

Rapport sur le ROI

2025

★ Découvrez comment la plateforme client alimentée par l'IA de HubSpot peut créer de la valeur pour votre entreprise.



Table des matières

03	Qu'est-ce que HubSpot ?
04	Qu'est-ce qui différencie HubSpot ?
05	Défis des entreprises
06	La solution de HubSpot
07	HubSpot unifie les outils, les équipes et les données
08	HubSpot augmente le taux d'adoption
09	HubSpot accélère les résultats commerciaux
09.1	Générer des leads plus rapidement
09.2	Conclure davantage de transactions plus rapidement
09.3	Résoudre les tickets plus rapidement
13	HubSpot améliore la valeur commerciale
14	HubSpot augmente le chiffre d'affaires
15	HubSpot réduit les coûts
16	Conclusion
17	Méthodologie d'analyse des données
18	Informations sources



Rapport sur le ROI 2025

Qu'est-ce que HubSpot ?



Simple Rapide Unifiée

La plateforme client basée sur l'IA de HubSpot est **simple** à utiliser, apporte une valeur ajoutée **rapide** et offre à vos équipes une vue **unifiée** sur vos clients à chaque étape du parcours d'achat.

Chaque élément de la plateforme client fonctionne en synergie pour **aider les entreprises à mieux se développer**.

Action : Mettre en œuvre

Logiciels

Breeze Agents

Breeze Assistant

Orchestration : Coordonner

Intelligence

API et MCP

Studio

Contexte : Comprendre

Smart CRM

Données structurées

Données non structurées

Données externes



Qu'est-ce qui différencie HubSpot ?



Simple

Prise en main et adoption faciles pour un meilleur rapport qualité-prix



des utilisateurs affirment que HubSpot est facile à utiliser.¹



des utilisateurs affirment que Breeze est facile à utiliser.¹

Rapide

Valeur ajoutée immédiate



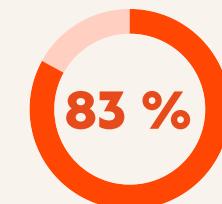
de réduction du temps de conclusion avec les fonctionnalités de workflow IA de HubSpot.²



économisées par semaine grâce à Breeze.¹

Unifié

Connecte les données, les outils et les équipes pour une vue complète du client



déclarent que HubSpot unifie efficacement les données de leur entreprise en un seul endroit.³

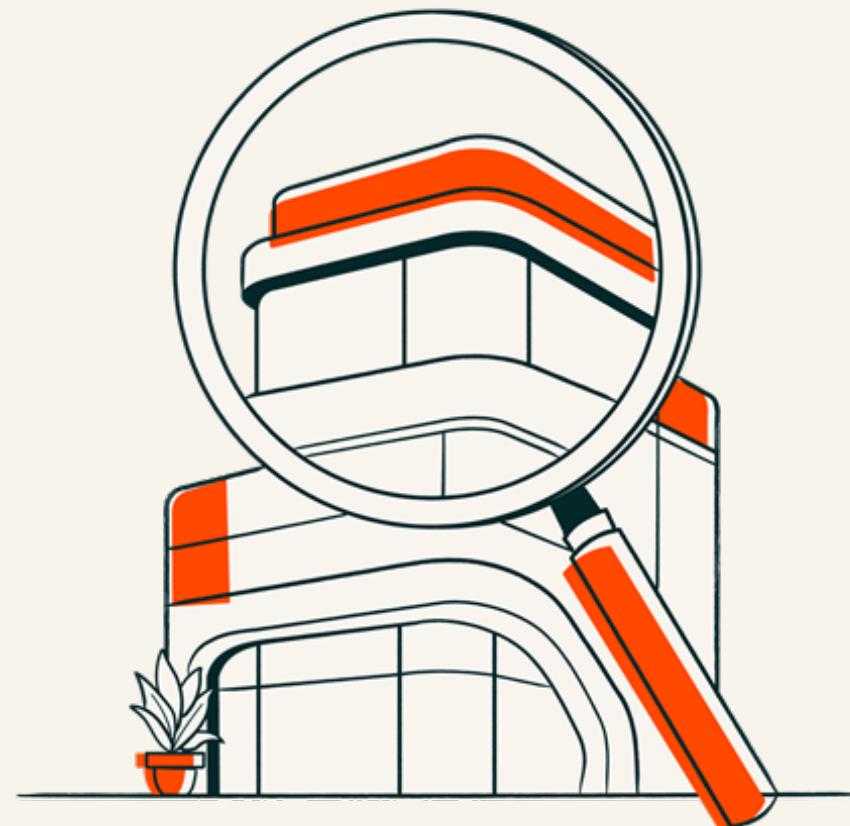


affirment que Breeze unifie leurs équipes.¹

Informations sources



Défis des entreprises



La croissance est de plus en plus difficile. Les entreprises sont contraintes d'accomplir **plus de tâches avec moins de ressources**.

1. Les clients sont de plus en plus exigeants.

Les entreprises qui répondent aux attentes croissantes des clients **voient leur chiffre d'affaires augmenter de 41 % plus rapidement** et leurs **taux de fidélisation des clients de 51 %**.¹

2. Les entreprises peinent à suivre les innovations en matière d'IA.

88 % des PME ont déployé des systèmes basés sur l'IA², mais **seulement 13 % disposent de l'infrastructure de données nécessaire pour tirer parti efficacement de l'IA**.³

3. Les données clients sont fragmentées entre les outils et les systèmes.

Les clients jonglent actuellement avec « **plus de 15 outils distincts** » de différents fournisseurs.⁴

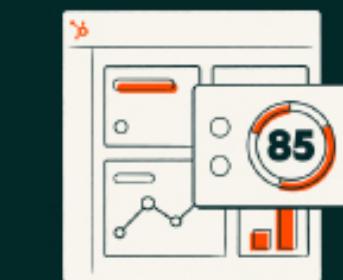


La solution de HubSpot

Imaginez l'ensemble de vos équipes travaillant sur une plateforme client unifiée.

