einem 30-minütigen Bewerbungsgespräch/einer Frage-und-Antwort-Sitzung eingeladen, in denen dir HubSpot-Expertinnen und Experten Fragen zu deiner Fallstudie und deinen Einsendungen stellen.

Das hierfür ausgewählte Kundenunternehmen sollte die folgenden Kriterien erfüllen:

- Implementierung innerhalb der letzten 12 Monate abgeschlossen
- Implementierung von Sales Hub und Marketing Hub, jeweils auf Enterprise-Ebene
- Mindestens 300 Beschäftigte
- Mindestens 50 Sales-Nutzende aus mindestens zwei verschiedenen Abteilungen
- National und/oder global verteilte Teams

Zur Erinnerung: Alle gewählten Projekte werden anhand der im Bereich „Teilnahmevoraussetzungen“ dieses Leitfadens genannten qualitativen Kriterien, der oben beschriebenen quantitativen Kriterien und der in den nachfolgenden Aufgaben genannten nachweisspezifischen Anforderungen evaluiert.

Bitte beachte, dass du bei der Erwähnung von Projekten aus der ersten Runde der Akkreditierung nicht davon ausgehen solltest, dass die Experten und Expertinnen deine Arbeit mit diesem Kundenunternehmen bereits kennen. Bitte gehe so vor, als wäre dies das erste Mal, dass du ein Profil für diesen Kunden erstellst.

Aufgabe 1: Vertriebsangebot

Upload von Nachweisen

Das während des Vertriebsprozesses genutzte Angebot, mit dem du für den Kunden oder die Kundin Klarheit geschaffen und sein/ihr Vertrauen in deine Implementierungsmethoden, Strategien und Ergebnisse gestärkt hast. Wir achten darauf, ob du eine komplexe, aus mehreren Phasen bestehende Implementierungsmethode transparent darstellen und die Arbeit in logische Aktivitäten aufteilen kannst, die einen schnellen Mehrwert liefern.

Das Angebot sollte die folgenden Informationen umfassen:

- Zusammenfassung der Kundenherausforderungen und -ziele
- Schätzung des ROI bzw. der geschäftlichen Auswirkung einschließlich qualitativer Benchmarks und Indikatoren dafür, wie das Kundenunternehmen diese Vorteile realisiert
- Diagramm für eine vorgeschlagene Systemarchitektur (technisch und geschäftlich)
- In Phasen aufgeteilter Implementierungs- und Zeitplan
- Risikominderungsplan
- Methode für das Change-Management
- Vorgeschlagene Customer Journey
- Vorgeschlagene Preisgestaltung
- Leistungsbeschreibung

Unterlagen werden auf Folgendes geprüft:

- Fähigkeit des Solutions Partners, die geschäftlichen Herausforderungen und/oder Ziele des Kundenunternehmens klar zu kommunizieren
- Darstellung der geschäftlichen Auswirkungen durch den Solutions Partner und Nutzung quantitativer Messdaten
- Fähigkeit des Solutions Partners zur Visualisierung der Lösungsarchitektur
- Fähigkeit des Solutions Partners, einen Implementierungsplan zu strukturieren
- Fähigkeit des Solutions Partners, einen Risikominderungsplan zu kommunizieren
- Kommunizierte Change-Managementstrategie des Solutions Partners
- Preisstrategie des Solutions Partners

Bitte gib außerdem die folgenden Informationen zu diesem Kunden an:

- Startdatum der Zusammenarbeit
- Enddatum der Zusammenarbeit
- Größe des Kundenunternehmens

- Standorte des Kundenunternehmens (Städte und Länder)
- Anzahl der bezahlten Sales Hub Lizenzen
- Gesamtzahl der CRM-Nutzenden
- Abteilungen der CRM-Nutzenden
- Name des vorherigen CRM
- Art der Marketing Hub Implementierung: Kostenlos, Starter, Professional, Enterprise, N/A
- Art der Sales Hub Implementierung: Kostenlos, Starter, Professional, Enterprise, N/A
- Art der Service Hub Implementierung: Kostenlos, Starter, Professional, Enterprise, N/A

Aufgabe 2: Video-Fallstudie

Video-Upload

Das Video bietet dir die Gelegenheit, unsere Expertinnen und Experten direkt anzusprechen und deinen Erfolg bei einem Kundenunternehmen im gehobenen Marktsegment hervorzuheben. Es sollte keine Kopie einer Präsentation sein, die du im Pre-Sales- oder Vertriebsprozess gegenüber dem Kundenunternehmen gegeben hast, sondern um einen ausführlichen Bericht über deine Aktivitäten, der die folgenden Bereiche abdeckt:

