



Habilitation : Implémentation du CRM HubSpot

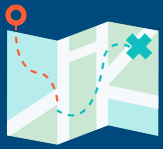
Guide de préparation

Dernière mise à jour : 7 février 2024

Ce document a pour but de clarifier et de contextualiser le processus d'habilitation pour l'implémentation du CRM HubSpot, de présenter les attentes et les exigences pour les partenaires solutions intéressés, et de formuler des recommandations afin de constituer un dossier de demande solide et pertinent.

Pour plus d'informations à propos des habilitations HubSpot et de leur impact pour les partenaires solutions, [cliquez ici](#).

Veillez noter que ce document est au format lettre.



SOMMAIRE

SOMMAIRE	1
COMMENT UTILISER CE GUIDE DE PRÉPARATION	2
À PROPOS DE L'HABILITATION POUR L'IMPLÉMENTATION DU CRM HUBSPOT	3
Votre éligibilité	3
Check-list pré-soumission	6
Première phase	7
Deuxième phase	7
Troisième phase	7
CERTIFICATIONS PRÉREQUISES POUR L'HABILITATION	8
Implémentation du Marketing Hub	9
Implémentation du Sales Hub	9
Logiciel Marketing Hub	9
Logiciel Sales Hub	10
Logiciel Service Hub	10
Consulting de la plateforme	10
Intégrations de données	11
Intégration Salesforce	11
Onboarding basé sur les objectifs	11
Reporting HubSpot	12
RevOps	12
CMS pour les développeurs	12
PREMIÈRE PHASE DU PROCESSUS D'HABILITATION POUR L'IMPLÉMENTATION DU CRM HUBSPOT	13
Requête 1 : Plan de projet d'implémentation progressive de CRM	15
Requête 2 : architecture des solutions et conception de l'intégration	16
Requête 3 : plan de gestion du changement	18
Points 4 et 5 : références clients	20
DEUXIÈME PHASE DU PROCESSUS D'HABILITATION POUR L'IMPLÉMENTATION DU CRM HUBSPOT	21
Requête 1 : proposition commerciale	22
Requête 2 : étude de cas vidéo	23
TROISIÈME PHASE DU PROCESSUS D'HABILITATION POUR L'IMPLÉMENTATION DU CRM HUBSPOT	25
Requête 1 : entretien avec un expert (SME)	25



COMMENT UTILISER CE GUIDE DE PRÉPARATION

Ce guide de préparation a été conçu pour clarifier et contextualiser le processus d'habilitation pour l'implémentation du CRM HubSpot, présenter les attentes et les exigences pour les partenaires solutions intéressés, et formuler des recommandations afin de constituer un dossier de demande solide et pertinent. Ce guide est mis à jour pour chaque fenêtre de demande d'habilitation afin de refléter toute mise à jour du processus ou des exigences.

Veuillez lire attentivement ce document afin de vous assurer que vous êtes éligible à cette habilitation et que votre demande inclut toutes les références requises.

1

À PROPOS DE L'HABILITATION POUR L'IMPLÉMENTATION DU CRM HUBSPOT

Avec l'acquisition de l'habilitation pour l'implémentation du CRM HubSpot, votre agence de partenaire solutions sera en mesure de démontrer qu'elle possède une expérience dans la mise en œuvre réussie de la plateforme CRM de HubSpot auprès de grands clients internationaux et de niveau entreprise ayant des exigences complexes.

En plus de vos connaissances spécifiques au produit, cette habilitation inclut des éléments de gestion de projet/des parties prenantes, de gestion du changement et de professionnalisme tout au long des processus de vente et de découverte de la plateforme.

Si vous n'avez pas réalisé d'implémentations à grande échelle (clients multi-logiciels Entreprise comptant au moins 300 employés et 50 utilisateurs) ou si vous ne travaillez pas avec des clients en pré- et post-vente, vous pouvez envisager plutôt l'une des autres options d'habilitation.

Votre éligibilité

Étant donné que cette habilitation vise à valider l'expérience de votre organisation dans les mises en œuvre auprès de grandes entreprises avec des exigences complexes, les caractéristiques suivantes doivent être présentes dans tout projet de mise en œuvre que vous cherchez à valider :

- Utilisation de la version Entreprise du Sales Hub et du Marketing Hub, et de préférence d'Operations Hub (Operations Hub n'est pas obligatoire pour cette habilitation spécifique). Remarque : les clients utilisant un seul logiciel Entreprise ou Pro ne remplissent pas le critère de complexité standard requis pour cette habilitation.
- L'activité du client s'appuie sur de multiples composants qui doivent d'abord être traités au niveau de leur organisation, puis résolus dans notre produit, notamment :
 - Plusieurs (deux ou plus) plateformes CRM héritées à partir desquelles il migre
 - Plusieurs (deux ou plus) unités commerciales, divisions et/ou régions utilisant HubSpot
 - Plusieurs marques (deux ou plus)
 - Plusieurs langues (deux ou plus)
 - Plusieurs parties prenantes de deux services ou plus
- L'implémentation de HubSpot devrait servir de catalyseur à des changements significatifs dans son modèle opérationnel de vente et de marketing dans le cadre de

ce projet. L'implémentation idéale concerne un client qui ne change pas simplement de fournisseur de CRM ou qui ne recherche pas des gains de productivité de base, mais qui cherche des améliorations fonctionnelles dans sa capacité à générer des revenus et à réduire ses coûts. Ces implémentations transformeront son entreprise et les plans d'implémentation doivent refléter cela avec précision.

