

# Intégration Salesforce : HubSpot vs Pardot

## Intégration au Marketing Hub de HubSpot

Le marketing automation du Marketing Hub de HubSpot et de Pardot de Salesforce permettent tous deux une intégration native avec les données clients du CRM Salesforce. Les organisations peuvent donc préserver l'alignement entre les équipes marketing et commerciale afin de proposer une expérience client cohérente.

Il est important de bien comprendre le fonctionnement de ces intégrations lors de la prise de décision. Ce comparatif constitue une vue d'ensemble des fonctionnalités d'intégration des deux plateformes afin de mettre en lumière les différences.

## Combien d'étapes sont-elles nécessaires ?

L'intégration du Marketing Hub de HubSpot avec Salesforce est un processus en cinq étapes. L'intégration HubSpot avec Salesforce, à la fois rapide, fiable et puissante, signifie qu'une fois que les comptes sont connectés, la synchronisation des données peut s'exécuter en quelques minutes : aucune configuration technique n'est requise.

Le processus d'intégration avec Pardot comporte près de trois fois plus d'étapes. Pour les clients, l'intégration peut s'avérer plus complexe et chronophage, car davantage de connexions manuelles sont nécessaires.

### HubSpot vs Pardot

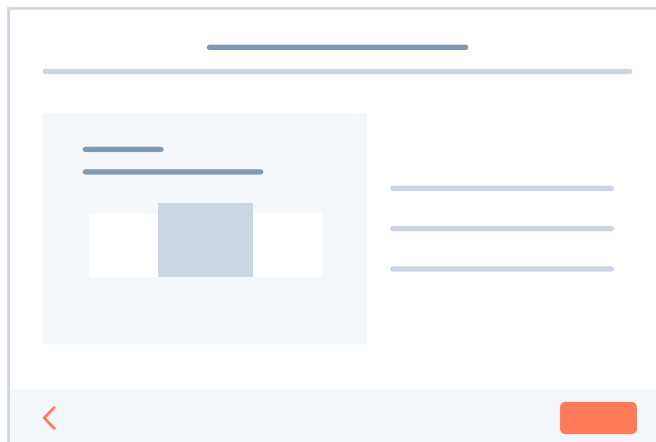
 Intégration		pardot
 Installation	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Authentifier la connexion entre Salesforce et HubSpot</li><li>2. Installer le package d'intégration de HubSpot dans Salesforce</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Installer l'application Pardot AppExchange</li><li>2. Attribuer l'ensemble des autorisations utilisateur du connecteur Pardot</li><li>3. Attribuer les autorisations d'objet à l'utilisateur du connecteur</li><li>4. Ajouter le connecteur Salesforce-Pardot à Pardot</li></ol>
 Configuration de Salesforce	<ol style="list-style-type: none"><li>3. Ajouter le module HubSpot Visualforce à Salesforce (facultatif)</li><li>4. Sélectionner les paramètres de synchronisation des données</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>5. Mapper les champs de lead personnalisés de Pardot aux champs de contact</li><li>6. Afficher les données Pardot dans Salesforce</li><li>7. Ajouter des boutons personnalisés Pardot aux mises en page de Salesforce</li><li>8. Ajouter les actions standard de Pardot à Salesforce</li><li>9. Ajouter les scores et leurs différentes catégories aux mises en page</li><li>10. Octroyer aux utilisateurs l'accès aux données Pardot dans Salesforce</li></ol>
 Configuration de HubSpot et de Pardot	<ol style="list-style-type: none"><li>5. Terminer la configuration et commencer la synchronisation</li></ol> <p>Dans le Marketing Hub de HubSpot, les utilisateurs peuvent à tout moment modifier ou personnaliser leur configuration, exécuter la synchronisation d'objets personnalisés et vérifier l'état de santé de leur intégration dans l'onglet État de santé de la synchronisation à l'issue de la configuration.</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>11. Mapper les champs personnalisés de Salesforce et de Pardot</li><li>12. Tester le connecteur Salesforce-Pardot</li><li>13. Effectuer la synchronisation initiale des prospects</li></ol>

## Menus intuitifs pour une intégration simplifiée

Des menus intuitifs facilitent l'intégration tout en offrant toutes les options nécessaires à la configuration.

L'assistant d'intégration vous guide à chacune des étapes, en vue d'une exécution rapide et simple, contrairement à l'interface de Pardot qui se révèle plus complexe.