Vous n'aurez plus besoin de perdre du temps en jonglant entre 15 outils déconnectés. HubSpot unifie vos données clients à chaque point de contact, donnant ainsi à vos équipes le contexte complet dont elles ont besoin pour offrir des expériences exceptionnelles et multiplier par trois leur croissance.¹

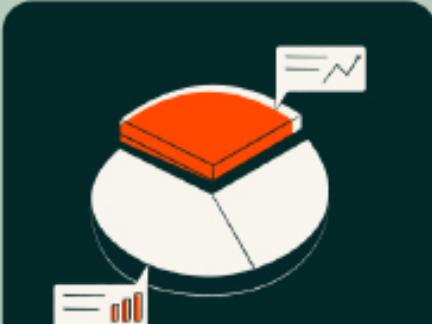
Résultats obtenus avec HubSpot



Plateforme unifiée



Adoption accrue



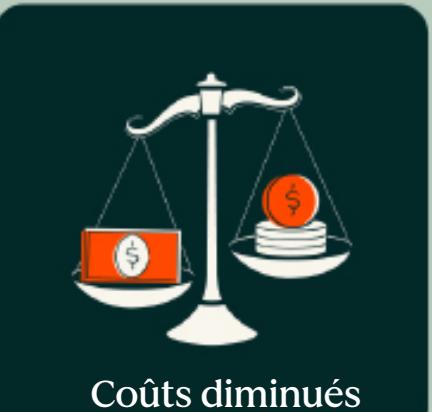
Résultats accélérés



Valeur améliorée

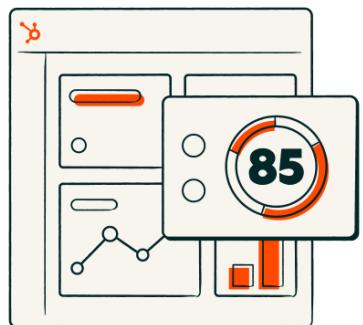


Revenus augmentés



Coûts diminués

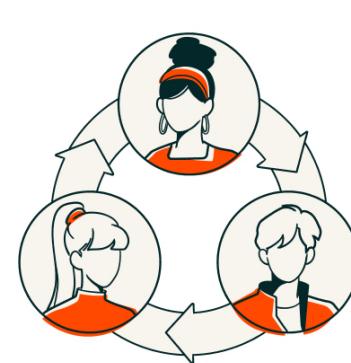
HubSpot unifie les outils, les équipes et les données



Outils

x 8

Augmentation du nombre de transactions conclues pour les clients disposant d'intégrations.¹



Équipes



Les clients qui connectent leurs équipes sur la plateforme HubSpot enregistrent **24 % de transactions conclues en plus** par rapport à ceux qui n'utilisent qu'un seul logiciel.³



Données

x 5

Augmentation du taux de conclusion des transactions pour les clients utilisant les rapports du Marketing Hub, du Sales Hub et du Service Hub.²



« **L'unification de nos données dans HubSpot a transformé notre mode de fonctionnement.** Les données qui nécessitaient plusieurs systèmes et feuilles de calcul figurent désormais dans une seule vue partagée. Chaque équipe travaille ainsi plus vite, plus intelligemment et obtient de meilleurs résultats. »

Matthew Ruxton
Responsable, HubSpot CRM

ignite
reading

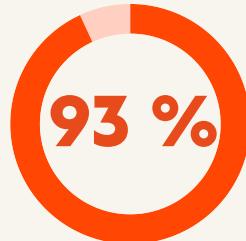
Informations sources



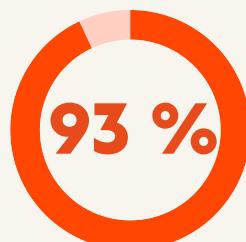
HubSpot augmente le taux d'adoption



des utilisateurs HubSpot déclarent que leur organisation a un taux élevé d'adoption de HubSpot.¹



des clients Marketing Hub, Content Hub et Sales Hub utilisent fréquemment leurs fonctionnalités.²



des utilisateurs de HubSpot l'utilisent quotidiennement.¹



Informations sources

KAPLAN[®] Réduction du temps de réponse de 30 % avec Breeze



« Depuis que nous avons rassemblé nos équipes marketing, commerciale et de service client sur HubSpot, nos équipes dirigeantes disposent d'une visibilité totale sur l'ensemble des opérations et n'ont plus à se poser de questions : elles savent que **nos clients obtiennent rapidement ce dont ils ont besoin.** »

Jennifer Cummings
Directrice de l'engagement client



[Consulter les études de cas clients](#)



HubSpot accélère les résultats commerciaux

En 6 mois...

x 3

Augmentation des leads inbound¹

94 %

Augmentation des transactions conclues²

57 %

Augmentation du taux de résolution des tickets³



[Calculez votre retour sur investissement avec Breeze](#)