- Présence d'une intégration personnalisée entre HubSpot et un système tiers d'enregistrement d'informations, tel qu'un système financier, comme une plateforme ERP, ou un système de reporting, comme un entrepôt de données. Remarque : HubSpot est une solution très puissante, mais qui ne remplacera pas ces fonctions clés au sein d'une organisation, et la solution devra donc être pensée pour coexister avec ces plateformes.

Ces exigences qualitatives sont difficiles à vérifier. En conséquence, veillez à ce que vos clients profilés répondent aux critères quantitatifs suivants, afin d'assurer l'examen le plus approfondi possible :

- Compter au moins 300 employés à temps plein
- Disposer d'au moins 50 licences utilisateurs pour le Sales Hub (utilisateurs payants)
- Utiliser le Sales Hub et le Marketing Hub au niveau Entreprise
- Avoir des équipes distribuées à l'échelle nationale ou mondiale

Les interactions clients qui entrent dans la catégorie « acquisition et expansion » peuvent également répondre à ces exigences, à condition que vous puissiez fournir des preuves solides que votre équipe a réalisé les implémentations suite à cette croissance. Par exemple, si vous avez travaillé avec un client qui a commencé par l'implémentation d'un logiciel version Entreprise pour 100 utilisateurs, mais qui est devenu un client multi-logiciels Entreprise avec plus de 300 utilisateurs et 50 licences utilisateurs en l'espace d'un an, et que vous pouvez indiquer que vous avez effectué le travail d'implémentation résultant de cette croissance, il s'agirait d'un exemple acceptable.

De plus, pour être éligible, votre équipe doit répondre aux critères suivants :

- Votre organisation compte au moins trois employés à temps plein.
- Votre organisation a mené à bien, au cours des 12 derniers mois, au moins deux projets d'implémentation répondant aux normes décrites ci-dessus.
- Votre organisation possède de l'expérience dans l'implémentation de solutions d'intégration tierces complexes, au-delà d'une simple migration de données.
- Votre organisation remplit les conditions de certification de HubSpot Academy, telles que décrites dans la section "Certifications prérequis pour l'habilitation" ci-dessous.
- Votre organisation est un partenaire solutions HubSpot de niveau Platinum, Diamond ou Elite.

Le processus de demande pour l'habilitation de l'implémentation du CRM HubSpot se déroule en trois phases. Il est important de noter que les partenaires ne seront pas tous acceptés à chaque phase. La performance d'un partenaire solutions à chaque phase spécifique déterminera son avancement dans le processus.

Remarque : les exigences énumérées ci-dessus se réfèrent à la fois à votre éligibilité à l'habilitation et aux critères applicables à tous les exemples et documents présentés.

Check-list pré-soumission

Avant d'envoyer votre demande, vérifiez que celle-ci répond bien aux critères et exigences suivants. Si un document associé ne répond pas à ces exigences, votre demande risque d'être refusée.



Toutes les certifications prérequisées ont été obtenues et sont actives au moment de votre demande, y compris celles qui requièrent la notation d'exercices pratiques et/ou d'un mémoire de stage.



Votre demande et tous les documents associés sont présentés en français, espagnol ou anglais



Tous les documents partagés dans le cloud (c'est-à-dire Google Drive, Dropbox, Miro ou d'autres plateformes d'hébergement) sont visibles et accessibles par toute personne disposant du lien fourni. Étant donné que HubSpot fait appel à un groupe d'experts sélectionné de manière aléatoire, il n'y a aucun moyen de fournir un accès à votre évaluateur spécifique.



Vos documents satisfont aux critères de demande, ils sont corrects et sont les documents réels utilisés dans le cadre de l'interaction avec le client. Les récapitulatifs de votre travail ne suffisent pas. Si vous utilisez un logiciel tiers pour la gestion de projet et/ou la gestion du changement (Asana, ClickUp, Zoho ou autres), vous devez exporter le plan dans son intégralité.



Vous avez reçu l'autorisation de votre/vos client(s) pour partager ces documents avec HubSpot. Ces documents ne sont partagés qu'en interne avec un petit groupe d'experts de HubSpot et de membres de l'équipe Habilitations. HubSpot ne partagera jamais ces documents en externe sans votre autorisation explicite et celle de votre client.

Première phase

Après avoir obtenu les certifications prérequisées, vous soumettrez une demande (une personne par entité partenaire) comprenant des informations de base sur votre organisation et une série d'artefacts professionnels concrets et existants, liés à votre travail avec des clients dans le cadre d'interactions pour des implémentations de CRM. Il vous sera également demandé de fournir les coordonnées d'un client pouvant servir de référence, afin que HubSpot puisse le contacter et obtenir un retour sur son expérience avec votre organisation.