### Configuration avec HubSpot



### Configuration avec Pardot



## Questions fréquentes

**Q : HubSpot et Salesforce proposant des solutions concurrentes, quelles sont les implications en matière d'intégrations ?**

**R :** HubSpot et Salesforce sont tous deux des fournisseurs de plateforme CRM de premier plan. HubSpot connaît les fonctionnalités de Salesforce et sait que les utilisateurs de cette plateforme disposent de volumes de données CRM importants qui peuvent vraiment améliorer les résultats en cas d'utilisation avec HubSpot. L'intégration avancée proposée par HubSpot permet aux clients d'accéder facilement aux données dont ils ont besoin pour mener leurs activités de marketing, de vente et de service client.

**Q : Le fait que Pardot est un produit Salesforce n'est-il pas la garantie d'une bonne synergie entre eux ?**

**R :** L'entreprise Pardot a été rachetée par Salesforce en 2012, mais l'outil de marketing automation et le CRM de Salesforce ont été développés séparément. Salesforce a mis en place une intégration native entre Pardot et son CRM, tout comme HubSpot. Il vous faut dans les deux cas choisir entre deux intégrations natives : de fait, les intégrations de Pardot et de HubSpot reposent toutes deux sur les mêmes API publiques.

**Q : HubSpot peut-il synchroniser des objets personnalisés avec le CRM de Salesforce ?**

**R :** Oui, depuis le lancement des objets personnalisés dans le Sales Hub, HubSpot est parfaitement équipé pour intégrer vos objets personnalisés Salesforce dans votre base de données marketing.

## Objets personnalisés HubSpot

Plus besoin de choisir entre des fonctionnalités sophistiquées et l'expérience utilisateur. Les objets personnalisés HubSpot offrent la flexibilité que les utilisateurs apprécient dans Salesforce, avec en plus l'expérience fonctionnelle et intuitive de HubSpot.

HubSpot met à votre disposition les outils nécessaires pour découvrir de nouvelles solutions et bâtir une entreprise plus résistante, capable de s'adapter, avec des données qui ne sont plus bloquées dans Salesforce.

### Intégration d'objets personnalisés

	HubSpot	pardot
 Limites	<p>Le Marketing Hub Entreprise permet de créer 10 objets personnalisés par portail HubSpot.</p> <p><b>Objets supplémentaires :</b></p> <p>Pour 460 € par mois, il est possible de définir 10 objets supplémentaires et de stocker 500 000 fiches d'informations supplémentaires dans l'ensemble des objets personnalisés de HubSpot. Ces packs supplémentaires sont disponibles avec la version Entreprise du Marketing Hub, du Sales Hub, du Service Hub ou du CMS Hub.</p>	<p>Il est possible de mapper jusqu'à 4 objets personnalisés avec l'édition Advanced de Pardot.</p> <p><b>Objets supplémentaires :</b></p> <p>Pardot peut synchroniser plus de 4 objets personnalisés, mais les ingénieurs de Pardot doivent vérifier la portée et l'échelle de toutes les intégrations d'objets personnalisés avant de déterminer les options tarifaires.</p>
 Création de rapports	<p>Vous pouvez établir des rapports sur les fiches d'informations de vos objets personnalisés en fonction de leurs propriétés. Pour créer un rapport unique pour votre objet personnalisé, accédez à Rapports &gt; Rapports, puis cliquez sur Créer un rapport personnalisé.</p>	<p>Les utilisateurs ne peuvent pas créer de rapport sur leurs objets personnalisés dans Pardot : ils ne peuvent le faire qu'à l'aide de Salesforce.</p>
 Utilisation des objets personnalisés	<p>Les données des objets personnalisés peuvent servir à personnaliser les e-mails marketing automatisés, à établir des rapports sur leurs fiches d'informations et à inscrire ces fiches d'informations dans les workflows.</p> <p>HubSpot permet également la synchronisation d'autres objets standards de Salesforce tels que les cas, les campagnes et les commandes.</p>	<p>Les données des objets personnalisés peuvent être utilisées comme critères lors de la création de listes dynamiques, de règles d'automatisation et de règles de segmentation.</p>

## Intégration rapide, fiable et puissante

Le marketing automation a pour objectif de faciliter le travail des entreprises et d'accroître leur efficacité.

L'intégration de votre solution de marketing automation doit également être simple et efficace. HubSpot met à votre disposition une intégration à la fois rapide, fiable et puissante.

Pour en savoir plus sur l'intégration de HubSpot avec Salesforce, [consultez le site web de HubSpot](#).