

Habilitation HubSpot Onboarding Guide de préparation

Dernière mise à jour : 5 février 2024

Ce document a pour but de clarifier et de contextualiser le processus d'habilitation HubSpot Onboarding, 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 \(lien en anglais\)](#).

Note: Veuillez noter que ce document est en format lettre.



SOMMAIRE

SOMMAIRE	1
À PROPOS DE L'HABILITATION HUBSPOT ONBOARDING	2
Certifications prérequis	3
Check-list pré-soumission	4
Première phase	4
Deuxième phase	4
CERTIFICATIONS PRÉ REQUISES POUR L'HABILITATION	6
Implémentation du Marketing Hub	7
Implémentation du Sales Hub	7
Logiciel Marketing Hub	7
Logiciel Sales Hub	8
Logiciel Service Hub	8
Consulting sur la plateforme	8
Intégrations de données	9
Intégration Salesforce	9
Onboarding basé sur les objectifs	9
Reporting HubSpot	10
PREMIÈRE PHASE DU PROCESSUS D'HABILITATION HUBSPOT ONBOARDING	11
Requête 1 : plan de projet d'onboarding basé sur les objectifs et ID du portail HubSpot	13
Requête 2 : documentation de l'intégration	14
Requête 3 : référence client	15
DEUXIÈME PHASE DU PROCESSUS D'HABILITATION HUBSPOT ONBOARDING	16
Requête 1 : étude de cas vidéo	16
Requête 2 : étude de cas vidéo (suite)	17
Requête 2 : exercice d'écoute d'un appel	18

1

À PROPOS DE L'HABILITATION HUBSPOT ONBOARDING

L'objectif de l'habilitation HubSpot Onboarding est de démontrer votre expérience dans l'onboarding de nouveaux clients HubSpot sur la plateforme.

En plus d'appliquer les connaissances nécessaires spécifiques au produit, un partenaire solutions habilité doit suivre la méthodologie d'onboarding de HubSpot, « Onboarding basé sur les objectifs », pour ses clients. Si vous n'avez pas réalisé de projets d'onboarding pour les clients avec Marketing Hub Pro ou Enterprise ET Sales Hub Pro ou Enterprise ni appliqué la méthodologie d'onboarding basée sur les objectifs, nous vous recommandons d'envisager l'une des autres options d'accréditation.

Remarque : avant de présenter votre demande, assurez-vous que vous répondez aux exigences suivantes :

- Votre organisation compte au moins 3 employés à temps plein.
- Votre organisation a réalisé l'onboarding d'un client avec le Marketing Hub et le Sales Hub, tous deux au niveau d'abonnement Pro (ou supérieur) au cours des 12 derniers mois.
- Votre organisation possède une certaine expérience de la méthodologie Onboarding basée sur les objectifs.
- Votre organisation a de l'expérience dans la configuration du connecteur Salesforce et d'autres connecteurs du marketplace ou solutions iPaaS.
- Votre organisation remplit les conditions de certification de HubSpot Academy, telles que décrites dans la section ci-dessous: "Certifications prérequis".
- Votre organisation est un partenaire solutions HubSpot de niveau Platinum, Diamond ou Elite.

Le processus de demande pour l'habilitation HubSpot Onboarding se déroule en **deux** 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 (1) à votre éligibilité à l'habilitation et (2) aux critères applicables à tous les exemples et documents présentés.

Certifications prérequis

Les partenaires solutions qui souhaitent déposer une demande d'habilitation doivent **d'abord** 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.

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 le reporting HubSpot, et ainsi de suite pour la liste complète des certifications prérequis.

Vous pouvez consulter la liste complète des certifications prérequis dans le [parcours d'apprentissage Pré Requis pour les habilitations](#) ou consulter la liste ci-dessous :

- Implémentation du Marketing Hub
- Implémentation du Sales Hub
- Logiciel Marketing Hub
- Logiciel Sales Hub
- Logiciel Service Hub
- Consulting sur la plateforme
- Intégrations de données
- Intégration Salesforce
- Onboarding basé sur les objectifs
- Reporting

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. Les partenaires solutions doivent posséder la liste complète des certifications prérequisées, détenues par l'interlocuteur principal et jusqu'à quatre autres membres de l'équipe.
- 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 pool d'experts randomisés, 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

Au cours de cette phase, les partenaires soumettent une demande (une par entité partenaire) comprenant des informations de base sur eux-mêmes. Ils seront également invités à charger certains documents relatifs à leur travail avec les clients dans le cadre de l'onboarding. Les partenaires fourniront également les coordonnées d'un client de référence et HubSpot contactera ce client afin de lui demander son avis sur l'expérience qu'il a eue avec le partenaire candidat à l'habilitation.