Deuxième phase

Au cours de cette phase, il vous sera demandé de charger une étude de cas vidéo relatant une expérience de première main, réussie de bout en bout, dans le cadre d'une interaction d'implémentation de CRM avec un client HubSpot. Il vous sera également demandé de passer un entretien avec un expert (« subject-matter expert » ou SME) de HubSpot à propos de la nature technique des implémentations de CRM.

Troisième phase

Lors de cette phase, vous devrez participer à un entretien de 30 minutes et à une session de questions-réponses au cours de laquelle un expert (SME) de HubSpot vous posera des questions sur votre étude de cas et sur les artefacts professionnels soumis lors des phases précédentes. Remarque : cette phase ne sera pas requise pour toutes les demandes.

2

CERTIFICATIONS PRÉREQUISES POUR L'HABILITATION

La liste des certifications prérequis pour l'habilitation énumère les certifications qu'un partenaire solutions doit obtenir s'il souhaite demander une habilitation. Ces certifications valident les connaissances de base et les compétences fondamentales que les partenaires solutions doivent posséder afin de pouvoir se présenter comme des candidats qualifiés pour le processus d'habilitation.

Les partenaires solutions qui souhaitent déposer une demande d'habilitation doivent disposer de toutes les certifications prérequis de cette liste avec le statut **ACTIVES**. Les certifications obtenues qui ont expiré au moment de la demande ne seront pas prises en compte.

Étant donné que l'obtention de certaines des certifications prérequis implique des exercices pratiques et/ou un mémoire de stage, il est recommandé de ne pas attendre la date limite de demande pour obtenir vos certifications.

- La notation des **exercices pratiques** inclut un SLA d'1 jour.
- La notation des **mémoires de stage** inclut un SLA de 7 jours.

Vous pouvez consulter la liste complète des certifications prérequis dans le parcours d'apprentissage prérequis pour les habilitations en cliquant [ici](#).

REMARQUE : les partenaires solutions doivent posséder la liste complète des certifications prérequis en bonne et due forme et actives, détenues par l'interlocuteur principal et jusqu'à quatre autres membres de l'équipe. En d'autres termes, parmi les cinq membres de l'organisation d'un partenaire solutions, il doit y avoir trois certifications actives pour l'implémentation du Marketing Hub, trois certifications actives pour l'intégration Salesforce, trois certifications actives pour les RevOps, et ainsi de suite pour la liste complète des certifications prérequis.

Avant de déposer votre demande, comparez les certifications actives de votre équipe à la liste des certifications prérequis pour l'habilitation. **Si vous rencontrez des difficultés dans le suivi de votre équipe en ce qui concerne les certifications prérequis nécessaires, contactez votre channel consultant (cc).**

Implémentation du Marketing Hub

Nombre d'employés certifiés requis chez le partenaire solutions : 3

Vendez, gérez des projets et assurez à vos clients une croissance pérenne grâce à l'implémentation du Marketing Hub.

Durée estimée : deux heures

Implémentation du Sales Hub

Nombre d'employés certifiés requis chez le partenaire solutions : 3

Apprenez à réussir l'implémentation du Sales Hub pour vos clients.

Durée estimée : trois heures

Logiciel Marketing Hub

Nombre d'employés certifiés requis chez le partenaire solutions : 3

Pour réussir avec l'inbound marketing, vous devez commencer par configurer adéquatement votre logiciel. La plateforme est puissante et comprend de nombreux outils. Pour profiter de son plein potentiel, vous devez acquérir certaines compétences de base et comprendre comment ces différents outils interagissent. Ce cours de certification vous permet d'acquérir les fondamentaux nécessaires à une utilisation efficace du logiciel marketing de HubSpot.

Durée estimée : cinq heures

Inclut des exercices pratiques (avec SLA d'un jour)

Inclut un mémoire de stage (avec SLA de sept jours)

Logiciel Sales Hub

Nombre d'employés certifiés requis chez le partenaire solutions : 3

Les processus de prospection s'appuient sur de nombreuses tâches qui visent à identifier les leads qualifiés. Cette certification explique comment filtrer, organiser et voir les contacts enregistrés dans votre compte. Il aborde également les outils HubSpot qui vous aideront à générer de nouveaux leads.

Durée estimée : deux heures

Inclut des exercices pratiques (avec SLA d'un jour)

Logiciel Service Hub

Nombre d'employés certifiés requis chez le partenaire solutions : 3

La certification au logiciel Service Hub vérifie votre capacité à exécuter une stratégie de service inbound grâce au Service Hub. Cette certification est composée de modules qui couvrent des outils HubSpot tels que la solution de support client, la base de connaissances, le portail client, le feedback client et le reporting.

Durée estimée : deux heures

Inclut des exercices pratiques (avec SLA d'un jour)

Consulting de la plateforme

Nombre d'employés certifiés requis chez le partenaire solutions : 3

Le consulting relatif à la plateforme, également connu sous le nom d'audit de l'environnement technologique, consiste à fournir un accompagnement, une expertise et des solutions aux clients soucieux d'optimiser les fonctionnalités et les performances de leur plateforme. Dans le cadre de cette certification, vous découvrirez comment structurer les conversations de découverte de la plateforme avec votre client, comment identifier ses besoins relatifs à la plateforme et trouver les réponses à y apporter, comment optimiser ses processus opérationnels et comment élaborer une stratégie de mise sur le marché de vos services de consulting de la plateforme.