- Erläutere, wie du das Kundenunternehmen davon überzeugt hast, dass HubSpot die richtige Lösung für seine Geschäftsanforderungen ist (Pre-Sales) und ihm das Vertrauen gegeben hast, dass die Implementierung/Migration nicht fehlschlägt.
- Erläutere, wie du geholfen hast, die aktuellen CRM-Prozesse des Kundenunternehmens bei der Migration zu HubSpot zu optimieren.
- Beschreibe zusammenfassend die Unternehmenshierarchie einschließlich der wichtigsten Stakeholderinnen und Stakeholder, der Kommunikationshäufigkeit und dem von dir genutzten Modell.
- Nenne einige der Risiken und Probleme, denen du während des Projekts begegnet bist, und beschreibe, was du getan hast, um sie proaktiv zu mindern.
- Präsentiere ein Beispiel des Strategieplans, den du für das Kundenunternehmen entwickelt hast und der beschreibt, wie mithilfe von HubSpot ein langfristiges Wachstum erzielt wird und welchen Mehrwert HubSpot für das Unternehmen bietet.
- Definiere das Change-Management als Praxis deines Unternehmens und beschreibe einschließlich quantitativer Indikatoren, wie diese Methode die Nutzerakzeptanz gestärkt hat.
- Liste die tatsächlichen Geschäftsergebnisse/KPIs auf, die das Kundenunternehmen kurz- und langfristig dank deiner Hilfe erzielen konnte.

Unterlagen werden auf Folgendes geprüft:

- Fähigkeit des Solutions Partners, ausreichende Kontextangaben und Informationen zur aktuellen Situation des Kundenunternehmens zu liefern.
- Prozess des Solutions Partners zum Präsentieren seines Plans, mit dem ein erfolgreiches Ergebnis erzielt werden soll.
- Plan des Solutions Partners zum Optimieren der aktuellen CRM-Prozesse des Kundenunternehmens beim Wechsel zu HubSpot.
- Fähigkeit des Solutions Partners, Risiken proaktiv zu minimieren.
- Strategieplan des Solutions Partners für die fortlaufende Weiterentwicklung und Erweiterung von HubSpot im Laufe der Zeit.

Video-Richtlinien

- Beiträge, die länger als 15 Minuten und/oder größer als 400 MB sind, werden nicht akzeptiert
- Wenn du möchtest, kannst du Folien und/oder visuelle Hilfsmittel verwenden, um den Inhalt zu präsentieren
- Folgendes sollte nicht in dem Video vorkommen:
 - Informationen/Präsentationen über euer Unternehmen
 - Vorstellung der Teammitglieder
- Wenn du eine Datei verlinken willst, die in der Cloud freigegeben ist (z.B. Google Drive), muss der Inhalt für jeden sichtbar sein, der den Link anklickt. Da wir mit verschiedenen zufällig ausgewählten Expertinnen und Experten arbeiten, ist es nicht möglich, nur einer bestimmten Person Lesezugriff zu geben. Wenn das nicht möglich ist, empfehlen wir, den Inhalt in einem unserer akzeptierten Dateiformate herunterzuladen und direkt in die Bewerbung hochzuladen.
- Die folgenden Dateiformate werden akzeptiert:
 - .avi
 - .mov
 - .mp4
 - .zip

5

RUNDE 3 DES PROZESSES DER AKKREDITIERUNG FÜR DIE IMPLEMENTIERUNG DER CRM-PLATTFORM VON HUBSPOT

Abhängig von den Materialien, die du in den ersten beiden Runden eingesendet hast, wirst du eventuell zu einer dritten Runde aufgefordert.

Aufgabe 1: Gespräch mit einer Expertin oder einem Experten

Geplantes Bewerbungsgespräch

Nachdem HubSpot deine Einsendung für die Fallstudie sowie dein Vertriebsangebot geprüft hat, wirst du eventuell zu einem 30-minütigen Bewerbungsgespräch und einer Frage-und-Antwort-Sitzung eingeladen, in denen dir HubSpot-Expertinnen oder -Experten Fragen zu deiner Fallstudie und deinen Einsendungen stellen. Nicht alle Bewerbenden werden interviewt.

Du solltest so planen, dass mindestens die Projektleitung der Fallstudie am Gespräch teilnimmt. Sie sollte ausführliche Informationen dazu angeben können, was innerhalb des Projekts auf welche Weise geliefert wurde. Wenn du möchtest, können auch weitere Teammitglieder teilnehmen, doch insgesamt nicht mehr als drei Personen.

Bewerbungsgespräche werden auf Folgendes geprüft:

- Fähigkeit des Solutions Partners, ein umfassendes Verständnis des gesamten Implementierungsprojekts zu zeigen
- Fähigkeit des Solutions Partners, seinen empfohlenen Ansatz, die von ihm entworfenen Lösungen und den befolgten Prozess zu erklären und dafür einzutreten



HubSpot Academy

Akkreditierung für die Implementierung der CRM-Plattform von HubSpot

**Ein Leitfaden für die
Vorbereitung**