



Hub Operations de HubSpot

Le défi

Plus une entreprise se développe, plus ses systèmes se multiplient. Les salariés achètent leurs applications SaaS préférées, les managers utilisent leurs propres feuilles de calcul et les équipes définissent toutes leurs propres processus. Tout ceci entraîne une perte d'alignement et de confiance entre les équipes, les problèmes de communication augmentent et l'efficacité générale en pâtit.

Pour persévirer et prospérer, une entreprise doit fonctionner mieux, et donc repenser les opérations. Les opérations de revenus, ou RevOps, lui sont donc indispensables. Centralisées et non cloisonnées, les RevOps ne doivent pas survenir pas comme une arrière-pensée, mais être considérées comme les architectes de la croissance.

Pour mettre en œuvre des opérations de revenus, les entreprises ont besoin d'un ensemble d'outils opérationnels unifiés qui connectent les applications, organisent les données clients et automatisent les processus commerciaux.



La solution



HubSpot présente le Hub Operations. À l'inverse des outils de gestion des données qui fonctionnent en silos, le Hub Operations intègre tous les outils nécessaires aux équipes opérationnelles à une plateforme CRM, en unifiant l'ensemble des données clients sur une seule plateforme connectée.

Le résultat ? Des entreprises plus efficaces, plus alignées et plus agiles, une équipe opérationnelle qui peut travailler sans entraves et de manière stratégique, et une expérience client sans frictions.

Synchronisation des données

Synchronisation bidirectionnelle, mappages de champs personnalisés, filtres et synchronisation des données historiques : la synchronisation des données de HubSpot renferme toute la puissance d'un connecteur sur mesure dans une solution facile d'utilisation, qui ne nécessite aucune compétence technique. Lorsque vos applications commerciales sont synchronisées, votre équipe opérationnelle n'a plus à gérer les problèmes liés aux intégrations, vos équipes de mise sur le marché sont alignées et autonomes, et votre expérience client ne subit aucune friction.

Automatisation programmable

Avec la fonctionnalité d'automatisation programmable du Hub Operations, vos automatisations sont à la hauteur de votre imagination. Personnalisez les actions automatisées de chaque processus de votre entreprise, des notifications liées à la gestion des territoires ou du temps, en passant par le taux de recommandation net, pour une équipe efficace et des clients satisfaits.

Automatisation de la qualité des données

Grâce aux nouvelles actions de qualité des données dans les workflows, il est possible d'automatiser les tâches fastidieuses et chronophages. Vous pouvez ainsi réparer automatiquement des éléments comme les propriétés de date ou le format des noms avec de nouvelles fonctionnalités prédéfinies. Avec les workflows HubSpot, vos données sont automatiquement organisées et gérées, et votre équipe opérationnelle peut se concentrer sur la croissance au lieu de devoir résoudre des problèmes.

Capacité opérationnelle étendue

Pour soutenir la croissance de votre entreprise, vous avez besoin de plus d'autonomie. Le Hub Operations élargit les limites liées aux listes, aux workflows et aux rapports, pour que votre CRM puisse croître à votre rythme.



Connor Jeffers

PDG - Aptitude 8

« Le Hub Operations vous permet d'étendre vos fonctionnalités HubSpot pour atteindre tous vos objectifs, que les fonctionnalités existent déjà ou non. Que voulez-vous faire ? Dites-nous comment cette fonctionnalité va s'exécuter. Vous pouvez la créer. »

Cas d'utilisation



Une plateforme où tout est intégré. Définissez HubSpot comme centre unique d'informations.

- Synchronisez votre CRM avec votre ERP pour que vos données soient toujours actualisées entre les équipes en contact direct avec les clients, comme le marketing, les ventes et le service client, et les équipes administratives, notamment chargées de la comptabilité et de la facturation.
- Intégrez votre CRM et vos applications marketing, que vous utilisez le CRM de HubSpot ou non. Synchronisez les champs du CRM avec les données marketing pour personnaliser les campagnes et analyser l'impact sur le chiffre d'affaires. Synchronisez les données marketing avec le CRM pour attribuer un score aux leads, définir les critères de rotation et permettre à votre équipe commerciale de tenir compte du contexte de chaque lead.
- Répertoire téléphonique : synchronisez les téléphones de vos représentants commerciaux avec votre CRM, pour qu'ils aient accès à des informations actualisées même lors de leurs déplacements.
- Immobilier : alignez votre CRM et vos applications spécialisées. Vous pouvez par exemple attribuer les leads à vos agents dès qu'ils sont enregistrés.



Migrez facilement vers HubSpot

- Utilisez les outils de synchronisation de HubSpot pour déplacer toutes les données, y compris les objets personnalisés et les données historiques.



Nettoyez et organisez les données

- Avec les nouvelles actions de qualité des données dans les workflows, vous pouvez nettoyer et organiser vos données plus rapidement.



Créez des automatisations personnalisées pour les processus commerciaux plus complexes

- Attribuez les leads en vous appuyant sur une logique personnalisée et des requêtes externes. Par exemple, lorsqu'un nouveau lead est enregistré, vous pouvez interroger un autre système pour déterminer les disponibilités de vos représentants commerciaux, et attribuer le lead dans HubSpot en fonction de ces informations.
- Enrichissez les leads et les comptes avec des données externes. Par exemple, lorsqu'un lead remplit un formulaire, vous pouvez interroger une base de données gouvernementale ou immobilière, enregistrer les données recueillies dans la fiche d'informations du lead dans HubSpot, puis créer une tâche si ces nouvelles données méritent un suivi.
- Contrat-cadre pour le service client ou l'équipe commerciale. Par exemple, vous pouvez définir une date limite pour le délai de réponse en fonction de la date d'ouverture des tickets. « Si le ticket est ouvert depuis x temps et qu'il atteint le seuil x, effectuer une rotation de type xyz. »
- Gestion des renouvellements. Lorsqu'une transaction est conclue, vous pouvez créer une transaction future, par exemple dans un an, et la modifier à votre convenance, par exemple en supprimant la réduction accordée.
- Créez des propriétés calculées complexes. Traitez et transformez les valeurs de vos propriétés selon vos besoins. Par exemple, vous pouvez créer un système de score des leads qui s'appuie sur les données de HubSpot et de plusieurs autres systèmes, puis utiliser une action personnalisée pour remplir cette propriété dans HubSpot.

Tarification

Outils gratuits

- Synchronisation HubSpot
 - Synchronisation bidirectionnelle des données
 - Mappages de champs par défaut

- Intégrations de l'écosystème
 - Toutes les intégrations tierces

Starter - à partir de 46 €/mois

- Tous les outils gratuits +
- Synchronisation HubSpot
 - Mappages de champs personnalisés pour les données

Pro - à partir de 736 €/mois

- Automatisation programmable
 - Actions de code personnalisé dans les workflows
 - Actions de code personnalisé dans les bots
 - Webhooks

- Capacité de portail étendue
 - 3 000 rapports supplémentaires
 - 300 tableaux de bord supplémentaires
 - 100 listes supplémentaires
 - 100 workflows supplémentaires