Durée estimée : deux heures

Intégrations de données

Nombre d'employés certifiés requis chez le partenaire solutions : 3

HubSpot est plus qu'un simple logiciel, c'est un centre unique d'informations pour vos données. L'intégration d'autres outils avec HubSpot est nécessaire pour que les clients puissent comprendre la performance de l'entreprise et coordonner les équipes en conséquence. Mais les intégrations ne se limitent pas à relier deux applications. L'objectif est de connecter et de cartographier les données circulant entre les applications. Cette certification vous prépare à identifier les cas d'utilisation et à utiliser un processus d'évaluation étape par étape afin de choisir la bonne intégration pour vos clients.

Durée estimée : trois heures

Intégration Salesforce

Nombre d'employés certifiés requis chez le partenaire solutions : 3

Dans cette certification, vous apprendrez à revoir les types de cas d'utilisation des clients et à reconnaître ceux pour lesquels l'intégration pourrait servir. Vous découvrirez aussi le fonctionnement de cette intégration et les principales différences entre HubSpot et Salesforce, et enfin vous apprendrez à implémenter l'intégration Salesforce pour vos clients. Vous apprendrez les bonnes pratiques en matière de planification et de définition de la portée de l'intégration avant l'implémentation et vous formerez à l'intégration par le biais de tâches telles que la configuration de listes d'inclusion et la synchronisation d'objets personnalisés. Vous apprendrez également à recueillir les bonnes données auprès du client afin de résoudre une erreur et saurez reconnaître et résoudre les erreurs les plus fréquentes dans l'intégration. Enfin, vous en saurez davantage sur les actions de maintenance régulières qu'un client doit mener afin que l'intégration continue à fonctionner normalement.

Durée estimée : deux heures

Inclut des exercices pratiques (avec SLA d'un jour)

Onboarding basé sur les objectifs

Nombre d'employés certifiés requis chez le partenaire solutions : 3

Cette certification permet de mieux découvrir comment devenir un conseiller stratégique, un chef de projet et un planificateur de croissance lors de l'exécution de la méthodologie d'onboarding basée sur les objectifs pour les partenaires solutions HubSpot. Apprenez à réaliser l'onboarding de votre client comme le fait HubSpot, en alignant vos priorités sur celles de votre client afin que vous puissiez tous les deux atteindre vos objectifs plus rapidement.

Durée estimée : deux heures

Reporting HubSpot

Nombre d'employés certifiés requis chez le partenaire solutions : 3

Découvrez comment implémenter un processus décisionnel fondé sur l'analyse des données au sein de votre entreprise avec les outils de reporting de HubSpot. Ce cours de certification est composé de huit modules traitant de l'analyse de données et des outils de reporting du CRM, du Marketing Hub, du CMS Hub, du Sales Hub et du Service Hub de HubSpot. Afin de démontrer vos acquis, vous serez évalué au moyen de quiz et de feuilles de travail à la fin de chaque module.

Durée estimée : deux heures

Inclut un mémoire de stage (avec SLA de sept jours)

Remarque : en plus des certifications prérequis pour l'habilitation, énumérées ci-dessus, il y a deux certifications supplémentaires (énumérées ci-dessous) que les partenaires solutions doivent obtenir spécifiquement pour l'habilitation de l'implémentation du CRM HubSpot. Si, dans le cadre des certifications prérequis pour l'habilitation, **trois** employés des partenaires solutions doivent obtenir et conserver chaque certification, ces certifications supplémentaires nécessitent seulement **deux** employés avec des certifications ACTIVES en règle.

RevOps

Nombre d'employés certifiés requis chez le partenaire solutions : 2

Les RevOps sont essentiels pour aider votre entreprise à se développer. Si vous évoluez dans les RevOps, ou si vous y aspirez, ce cours vous donnera une solide base de départ. Il prodigue toute une série de conseils pratiques de professionnels des RevOps qui vous apprendront tout sur le sujet, et comment les maîtriser. À la fin de ce cours, vous en saurez suffisamment pour pouvoir commencer et produire un impact réel au sein de votre entreprise.

Durée estimée : six heures

CMS pour les développeurs

Nombre d'employés certifiés requis chez le partenaire solutions : 2

Cette certification contient des modules et des ressources pour aider les développeurs à construire et à gérer des sites web sur le CMS HubSpot. Vous apprendrez à utiliser les outils du CMS pour créer une grande variété d'actifs et à maximiser votre efficacité avec ces outils pour rationaliser votre processus et augmenter votre productivité.