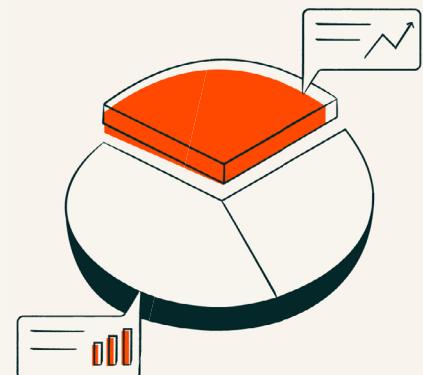


Informations sources



« Nous avons choisi HubSpot pour unifier nos systèmes et avoir une **vision globale du parcours client, du premier contact à la conclusion finale**. Et nous commençons enfin à voir ce qui nous manquait auparavant : de véritables informations sur le parcours client réunies en un seul endroit. »

Whitney Summers
Directrice marketing senior et associée

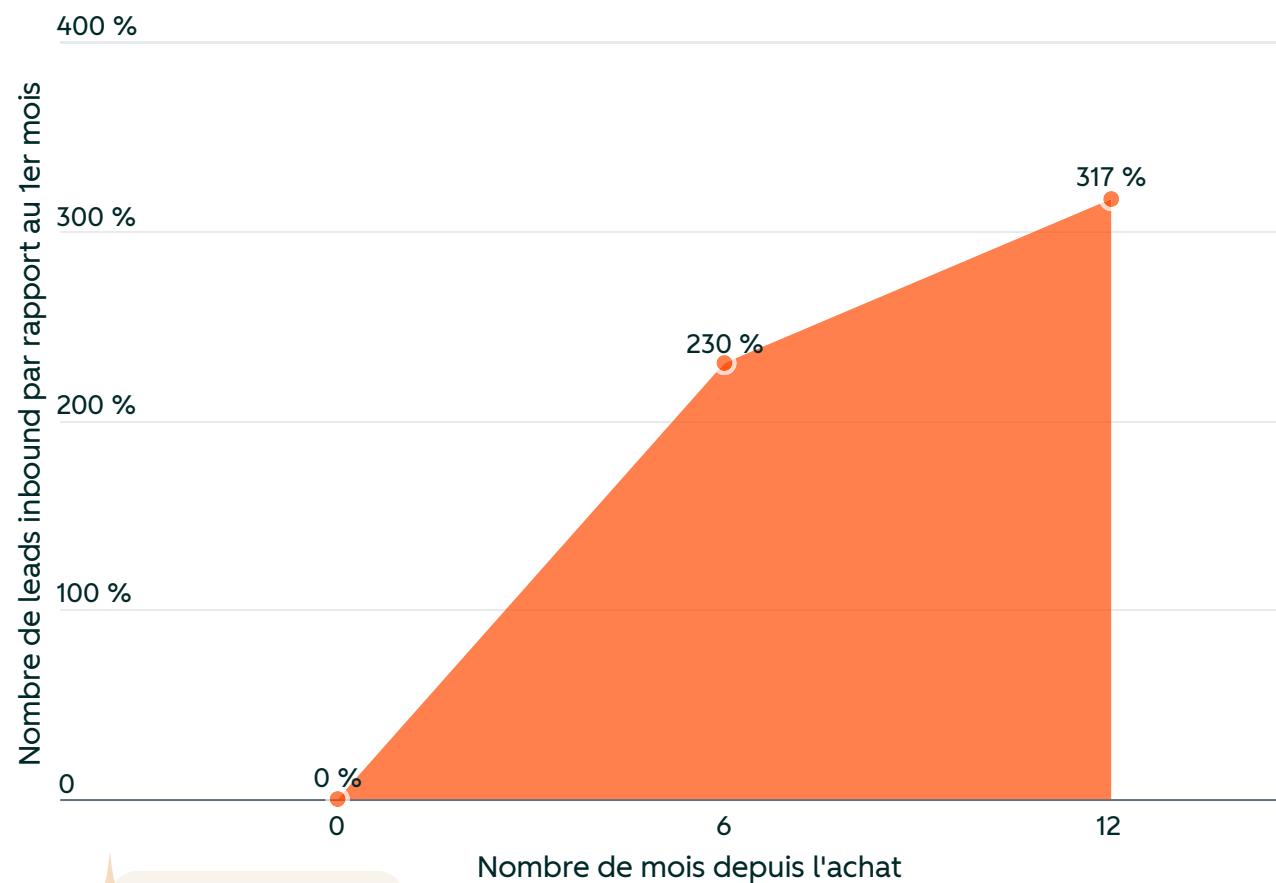


Générer des leads plus rapidement



Leads inbound¹

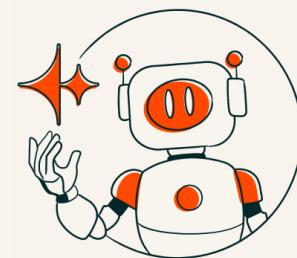
Les clients du Marketing Hub enregistrent 3 fois plus de leads inbound 6 mois après achat.