Deuxième phase

Au cours de cette phase, les partenaires seront invités à charger une vidéo décrivant leur expérience directe d'un aspect particulier de l'onboarding des clients, et à réaliser un exercice d'audit des appels.

Habilitation : HubSpot Onboarding

Expérience en matière d'onboarding : mon organisation a déjà mené à bien des projets d'onboarding de clients et a accès aux documents, propositions, plans de projet et ressources utilisés.	<input type="checkbox"/>
Exigences relatives aux logiciels : mon organisation a de l'expérience dans l'onboarding de clients dans les versions Pro ou Entreprise du Marketing Hub et du Sales Hub de HubSpot.	<input type="checkbox"/>
Onboarding basé sur les objectifs : mon organisation a appliqué la méthodologie d'onboarding basé sur les objectifs dans le cadre d'au moins une interaction d'onboarding.	<input type="checkbox"/>
Certifications prérequis : mon organisation remplit les conditions de certification de HubSpot Academy, telles que décrites dans la section à droite.	<input type="checkbox"/>
Niveau de partenariat : mon organisation est un partenaire solutions HubSpot de niveau Platinum, Diamond ou Elite.	<input type="checkbox"/>

Certification prérequis	Nombre de certifiés requis	Employé 1	Employé 2	Employé 3	Employé 4	Employé 5
Implémentation du Marketing Hub	3	<input type="checkbox"/>				
Implémentation du Sales Hub	3	<input type="checkbox"/>				
Logiciel Marketing Hub	3	<input type="checkbox"/>				
Logiciel Sales Hub	3	<input type="checkbox"/>				
Logiciel Service Hub	3	<input type="checkbox"/>				
Consulting sur la plateforme	3	<input type="checkbox"/>				
Intégrations de données	3	<input type="checkbox"/>				
Intégration Salesforce	3	<input type="checkbox"/>				
Onboarding basé sur les objectifs	3	<input type="checkbox"/>				
Reporting HubSpot	3	<input type="checkbox"/>				

2

CERTIFICATIONS PRÉ REQUISES POUR L'HABILITATION

La liste des certifications pré requises 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 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.

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 : 2 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 : 3 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. Cette 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. Ce module 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 sur 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 : trois 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. Cette certification est composée 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 worksheets à la fin de chaque module.

Durée estimée : quatre heures

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

3

PREMIÈRE PHASE DU PROCESSUS D'HABILITATION HUBSPOT ONBOARDING

Lors de cette phase, HubSpot vous demande de soumettre des 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 des 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 de demande se compose de trois éléments :

1. Vous chargerez un plan de projet et l'ID associé du portail HubSpot pour un client dont vous avez réussi l'onboarding à l'aide de la méthodologie Onboarding basé sur les objectifs.
2. Vous chargerez un document qui décrit comment vous avez relevé avec succès les défis d'intégration d'un client en utilisant le connecteur HubSpot vers Salesforce et un cas d'utilisation supplémentaire utilisant soit un connecteur du marketplace, soit une solution iPaaS.
3. Vous fournirez les coordonnées d'une personne de référence chez votre client.

Afin de déterminer l'interaction d'onboarding la plus adéquate pour les requêtes, utilisez les directives suivantes :

- S'agit-il d'un client de niveau Pro avec le Marketing Hub et le Sales Hub ?
- Avez-vous organisé un appel de lancement du projet avec ce client ?
- Avez-vous aidé ce client à identifier, fixer et hiérarchiser ses objectifs ?
- Pouvez-vous décrire la solution HubSpot que vous avez recommandée au client et comment elle a répondu aux objectifs opérationnels spécifiques du client ?
- Pouvez-vous résumer quelques-uns des défis (produits/techniques et gestion de compte/communication) rencontrés pendant l'onboarding et la façon dont vous les avez résolus ?
- Avez-vous aidé le client à tenir le cap et lui avez-vous permis d'atteindre ses objectifs dans les délais impartis ?
- Pouvez-vous décrire la façon dont vous avez géré l'élargissement du champ

d'application au cours de l'interaction ?

- Avez-vous mis en place pour le client un plan de réussite continue après l'onboarding ?
- Avez-vous créé et conservé une documentation complète sur le projet, y compris les solutions techniques et des recommandations d'optimisation ?