Durée estimée : quatre heures

3

PREMIÈRE PHASE DU PROCESSUS D'HABILITATION POUR L'IMPLÉMENTATION DU CRM HUBSPOT

Lors de cette phase, HubSpot vous demande de soumettre divers documents que vous avez utilisés dans le cadre d'interactions réelles avec des clients. Privilégiez le détail et la clarté plutôt que le volume. En d'autres termes, envisagez ce processus comme si vous communiquiez avec les parties prenantes du client. Lisez attentivement les requêtes afin de vous assurer que vous incluez toutes les informations requises dans vos chargements.

Vous n'avez pas besoin d'inclure d'informations détaillées concernant le client ou votre organisation en dehors de ce qui est demandé dans la requête. Votre dossier doit inclure les documents correspondant aux trois requêtes de cette phase, avec 1 à 3 interactions clients. Vous pouvez utiliser une seule interaction pour les trois requêtes, mais ce n'est pas une obligation.

Cette phase du processus se compose de quatre éléments :

1. Vous chargerez un plan de projet d'implémentation progressive pour un client CRM dont vous avez réalisé la migration, d'une grande plateforme CRM vers HubSpot.
2. Vous fournirez une architecture technique d'intégration personnalisée que vous avez produite pour une partie prenante non technique du client afin de résoudre un cas d'intégration complexe.
3. Vous chargerez un plan de gestion du changement qui décrit comment vous avez aidé un client, du début à la fin, pour l'implémentation du CRM de HubSpot.
4. Vous fournirez les coordonnées de deux contacts d'un client profilé dans le cadre de cette phase de l'habilitation.

Le client sélectionné pour cette interaction doit répondre aux critères suivants :

- Projet achevé au cours des 12 derniers mois
- Sales Hub et Marketing Hub implémentés tous les deux au niveau Entreprise
- Compter au moins 300 employés au total dédiés aux clients
- Compter au moins 50 utilisateurs dédiés à la vente, dans au moins deux services différents
- Avoir des équipes distribuées à l'échelle nationale ou mondiale

Pour rappel, tous les projets sélectionnés sont évalués sur la base des critères qualitatifs décrits dans la section « Éligibilité » de ce guide de préparation, en plus des exigences quantitatives décrites ci-dessus et des exigences spécifiques aux documents décrites dans les requêtes ci-dessous.

Requête 1 : Plan de projet d'implémentation progressive de CRM

Chargement des artefacts

Les projets haut de gamme présentent un niveau de complexité élevé qui nécessite une attention particulière aux détails, un calendrier détaillé et une appropriation claire des prochaines étapes, afin de garantir que l'implémentation se fera dans les délais et le budget impartis.

Dans cette requête, HubSpot attend (1) une méthodologie d'implémentation complexe et progressive, (2) l'approche de votre organisation pour structurer le travail en activités logiques qui conduisent à une mise en service initiale dans les **120 jours** suivant la date de début du projet, et (3) la façon dont vous documentez les plans pour étendre les fonctionnalités de la plateforme ou ajouter des unités commerciales supplémentaires après la date de mise en service. Veillez à charger une copie du plan de projet réel utilisé dans le cadre de l'interaction. Un document de type aperçu ou proposition ne sera pas accepté.

Vos chargements doivent inclure les informations suivantes :

- Récapitulatif des documents présentés
 - Format recommandé : document texte
 - Informations concernant le client pour lequel vous avez réalisé l'implémentation, y compris la taille globale de l'entreprise et les lieux d'implantation
 - Résumé des buts et objectifs pour ce client tout au long de l'implémentation
 - Détails concernant l'endroit de votre dossier où se trouvent les points ci-dessous

- Plan de projet d'implémentation, qui doit inclure :
 - Phases d'implémentation clairement définies, calendriers respectifs et formulation claire des résultats de chaque phase
 - Au moins une phase consacrée à l'extension des fonctionnalités de la plateforme OU à l'ajout d'unités commerciales supplémentaires après la date de mise en service initiale
 - Tâches et étapes avec leurs responsables et leurs échéances, dépendances identifiées

En outre, veuillez fournir les informations suivantes concernant ce client :

- Date de début de l'engagement
- Date de fin de l'engagement
- Taille de l'entreprise cliente
- Localisation de l'entreprise cliente (villes et pays)

- Nombre de licences Sales payantes
- Nombre total d'utilisateurs du CRM
- Départements des utilisateurs CRM
- Nom du CRM précédent
- Marketing Hub implémenté : Gratuit, Starter, Pro, Entreprise, N/A
- Niveau Sales Hub implémenté : Gratuit, Starter, Pro, Entreprise, N/A
- Niveau Service Hub implémenté (note : l'expérience de l'implémentation du Service Hub n'est pas requise pour cette accréditation) : Gratuit, Starter, Pro, Entreprise, N/A

Requête 2 : architecture des solutions et conception de l'intégration

Chargement des artefacts

Tout au long de l'implémentation, il est impératif que vous puissiez communiquer les conceptions de solutions techniques que vous recommandez aux cadres dirigeants. Votre dossier de présentation pour cette requête doit mettre en évidence un haut niveau de compétences techniques, ainsi qu'une aptitude à transmettre les fonctionnalités d'intégration et la proposition de valeur.

Fournissez un document technique que vous avez produit pour un cadre dirigeant chez un client, comme un directeur technique ou un directeur informatique, afin de résoudre un cas d'intégration complexe dans le contexte d'une implémentation haut de gamme.