Informations sources

« HubSpot nous a fourni **les outils dont nous avions besoin pour nous développer** sans perdre le lien personnel avec nos fans. »

Caroline Angele
Responsable du marketing de croissance
ANGEL CITY FC



Les clients qui utilisent l'assistant de contenu et de campagnes marketing enregistrent un **taux de conversion des leads 54 % plus élevé** que ceux qui n'utilisent pas les fonctionnalités d'IA.²

+ 167 %

Augmentation du trafic sur le site web après 6 mois.³

90 %

des marketeurs constatent une personnalisation accrue avec HubSpot.⁴

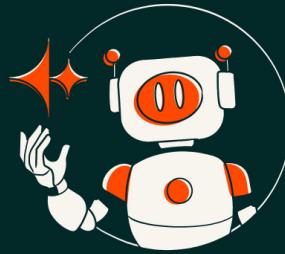


Conclure davantage de transactions plus rapidement



« L'agent de prospection se charge de la recherche et de la communication, ce qui me permet de me concentrer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée. Il fait de **meilleures recherches** que moi et génère plus de trafic, de clics et d'intérêt que jamais sur le site web. »

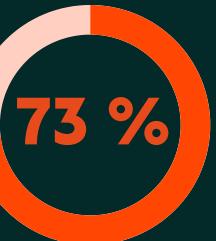
Brandon Borgus
Responsable du développement commercial



Les clients qui utilisent les fonctionnalités de vente de HubSpot AI voient leur **délai moyen de conclusion diminuer de 48 %**.²

4 X

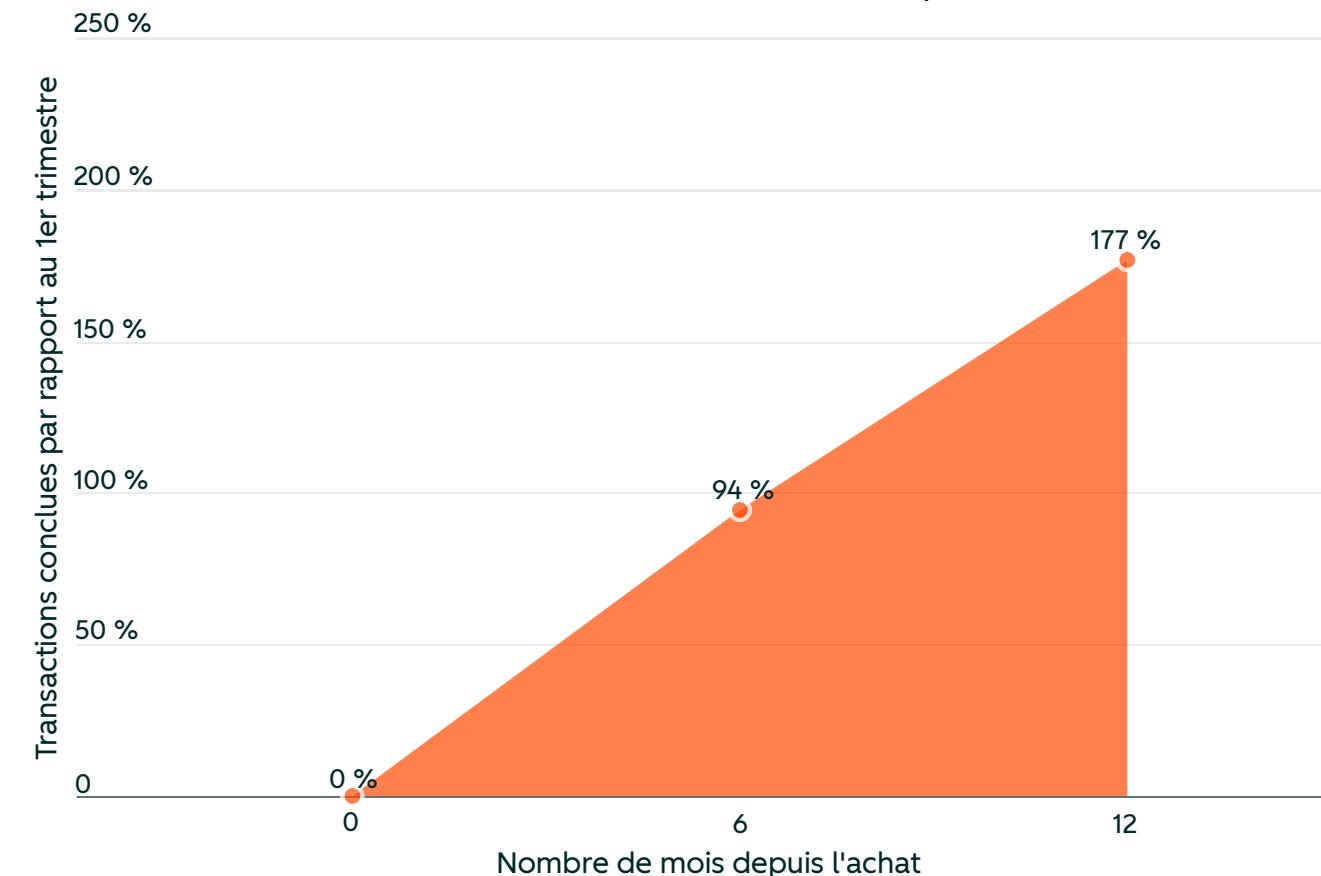
plus de transactions conclues pour les clients qui travaillent avec des partenaires, par rapport à ceux qui ne le font pas.³



des professionnels de la vente constatent une amélioration de leur taux de conclusion des transactions avec HubSpot.⁴

Transactions conclues¹

Les clients du Sales Hub constatent une augmentation de 94 % de leur nombre de transactions conclues 6 mois seulement après achat.