Requête 1 : plan de projet d'onboarding basé sur les objectifs et ID du portail HubSpot

Chargement des artefacts

Chargez un plan de projet et l'ID du portail HubSpot* pour un client dont vous avez réussi l'onboarding à l'aide de la méthodologie Onboarding basée sur les objectifs. Les meilleurs dossiers sont ceux qui démontreront que le client peut atteindre ses objectifs de façon progressive et réaliser de la valeur dans les 90 jours suivant le lancement, plutôt que d'attendre la conclusion de l'onboarding pour déterminer l'impact et le retour sur son investissement dans HubSpot.

Remarque : vous reviendrez sur cette interaction client si vous passez à la deuxième phase du processus d'habilitation. Il est donc dans votre intérêt de sélectionner l'interaction qui représente le mieux votre approche de l'onboarding HubSpot.

Si vous faites référence à des interactions clients de la première phase de l'accréditation dans la deuxième phase, vous ne devez pas supposer que l'évaluateur a déjà eu connaissance de votre travail avec ce client. Procédez comme si c'était la première fois que vous établissiez le profil d'interaction de ce client.

Votre plan doit inclure les informations suivantes :

- Dates de début et de fin de l'interaction, liste des logiciels et niveaux d'abonnement
- Identification et formulation claires des objectifs généraux du client
- Trois à cinq objectifs définis pour la « phase 1 », avec des dates de début et de fin précises
- Différentes étapes et activités clairement définies que le client doit accomplir dans HubSpot, correspondant à chacun des objectifs formulés par le client.

Le client sélectionné pour cet engagement doit avoir à la fois Marketing Hub et Sales Hub au niveau Professionnel ou supérieur. Les engagements faisant référence à un plan Starter ne seront pas pris en compte.

*L'ID du client pour le portail HubSpot figure dans l'URL de son compte HubSpot : <https://app.hubspot.com/reports-dashboard/XXXXXX>

Les dossiers sont évalués en fonction des critères suivants :

- Les objectifs du client sont clairement et concrètement identifiés, documentés et formulés dans votre plan de projet.

- Votre travail planifié s'inscrit dans les objectifs du client et est programmé dans une période d'onboarding de 90 jours (comme en témoigne le plan de projet).

En plus des informations ci-dessus, veuillez inclure les éléments suivants dans votre soumission :

- Date de début de l'interaction client
- Date de fin de l'interaction client
- Taille de l'entreprise cliente
- Nombre d'utilisateurs dont l'onboarding a été réussi
- Niveau implémenté du Marketing Hub : Gratuit, Starter, Professionnel, Entreprise, N/A
- Niveau implémenté du Sales Hub : Gratuit, Starter, Professionnel, Entreprise, N/A Gratuit, Starter, Professionnel, Entreprise, N/A
- Niveau implémenté du Service Hub : Gratuit, Starter, Professionnel, Entreprise, N/A

Tous les documents partagés dans le cloud (comme Google Drive, par exemple) sont visibles et accessibles par toute personne disposant du lien fourni. Étant donné que HubSpot fait appel à un pool d'experts randomisés, il n'y a aucun moyen de fournir un accès à votre évaluateur spécifique. Si cela n'est pas possible, nous vous recommandons de télécharger le contenu dans l'un de nos formats de fichier acceptés et de le charger directement dans l'application.

En outre, si vous utilisez un logiciel tiers pour la gestion de projet et/ou la gestion du changement (comme monday.com, Asana, ClickUp, ou Zoho), vous devez exporter le plan dans son intégralité afin de vous assurer que votre examinateur a accès à l'artefact complet.

Vous pouvez télécharger un maximum de trois fichiers pour cette soumission. Si vous prévoyez d'avoir plus de trois fichiers distincts, vous devez les combiner dans la mesure du possible pour les consolider :

- .csv
- .doc
- .docx
- .pdf
- .gif
- .jpg
- .png
- .ppt
- .pptx
- .xls
- .xlsx
- .zip

Requête 2 : documentation de l'intégration

Chargement des artefacts

Une composante essentielle de l'onboarding HubSpot consiste à aider les clients à centrer HubSpot dans l'environnement technologique de leur organisation. Ceci nécessite souvent des intégrations avec les plateformes ou systèmes déjà utilisés dans l'organisation du client. HubSpot recherche des partenaires solutions qui comprennent les principes fondamentaux de l'intégration et qui peuvent utiliser l'écosystème des connecteurs d'applications pour répondre aux besoins d'intégration des clients.

Chargez un document qui décrit comment vous avez relevé avec succès les défis d'intégration d'un client. Le cas d'utilisation doit impliquer le recours au connecteur HubSpot vers Salesforce **et** une situation supplémentaire impliquant l'un des connecteurs du marketplace d'applications de HubSpot ou une solution iPaaS. Votre cas d'utilisation ne doit pas inclure un scénario dans lequel vous devez simplement activer un connecteur. En revanche, des migrations de données ponctuelles utilisant le connecteur Salesforce sont suffisantes.