L'exemple d'intégration sélectionné doit concerner une intégration personnalisée, multi-objets ET bidirectionnelle. Idéalement, cette intégration utilise également des objets personnalisés au sein de HubSpot et des actions personnalisées prises au sein de HubSpot incorporant les données intégrées.

Les migrations de données ponctuelles ne sont pas suffisantes. Les solutions iPaaS, à l'exception de Zapier, utilisées pour créer une intégration personnalisée sont acceptables pour cet exemple.

Ce dossier de présentation doit inclure les informations suivantes :

- Résumé exécutif du projet
 - Résumé du cas d'utilisation du client ou de l'objectif opérationnel, mettant l'accent sur la proposition de valeur de la solution.
 - Informations sur l'environnement technologique du client, y compris les noms des systèmes et leur fonction.
 - Détails concernant l'endroit de votre dossier où se trouvent les points ci-dessous.
- Description de la solution d'intégration, qui doit inclure :
 - Schéma visuel avec dénomination claire des systèmes
 - Indicateurs de flux des données
- Mappage des données, qui doit inclure :

- Caractéristiques des données source
- Descriptions claires des destinations, y compris les noms des objets et des propriétés HubSpot
- Liste complète des API utilisées
- Description des applications de données au sein de HubSpot et de la façon dont ces applications répondent aux défis de l'entreprise (workflows, critères d'inscription, reporting, etc.)

Dans la mesure du possible, présentez des captures d'écran de HubSpot pour illustrer votre conception.

En outre, veuillez fournir les informations suivantes concernant ce client :

- Date de début de l'engagement
- Date de fin de l'engagement
- Taille de l'entreprise cliente
- Localisation de l'entreprise cliente (villes et pays)
- Nombre de licences Sales payantes
- Nombre total d'utilisateurs du CRM
- Départements des utilisateurs CRM
- Nom du CRM précédent
- Marketing Hub implémenté : Gratuit, Starter, Pro, Entreprise, N/A
- Niveau Sales Hub implémenté : Gratuit, Starter, Pro, Entreprise, N/A
- Niveau Service Hub implémenté (note : l'expérience de l'implémentation du Service Hub n'est pas requise pour cette accréditation) : Gratuit, Starter, Pro, Entreprise, N/A

Requête 3 : plan de gestion du changement

Chargement des artefacts

L'implémentation et l'adoption d'un nouveau CRM constituent un catalyseur pour un changement organisationnel important. Pour guider avec succès les clients Entreprise pendant cette période de transition, il est essentiel que les partenaires fassent preuve de compétences en matière de gestion du changement. Votre réponse à cette requête doit démontrer votre capacité à minimiser les perturbations des opérations quotidiennes au cours de l'implémentation, à anticiper et à réduire les risques potentiels de façon proactive et à faciliter l'adoption par les utilisateurs de la nouvelle technologie et des nouveaux processus résultant du projet d'implémentation.

Pour cette requête, fournissez des exemples illustrant la façon dont vous avez mené avec succès la gestion du changement pour un client Entreprise, avec les éléments suivants :

- Résumé exécutif du dossier
 - Format recommandé : document texte
 - Détails concernant l'endroit de votre dossier où se trouvent les points ci-dessous
- Contexte client
 - Décrivez, au niveau du client, les détails pertinents qui ont influencé votre approche de la gestion du changement (notes sur le nombre d'équipes de vente, les processus

ou défis opérationnels existants, le(s) système(s) à partir duquel (desquels) il migre ou continuera à travailler en tandem avec HubSpot).

- Vos méthodologies
 - Cette section doit couvrir l'approche de votre organisation pour (1) relever les défis du client, (2) identifier et réduire les risques potentiels, (3) gérer le plan de déploiement, y compris un pilote, (4) faciliter l'adoption par les utilisateurs et le support pendant au moins 3 mois après l'implémentation.
 - Ce segment s'adresse aux cadres dirigeants de votre client. Ici, votre objectif est de les convaincre que vous disposez d'une méthodologie éprouvée pour minimiser les risques et les perturbations de leur activité et d'une approche ciblée pour atteindre les résultats opérationnels souhaités. Des extraits de la proposition peuvent être utilisés, mais ils ne sont pas nécessaires tant que vous fournissez les informations requises.
 - La méthodologie doit être clairement alignée sur les informations fournies à propos du client. En d'autres termes, l'adéquation entre les défis, les risques ou les processus opérationnels énoncés et les plans d'action décrits dans cette section doit être évidente.
- Résultats et impact :
 - Cette section doit inclure des indicateurs calculés afin d'illustrer (1) l'impact global sur l'entreprise/le retour sur investissement résultant de l'implémentation, (2) l'adoption réussie par les utilisateurs.
 - N'oubliez pas qu'il ne suffit pas d'inclure une approche hypothétique. Notre comité d'examen doit être en mesure de voir exactement comment vos méthodologies et votre déploiement ont eu un impact sur l'entreprise et ont aidé les utilisateurs à adopter le CRM.
 - Voici quelques exemples d'indicateurs :
 - Augmentation du taux de rétention des revenus (C\$R), réduction du taux d'attrition, augmentation de la conversion MQL vers SQL (impact opérationnel/ROI)
 - Augmentation du nombre de connexions quotidiennes des utilisateurs, augmentation de la consignation d'appels et de l'activité des représentants (indicateurs d'adoption)

REMARQUE : ce contenu doit être différent de celui de votre plan de projet. Si tous deux traitent de l'approche en matière de déploiement, l'approche de la gestion du changement fournit une feuille de route stratégique, ainsi que des activités clés pour favoriser l'adoption par les utilisateurs et assurer une transition en douceur vers les nouveaux processus et technologies.