Informations sources

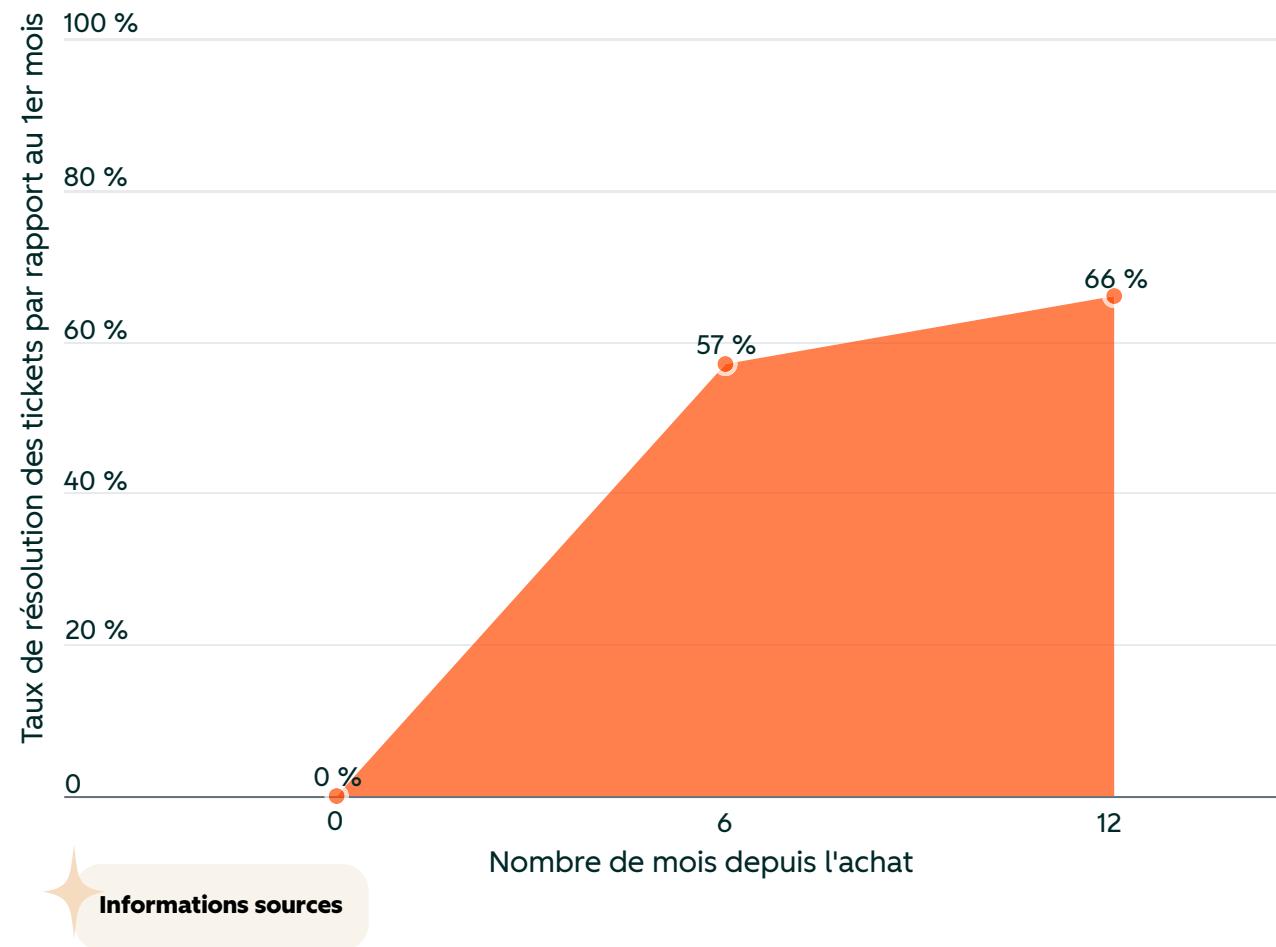


Résoudre les tickets plus rapidement

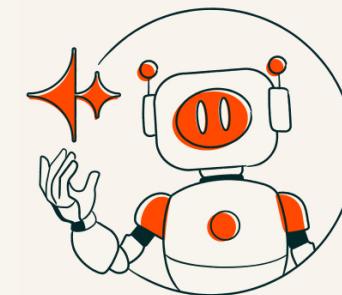


Taux de résolution des tickets¹

Les clients du Service Hub constatent une augmentation de 57 % de leur taux de résolution des tickets après seulement 6 mois.



Résultats obtenus avec HubSpot



28 % de problèmes clients résolus en plus en utilisant les fonctionnalités d'IA²

39 % de gain de temps sur la résolution des tickets avec l'agent d'assistance client³

Comment youth on course a amélioré le délai de réponse aux tickets de 17 %

« L'agent d'assistance client nous permet de répondre aux besoins de nos différentes audiences, qu'il s'agisse des membres, des donateurs ou encore des formateurs, en fournissant des réponses rapides, pertinentes et personnalisées. »

John Mothershead,
Directeur de la réussite des membres

youth on course

Consulter les études de cas clients



HubSpot améliore la valeur commerciale



30 % des clients ont estimé un ROI en 6 mois ou moins.¹

63 % des clients ont estimé un ROI en 12 mois ou moins.¹

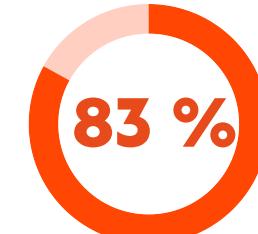
Comment Clearwing a généré 8 millions de dollars de chiffre d'affaires et 4 200 % de ROI avec le Marketing Hub

« Nous sommes plus rapides, plus cohérents et plus connectés aux besoins réels de nos clients. »

Jay Baumgardner
Responsable marketing

CLEARWING

[Consulter les études de cas clients](#)



des marketeurs constatent une augmentation des taux de conversion.²



des professionnels de la vente constatent une amélioration de la qualité des leads.²



des responsables du service client observent une augmentation de la valeur vie client.²



[Calculez le retour sur investissement que vous pourriez atteindre grâce aux produits HubSpot](#)