Ce dossier de présentation doit inclure les informations suivantes :

- Dates de début et de fin de l'interaction, liste des logiciels et niveaux d'abonnement
- Formulation claire du cas d'intégration
- Explication du fonctionnement des connecteurs référencés
- Schéma des flux de données, avec les éléments pertinents du modèle de données
- Description de la solution que vous avez conçue
- Description de la façon dont les données ont été utilisées dans HubSpot

Ce document n'a **pas** besoin d'inclure une description des intégrations au niveau du développeur, mais il doit aborder de façon convaincante les points décrits ci-dessus.

Les dossiers sont évalués en fonction des critères suivants :

- Le partenaire solutions fournit une description claire et complète du cas d'utilisation pour les intégrations connectées, mettant également en évidence les préoccupations du client qui ont été résolues.
- Le partenaire solutions fournit une description de la façon dont le connecteur Salesforce a fonctionné pour le client.

- Le partenaire solutions fournit une description de la façon dont les connecteurs spécifiques du marketplace des applications ou les connecteurs iPaaS ont fonctionné pour le client.
- Le partenaire solutions présente un schéma des flux de données, avec les éléments pertinents du modèle de données, qui décrit clairement le modèle de données du client autour de HubSpot ; ce schéma doit également être associé à une description et une formulation claires de la solution proposée.
- Le partenaire solutions fournit une description de la façon dont les données ont été utilisées dans HubSpot.

Remarque : ce chargement doit contenir deux cas d'intégration différents, dont l'un impliquant le connecteur Salesforce. Les chargements ne comportant pas l'un de ces éléments ne seront pas pris en compte.

Tous les documents partagés dans le cloud (comme Google Drive, par exemple) sont visibles et accessibles par toute personne disposant du lien fourni. Étant donné que HubSpot fait appel à un pool d'experts randomisés, il n'y a aucun moyen de fournir un accès à votre évaluateur spécifique. Si cela n'est pas possible, nous vous recommandons de télécharger le contenu dans l'un de nos formats de fichier acceptés et de le charger directement dans l'application.

En outre, si vous utilisez un logiciel tiers pour la gestion de projet et/ou la gestion du changement (comme monday.com, Asana, ClickUp, ou Zoho), vous devez exporter le plan dans son intégralité afin de vous assurer que votre examinateur a accès à l'artefact complet.

Vous pouvez télécharger un maximum de trois fichiers pour cette soumission. Si vous prévoyez d'avoir plus de trois fichiers distincts, vous devez les combiner dans la mesure du possible pour les consolider :

- .csv
- .doc
- .docx
- .pdf
- .gif
- .jpg
- .png
- .ppt
- .pptx
- .xls
- .xlsx
- .zip

Requête 3 : référence client

Chargement des contacts clients

Veillez fournir les références d'un contact partie prenante chez le client spécifié dans votre plan de projet.

Une fois les coordonnées fournies, le système enverra un bref formulaire à remplir afin de solliciter un feedback de la part de ces personnes à propos des aspects suivants :

- Identification des besoins opérationnels et réponse apportée
- Efficacité des communications
- Délais de rentabilisation au sein de l'interaction d'onboarding

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 HUBSPOT ONBOARDING

Cette phase du processus de demande se compose de deux éléments, conçus pour évaluer vos compétences en matière d'onboarding et de consulting.

- Vous chargerez une étude de cas vidéo relatant en détail une interaction d'onboarding.
- Vous réaliserez un exercice d'écoute, au cours duquel il vous sera demandé d'analyser un appel.

Si vous faites référence à des interactions clients de la première phase de l'accréditation dans la deuxième phase, vous ne devez pas supposer que l'évaluateur a déjà eu connaissance de votre travail avec ce client. Procédez comme si c'était la première fois que vous établissiez le profil d'interaction de ce client.

Requête 1 : étude de cas vidéo

Chargement de la vidéo

Pour cette étude de cas, veuillez créer et soumettre une vidéo de 15 minutes (maximum) décrivant l'interaction d'onboarding qui correspond au plan de projet que vous avez fourni lors de la **première phase**.

Cette vidéo doit se concentrer sur certains aspects spécifiques de l'interaction qui sont cruciaux pour le succès de vos clients, mais qui pourraient ne pas être facilement formulés par la seule documentation.