Points 4 et 5 : références clients

Chargement des contacts clients

Veillez fournir les références de deux contacts du client profilé dans le cadre de cette phase de l'habilitation. Les contacts doivent inclure un cadre dirigeant et un lead technique du projet d'implémentation.

Une fois les coordonnées fournies, HubSpot sollicitera un feedback de la part de ces personnes à propos des aspects suivants :

- Les tentatives du partenaire solutions pour établir des relations.
- La capacité du partenaire solutions à identifier, de façon proactive, les risques et/ou les obstacles.
- Le rôle du partenaire solutions dans l'établissement d'indicateurs opérationnels.
- Le succès du partenaire solutions à mener à bien l'implémentation du CRM de HubSpot.

Veillez noter que vous êtes tenu de fournir les coordonnées du client avant la date limite de la première phase, mais que le client n'est tenu de soumettre son formulaire de feedback qu'au plus tard à la date limite de la deuxième phase.

Il est de votre responsabilité de vous assurer que vos contacts de référence remplissent les formulaires avant la date limite de soumission de la deuxième phase. Vous pouvez suivre l'état d'envoi de vos références sur le portail Submittable, et vous pouvez également renvoyer la sollicitation à tout moment. Les références incomplètes peuvent entraîner l'exclusion du processus d'habilitation.

4

DEUXIÈME PHASE DU PROCESSUS D'HABILITATION POUR L'IMPLÉMENTATION DU CRM HUBSPOT

Cette phase du processus de demande se compose de trois éléments distincts, dont le but est d'évaluer votre approche en matière de consulting et votre capacité à générer des résultats opérationnels.

Sélectionnez une interaction dans laquelle vous avez réussi à migrer le client d'un CRM concurrent vers HubSpot et effectuez les étapes suivantes :

- Réalisez et soumettez une courte étude de cas vidéo (15 minutes maximum) présentant le projet de bout en bout avec ce client, depuis l'avant-vente jusqu'à l'implémentation et la clôture.
- Chargez votre proposition commerciale pour le projet mentionné dans votre vidéo. Cette proposition doit contenir la structure des prix et des frais.

Une fois que HubSpot aura examiné votre soumission d'étude de cas et votre référence client, il peut vous être demandé de participer à un entretien de 30 minutes et à une session de questions-réponses au cours de laquelle un expert (SME) de HubSpot vous posera des questions sur votre étude de cas.

Le client sélectionné pour cette interaction doit répondre aux critères suivants :

- Projet achevé au cours des 12 derniers mois
- Sales Hub et Marketing Hub implémentés tous les deux au niveau Entreprise
- Compter au moins 300 employés au total dédiés aux clients
- Compter au moins 50 utilisateurs dédiés aux ventes dans au moins deux services différents
- Avoir des équipes distribuées à l'échelle nationale ou mondiale

Pour rappel, tous les projets sélectionnés sont évalués sur la base des critères qualitatifs décrits dans la section « Éligibilité » de ce guide de préparation, en plus des exigences quantitatives décrites ci-dessus et des exigences spécifiques aux artefacts décrites dans les requêtes ci-dessous.

Requête 1 : proposition commerciale

Chargement des artefacts

La proposition utilisée au cours de votre processus de vente pour donner au client la clarté et la confiance dans votre approche de l'implémentation, votre stratégie et vos résultats. HubSpot souhaite voir votre capacité à communiquer une approche d'implémentation complexe et progressive, ainsi que votre approche en matière d'organisation du travail en activités logiques conduisant à un délai de rentabilisation rapide.

Plus précisément, la proposition doit inclure les éléments suivants :

- Un résumé des défis et des objectifs du client
- Une estimation du retour sur investissement ou de l'impact opérationnel, y compris des repères quantitatifs et un indicateur de la façon dont le client réalise ces bénéfices
- Un schéma d'architecture du système proposé (technique et commercial)
- Un plan d'implémentation par étapes et un calendrier
- Un plan de réduction des risques
- Une approche en matière de gestion du changement
- Une proposition de parcours client
- Le tarif proposé
- Un cahier des charges

Les dossiers sont évalués en fonction des critères suivants :

- La capacité du partenaire solutions à communiquer clairement les défis et/ou les objectifs opérationnels du client.
- La façon dont le partenaire solutions définit l'impact sur l'entreprise et l'utilisation de mesures quantitatives.
- L'approche du partenaire solutions en matière de visualisation de l'architecture des solutions.
- La capacité du partenaire solutions à structurer un plan d'implémentation.
- La capacité du partenaire solutions à communiquer des plans de réduction des risques.
- La stratégie communiquée par le partenaire solutions pour la gestion du changement.
- La stratégie tarifaire du partenaire solutions.