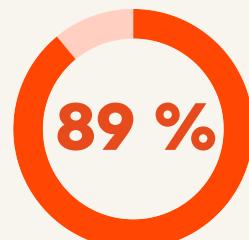
Informations sources



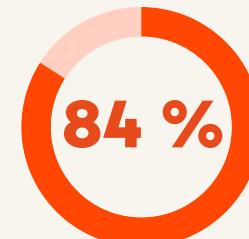
HubSpot augmente le chiffre d'affaires

+ 27 %

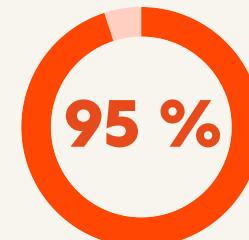
Les clients constatent une augmentation de 27 % du montant moyen des offres 6 mois après achat.¹



des clients constatent une augmentation de la productivité, et 87 % d'entre eux constatent une amélioration en 3 semaines.²



des clients de HubSpot constatent une augmentation de leur chiffre d'affaires.²



des clients obtiennent un ROI positif, et 76 % d'entre eux constatent des retours sur investissement en 4 semaines ou moins.²



Comment SANDOW Design Group a réduit ses cycles de vente de 62 %



« L'espace de travail des ventes a permis à notre équipe commerciale de conclure une transaction de 375 000 \$ en seulement trois mois, soit moins de la moitié du temps habituel, en donnant à nos représentants un accès instantané à l'historique complet des clients. »

Keith Vandeventer
Directeur, Stratégie CRM et Opérations
SANDOW

Consulter les études de cas clients

Informations sources



HubSpot réduit les coûts

La plupart des clients HubSpot ne paient aucun coût opérationnel ou administratif supplémentaire la première année, ce qui équivaut à une économie moyenne de plus de 100 000 \$ au cours des deux premières années.



« L'agent d'assistance client a géré 238 conversations en très peu de temps, de façon totalement autonome. **Cela représente un gain de temps considérable pour notre équipe de support.** »

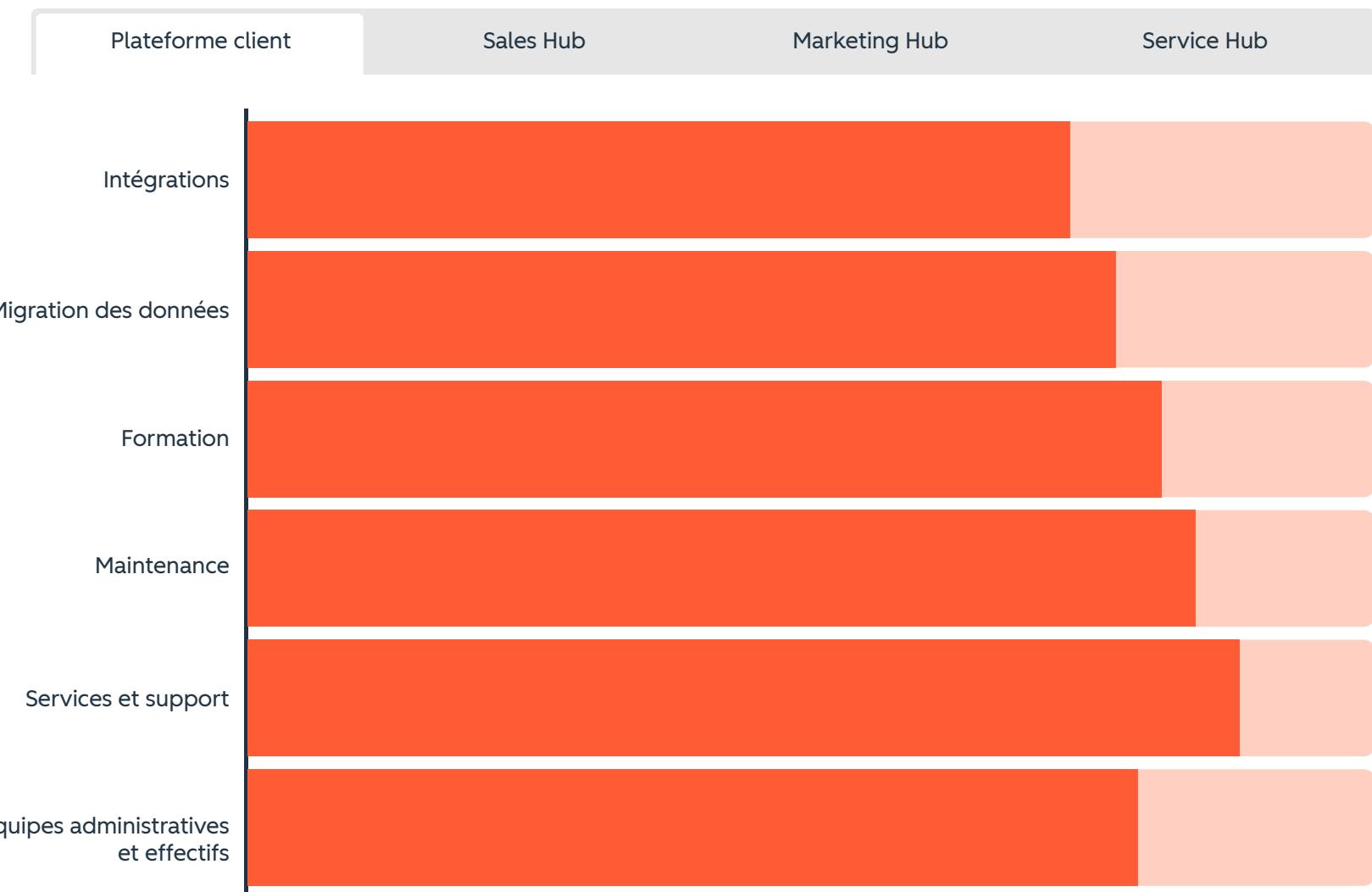
Jorgen Schvaneveldt
Architecte omnicanal

Spring EQ



[Calculez le coût global d'utilisation de votre logiciel HubSpot avec le calculateur dédié de HubSpot](#)

% des clients HubSpot qui ne paient aucun coût supplémentaire¹



Informations sources



Conclusion

Les clients qui exploitent la **plateforme client simple, rapide, et unifiée** de HubSpot génèrent de la croissance sur les indicateurs qui leur importent le plus.