Votre proposition doit couvrir les scénarios suivants :

- Décrivez l'approche que vous avez utilisée lors de l'appel de lancement et les actions qui en ont découlé.
- Comment avez-vous géré les cas où le client avait plus de buts/objectifs qu'il n'était raisonnablement possible d'atteindre dans le cadre de la « phase 1 » ?
- Quelle(s) solution(s) HubSpot avez-vous recommandée(s) au client et comment ces recommandations ont-elles répondu aux objectifs opérationnels spécifiques du client ?
- Présentez quelques-uns des défis (produits/techniques et gestion de compte/communication) rencontrés pendant l'onboarding et la façon dont vous les avez résolus.

- Comment avez-vous aidé le client à tenir le cap et lui avez-vous permis d'atteindre ses objectifs dans les délais impartis ? Comment avez-vous fait avancer le projet lorsque le client n'interagissait pas ou n'achevait pas les tâches qui lui étaient confiées dans les délais ?
- Périmètre : décrivez la façon dont vous avez géré l'élargissement du champ d'application dans les cas suivants :
 - Le client souhaitait accomplir des objectifs supplémentaires dans le même laps de temps.
 - Le client formulait certaines exigences « inadéquates » que vous avez dû repousser en recommandant une approche différente.
 - Le client imposait certaines exigences non couvertes par son niveau d'abonnement.
- Comment avez-vous mis en place pour le client un plan de réussite continue après l'onboarding ?
- Décrivez les résultats mesurables enregistrés par le client suite à votre onboarding.

Si vous n'êtes pas en mesure d'identifier une interaction client unique couvrant l'ensemble des scénarios recommandés, commencez par un client qui vous permet de répondre à la majorité des exigences, puis utilisez d'autres exemples de clients pour les autres points. Utilisez votre temps à bon escient étant donné que vous n'avez droit qu'à une seule vidéo.

Requête 2 : étude de cas vidéo (suite)

Les dossiers sont évalués en fonction des critères suivants :

- Le partenaire solutions expose l'approche qu'il a utilisée lors de l'appel de lancement et les actions qui en ont découlé.
- Le partenaire solutions explique en détail le contexte et son approche de gestion de l'élargissement du champ d'application, en particulier les buts et objectifs du client qui auraient pu être raisonnablement atteints dans le cadre de la « phase 1 », les exigences du client qui étaient inadéquates ou mal alignées, et les exigences du client non couvertes par l'abonnement HubSpot acheté.
- Le partenaire solutions énonce clairement les solutions qu'il a recommandées et relie ces solutions aux objectifs opérationnels spécifiques.
- Le partenaire solutions décrit en détail les défis techniques et de gestion de compte rencontrés et l'approche adoptée pour les résoudre.
- En fonction de l'exemple proposé dans la vidéo, le partenaire solutions précise ses stratégies pour maintenir le projet dans les délais OU les techniques appliquées pour maintenir l'interaction des parties prenantes.

- Le partenaire solutions présente son approche en matière d'élaboration de plans personnalisés pour la réussite post-onboarding.
- Le partenaire solutions décrit les résultats quantitatifs clairs pour le client et le succès obtenu suite à son projet d'onboarding.

Directives pour les vidéos :

Les vidéos de plus de 15 minutes 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 l'équipe

Tous les documents partagés dans le cloud (comme Google Drive, par exemple) sont visibles et accessibles par toute personne disposant du lien fourni. Étant donné que HubSpot fait appel à un pool d'experts randomisés, il n'y a aucun moyen de fournir un accès à votre évaluateur spécifique. Si cela n'est pas possible, nous vous recommandons de télécharger le contenu dans l'un des formats de fichier acceptés et de le charger directement dans l'application. Les formats de fichiers suivants sont acceptés : .avi .mov .mp4 .zip

Requête 2 : exercice d'écoute d'un appel

Audit d'appel

Les partenaires recevront un enregistrement audio (ainsi qu'une transcription textuelle) d'un appel d'onboarding entre un client et une entité partenaire solutions, au cours duquel le client exprime des préoccupations concernant (1) le rythme de l'onboarding et (2) la capacité de son équipe. Le client s'interroge également sur les attentes et l'appropriation dans le cadre de l'interaction d'onboarding.

Les dossiers sont évalués en fonction des critères suivants :

- La capacité du partenaire solutions à diagnostiquer les principales préoccupations du client.
- La capacité du partenaire solutions à mettre en évidence les succès du partenaire de l'exemple et les améliorations possibles chez le partenaire de l'exemple lors de l'appel.
- La capacité du partenaire solutions à élaborer un plan d'action et des actions spécifiques pour le partenaire et le client de l'exemple à la suite de l'appel.



HubSpot Academy

Guide de préparation à l'habilitation HubSpot Onboarding