En outre, veuillez fournir les informations suivantes concernant ce client :

- Date de début de l'engagement
- Date de fin de l'engagement
- Taille de l'entreprise cliente
- Localisation de l'entreprise cliente (villes et pays)
- Nombre de licences Sales payantes
- Nombre total d'utilisateurs du CRM
- Départements des utilisateurs CRM
- Nom du CRM précédent
- Marketing Hub implémenté : Gratuit, Starter, Pro, Entreprise, N/A
- Niveau Sales Hub implémenté : Gratuit, Starter, Pro, Entreprise, N/A
- Niveau Service Hub implémenté (note : l'expérience de l'implémentation du Service Hub n'est pas requise pour cette accréditation) : Gratuit, Starter, Pro, Entreprise, N/A

Requête 2 : étude de cas vidéo

Chargement de la vidéo

Cette vidéo est l'occasion pour vous de parler directement à des experts HubSpot et de mettre en avant votre succès auprès d'un client haut de gamme. Il ne doit pas s'agir de la copie d'une présentation que vous avez faite au cours du processus d'avant-vente ou de vente à votre client, mais plutôt d'un récit qui met clairement en évidence le travail que vous avez accompli et qui aborde les aspects suivants :

- Comment vous avez convaincu le client que HubSpot était la solution adéquate pour répondre à ses besoins opérationnels (avant-vente) et comment vous lui avez donné l'assurance que l'implémentation/la migration n'échouerait pas.
- Comment vous avez aidé à optimiser les processus CRM du client en les intégrant à HubSpot.
- Résumez la hiérarchie organisationnelle, y compris les principales parties prenantes, ainsi que la cadence et le modèle de communication que vous avez suivis.
- Décrivez quelques-uns des risques et des problèmes que vous avez rencontrés au cours du projet et ce que vous avez fait pour les atténuer de façon proactive.
- Présentez un exemple de feuille de route stratégique que vous avez élaborée pour le client, en indiquant la voie à suivre pour une croissance à long terme avec HubSpot et sa valeur pour l'entreprise.

- Définissez la gestion du changement telle qu'elle est pratiquée par votre organisation et décrivez, à l'aide d'indicateurs quantitatifs étayant votre résumé, comment l'approche a favorisé l'adoption par les utilisateurs.
- Dressez la liste des résultats opérationnels ou indicateurs clés de performances que vous avez aidé le client à atteindre, à court et à long terme.

Les dossiers sont évalués en fonction des critères suivants :

- La capacité du partenaire solutions à fournir suffisamment de contexte et d'informations sur la situation actuelle du client.
- Le processus appliqué par le partenaire solutions pour présenter son plan afin d'obtenir un résultat positif.
- Le plan du partenaire solutions pour optimiser les processus CRM du client dans sa transition vers HubSpot.
- La capacité du partenaire solutions à réduire les risques de façon proactive.
- La feuille de route du partenaire solutions pour l'évolution et l'expansion continues de HubSpot au fil du temps.

Règles à respecter pour les vidéos :

- Les vidéos de plus de 15 minutes et/ou de plus de 400 Mo ne seront pas acceptées.
- Vous pouvez utiliser des diapositives et/ou des aides visuelles pour présenter ce contenu si vous le souhaitez.
- Vous ne devez pas inclure :
 - des informations/un discours sur votre entreprise
 - une présentation des membres de votre équipe

Les formats de fichiers suivants sont acceptés :

.avi

.mov

.mp4

.zip

5

TROISIÈME PHASE DU PROCESSUS D'HABILITATION POUR L'IMPLÉMENTATION DU CRM HUBSPOT

En fonction des documents fournis lors des première et deuxième phases, il peut vous être demandé de participer à une troisième phase.

Requête 1 : entretien avec un expert (SME)

Entretien planifié

Une fois que HubSpot aura examiné votre soumission d'étude de cas et votre proposition commerciale, il peut vous être demandé de participer à un entretien de 30 minutes et à une session de questions-réponses au cours de laquelle un expert (SME) de HubSpot vous posera des questions sur votre étude de cas.

Les candidats ne sont pas tous auditionnés.

Prévoyez au moins la participation du responsable de la présentation de l'étude de cas à l'entretien. Cette personne doit être en mesure de parler des spécificités des produits délivrés et de la façon dont ils ont été délivrés dans le cadre de ce projet. Vous pouvez inclure d'autres membres de l'équipe si vous le souhaitez, mais pas plus de trois personnes.

Les entretiens sont évalués en fonction des critères suivants :

- La capacité du partenaire solutions à démontrer une compréhension globale du projet d'implémentation.
- La capacité du partenaire solutions à expliquer et à défendre l'approche qu'il a recommandée, les solutions qu'il a conçues et le processus qu'il a suivi.



HubSpot Academy

Guide de préparation à l'habilitation pour l'implémentation du CRM HubSpot