Vous souhaitez en savoir plus sur la façon dont HubSpot peut transformer votre entreprise ?

[Contacter l'équipe commerciale](#)

Vous pouvez également consulter ces outils gratuits :

[Calculateur de ROI](#)

[Growth Grader](#)

[Calculateur du TCO](#)

[Calculateur de ROI Breeze](#)



Méthodologie d'analyse des données

Quels types de données sur les clients sont inclus dans ce rapport ?

Les données présentées dans ce rapport peuvent être classées en trois catégories :

Données personnelles : il s'agit des informations définies dans l'[Accord sur le traitement des données de HubSpot](#). Des données sont collectées lorsque les clients remplissent des formulaires web, interagissent avec les sites web, s'abonnent à un blog HubSpot, s'inscrivent à un webinar, demandent du support, créent ou modifient des informations utilisateur, définissent des préférences ou fournissent toute autre information pertinente pour accéder au service d'abonnement de HubSpot ou l'utiliser.

Données d'utilisation : il s'agit d'indicateurs et d'informations sur la manière dont les clients utilisent le service d'abonnement. Elles englobent des détails tels que les fonctionnalités des produits les plus fréquemment utilisées, la création et la conclusion d'objets (par exemple, les transactions) et la fréquence de déclenchement de certaines fonctionnalités (par exemple, les workflows) dans leur compte.

Données de recherche : il s'agit des clients qui ont donné leur consentement et participé à une étude de marché réalisée par HubSpot. Dans ces études, les données ont été collectées en posant aux clients utilisant le produit des questions relatives aux performances de leur entreprise, telles que le temps gagné, la croissance du chiffre d'affaires et d'autres paramètres pertinents.

Comment HubSpot collecte-t-il les données clients utilisées dans ce rapport ?

Les données sur les clients sont collectées auprès des clients qui interagissent avec HubSpot par le biais des sites web ou qui utilisent les services d'abonnement de HubSpot.

Les détails de ce qui est collecté, la manière dont les informations sont collectées et partagées, et la manière dont les clients peuvent gérer leurs données sont tous décrits dans la [politique de confidentialité de HubSpot](#).

Les données sur l'expérience client se basent sur les données agrégées de milliers de clients HubSpot. Pour connaître les tailles d'échantillon spécifiques et les détails concernant les critères utilisés pour inclure les clients dans chaque graphique ou statistique, veuillez vous référer à la description du graphique ou à la note de bas de page de la statistique correspondante.

Où puis-je en savoir plus sur les données utilisées dans ce rapport ?

Pour plus d'informations sur les données utilisées dans ce rapport, veuillez consulter la page consacrée aux [données d'expérience client HubSpot](#).

Sur cette page, vous trouverez des questions fréquemment posées qui peuvent vous aider à mieux comprendre comment la performance est calculée, comment la précision est maintenue et comment les mesures sont définies.



Informations sources

Qu'est-ce qui différencie HubSpot ?

1. D'après une enquête réalisée en août 2025 auprès d'utilisateurs de CRM dans les domaines du marketing, des ventes et du service client à travers le monde (n = 1 546).
2. Basé sur les clients Sales Hub Pro ou Entreprise ayant utilisé les fonctionnalités HubSpot AI liées aux workflows (n = 35 647) pendant 6 mois en 2025 par rapport à ceux n'utilisant pas les mêmes fonctionnalités HubSpot AI (n = 68 790).
3. 424 entretiens vidéo menés en janvier 2025 auprès de décisionnaires d'achat de logiciels, responsables et utilisateurs de CRM aux États-Unis, au Royaume-Uni, au Canada, en Australie, en Allemagne, en France et au Japon.

Défis des entreprises

1. Forrester. (2024). Indice Forrester 2024 de l'expérience client aux États-Unis.
2. Pax8. (2024). Le rapport 2024 de Pax8 sur les tendances d'achat basées sur l'intelligence artificielle révèle comment l'IA va transformer le paysage des PME. Disponible à l'adresse : <https://www.pax8.com/en-us/news-post/pax8s-2024-artificial-intelligence-buying-trends-report-reveals-how-ai-will-transform-the-smb-landscape>.
3. Casandrasoft. « Témoignages clients de HubSpot : Réussites commerciales inspirantes et études de cas. » 2024.
4. Analyse basée sur une enquête qualitative menée par HubSpot en avril 2025 auprès de 101 acheteurs B2B aux États-Unis.

La solution de HubSpot

1. D'après une enquête menée en août 2024 auprès de 1 474 utilisateurs de CRM à travers le monde.

Générer des leads plus rapidement

1. Basé sur les soumissions de formulaires mensuelles pour les clients ayant disposé d'un abonnement au Marketing Hub (n = 91 351) pendant au moins 12 mois.
2. Basé sur le taux de conversion des contacts (nombre de soumissions de formulaires divisé par le nombre de visiteurs) dans HubSpot par les clients ayant disposé du Marketing Hub et du Content Hub Pro ou Entreprise et ayant utilisé l'assistant de campagnes marketing et l'assistant de contenu sur une période de trois mois en 2025 (n = 3 156) par rapport à ceux qui ne l'avaient pas fait (n = 17 646).
3. Basé sur le nombre de transactions créées pour les clients Marketing Hub Pro ou Entreprise travaillant avec un partenaire solutions (n = 13 398) par rapport à ceux qui ne sont pas associés à un partenaire (n = 10 146).
4. Basé sur le trafic mensuel du site web 6 mois après achat pour les clients ayant disposé d'un abonnement au Marketing Hub (n = 101 685) pendant au moins 12 mois.

Conclure davantage de transactions plus rapidement

1. Basé sur les conclusions de transactions mensuelles pour les clients (n = 81 528) ayant disposé d'un abonnement au Sales Hub pendant au moins 12 mois.
2. Basé sur les clients Sales Hub Pro ou Entreprise ayant utilisé les fonctionnalités de HubSpot AI pour prédire des transactions et résumer des e-mails, des transactions et des conversations (n = 3 977) pendant 6 mois en 2025 par rapport à ceux qui n'ont pas utilisé les mêmes fonctionnalités de HubSpot AI (n = 55 074).
3. Basé sur le nombre de transactions conclues pour les clients Sales Hub Pro ou Entreprise travaillant avec un partenaire solutions (n = 18 332) par rapport à ceux qui ne sont pas associés à un partenaire (n = 20 919).
4. D'après une enquête réalisée en août 2025 auprès d'utilisateurs de CRM dans les domaines du marketing, des ventes et du service client à travers le monde (n=1 546).

HubSpot unifie les outils, les équipes et les données

1. Basé sur le nombre de transactions conclues par les clients du Sales Hub, du Marketing Hub et du Service Hub disposant d'intégrations (n = 62 707) par rapport à ceux n'utilisant pas d'intégrations (n = 2 105) pendant trois mois en 2025.
2. Basé sur le taux de conclusion des transactions (nombre de transactions marquées comme conclues divisé par le nombre de transactions créées) dans HubSpot par les clients ayant disposé du Marketing Hub, du Sales Hub et du Service Hub et activé les rapports (n = 11 440) par rapport à ceux qui n'ont pas activé les rapports (n = 369) pendant trois mois en 2025.
3. Basé sur les transactions créées mensuellement sur une période de 6 mois pour les clients ayant disposé uniquement du Sales Hub (n = 22 137) pendant au moins 12 mois entre janvier 2019 et juillet 2025 par rapport aux clients ayant disposé du Sales Hub, du Marketing Hub et du Content Hub (n = 36 604).

HubSpot augmente le taux d'adoption

1. D'après une enquête réalisée en août 2025 auprès d'utilisateurs de CRM dans les domaines du marketing, des ventes et du service client à travers le monde (n = 1 546).
2. Basé sur le pourcentage de clients Marketing Hub et Content Hub (n = 13 465) et Sales Hub (n = 54 708) Pro et Entreprise utilisant fréquemment les fonctionnalités des logiciels, c'est-à-dire activant au moins 67 % (6 sur 9) des fonctionnalités principales du Marketing Hub et 64 % (7 sur 11) ou davantage de fonctionnalités clés du Sales Hub.

HubSpot accélère les résultats commerciaux

1. Basé sur les soumissions de formulaires mensuelles pour les clients ayant disposé d'un abonnement au Marketing Hub (n = 91 351) pendant au moins 12 mois.
2. Basé sur les conclusions de transactions mensuelles pour les clients (n=81 528) ayant disposé d'un abonnement au Sales Hub pendant au moins 12 mois.
3. Basé sur le taux mensuel de fermeture des tickets pour les clients (n = 9 661) ayant disposé d'un abonnement Service Hub pendant au moins 12 mois.

Résoudre les tickets plus rapidement

1. Basé sur le taux mensuel de fermeture des tickets pour les clients (n = 9 661) ayant disposé d'un abonnement Service Hub pendant au moins 12 mois.
2. D'après une analyse de 110 clients HubSpot qui ont régulièrement utilisé les fonctionnalités d'IA au premier trimestre 2025.
3. Basé sur le délai moyen de fermeture d'un ticket dans HubSpot pour les clients Service Hub Pro et Entreprise qui ont activé l'agent d'assistance client (n = 166) par rapport à ceux qui ne l'ont pas fait (n = 189) d'octobre 2024 à décembre 2024.

HubSpot améliore la valeur commerciale

1. D'après les avis clients publiés par G2 entre juin 2024 et juin 2025.
2. D'après une enquête réalisée en août 2025 auprès d'utilisateurs de CRM dans les domaines du marketing, des ventes et du service client à travers le monde (n = 1 546).

HubSpot augmente le chiffre d'affaires

1. Basé sur le montant moyen des transactions marquées comme conclues dans HubSpot par des clients ayant disposé du Sales Hub (n = 48 124) pendant au moins 12 mois.
2. D'après une enquête réalisée en août 2025 auprès d'utilisateurs de CRM dans les domaines du marketing, des ventes et du service client à travers le monde (n = 1 546).

HubSpot réduit les coûts

1. Basé sur des enquêtes menées auprès de clients HubSpot ayant disposé du Marketing Hub (n = 131), du Sales Hub (n = 172) ou du Service Hub (n = 68).

