

Marketing Hub de HubSpot

À propos

HubSpot est une plateforme de gestion de la relation client (CRM) reposant sur le cloud dont les produits sont axés sur le marketing, les ventes, la gestion de contenu, le service client et les opérations.

Le Marketing Hub est le logiciel de marketing automation complet de HubSpot riche en fonctionnalités d'automatisation, notamment pour les campagnes sur les réseaux sociaux, par e-mail, sur les appareils mobiles et pour les campagnes publicitaires.

[Source](#)

Intégration des données

Le Marketing Hub partage une instance de données avec l'ensemble des produits de HubSpot, y compris le Sales Hub. Aucune synchronisation n'est nécessaire entre les produits, ce qui permet un fonctionnement fluide et transparent de l'ensemble des outils de la plateforme.

Support

Le service client pour le Marketing Hub est inclus dans la solution et est mieux noté que celui du Marketing Cloud par les utilisateurs.

[Source](#)

Marketing Cloud de Salesforce

À propos

Salesforce est une suite CRM basée sur le cloud proposant des produits pour la vente, le marketing, le service client et le commerce.

Le Marketing Cloud est le logiciel de marketing automation complet de Salesforce qui offre des fonctionnalités d'automatisation, notamment pour les campagnes sur les réseaux sociaux, par e-mail, sur les appareils mobiles et pour les campagnes publicitaires.

[Source](#)

Intégration des données

Le Marketing Cloud est une base de données autonome qui doit être synchronisée par le biais de Marketing Cloud Connect pour s'intégrer avec le Sales Cloud de Salesforce.

[Source](#)

Support

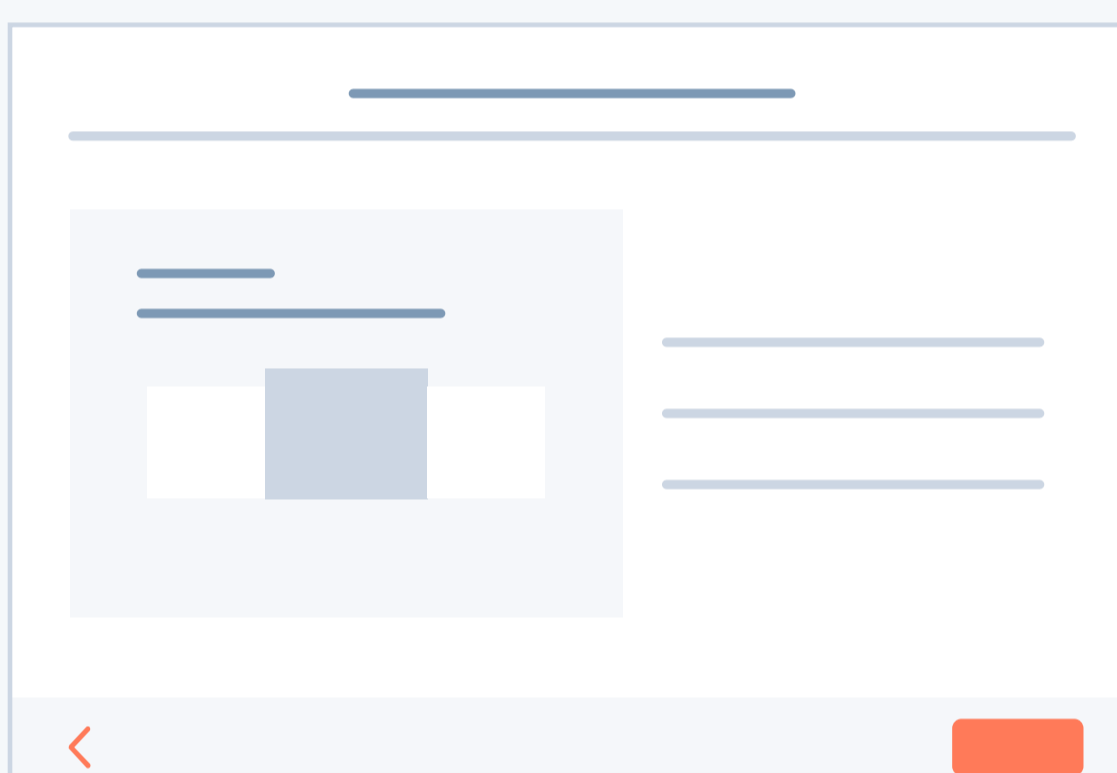
Les clients doivent payer 30 % du coût de leur contrat annuel pour bénéficier d'un niveau de support comparable pour le Marketing Cloud.

[Source](#)

Des menus intuitifs pour une intégration simplifiée

Des menus faciles à utiliser simplifient 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 du Marketing Cloud qui se révèle plus complexe.

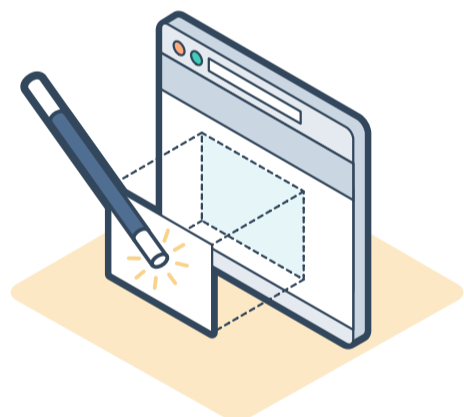
Configuration avec HubSpot



Configuration avec Salesforce



La personnalisation sans la complexité



Bien que le Marketing Hub de HubSpot et le Marketing Cloud de Salesforce proposent tous deux des fonctionnalités avancées telles que les objets personnalisés et les workflows automatisés, les utilisateurs estiment que HubSpot est plus simple à utiliser ([source](#), [source](#)). Avec le Marketing Hub, les entreprises peuvent tirer parti d'options de personnalisation sophistiquées sans avoir à faire appel à des équipes opérationnelles dédiées.

Cela signifie que le Marketing Hub s'adapte facilement aux besoins en rapide évolution des entreprises, qui ne sont pas freinées par les limites de leur solution.

« HubSpot permet à des entreprises comme la nôtre non seulement de survivre, mais de prospérer face au changement. Dès le premier contact et la première session de formation, l'équipe HubSpot s'est montrée totalement investie dans sa mission, qui était de nous aider à faire évoluer nos pratiques de marketing digital afin de s'assurer que notre entreprise, forte de 500 années d'histoire, puisse prospérer pour les siècles à venir. »

Mateo, Beretta

Un support sous le signe de la simplicité



HubSpot est très attaché à la réussite de ses clients.

Que ce soit par le biais de son support interne ou des milliers de certifications et de formations gratuites proposées sur la plateforme HubSpot Academy, une communauté de plus de 5 000 membres est là pour vous aider. Les clients attribuent régulièrement une note plus élevée au support de HubSpot qu'à celui du Marketing Cloud, même pour les éditions les plus avancées ([source](#)).

Le support de HubSpot n'est pas seulement mieux noté, il est également inclus dans les solutions.

Un niveau équivalent de support pour le Marketing Cloud de Salesforce coûte 30 % du prix du contrat annuel ([source](#)). Cela signifie non seulement que les clients doivent payer pour une fonctionnalité essentielle au bon fonctionnement du produit, mais aussi que le prix à payer augmente à mesure que leur entreprise se développe.

Des équipes marketing et commerciales qui travaillent en synergie



L'équipe marketing de votre entreprise ne travaille pas en isolation. Le Marketing Hub de HubSpot non plus.

La plateforme CRM de HubSpot propose un nombre illimité de licences utilisateurs gratuites ([source](#)), ce qui signifie que les marketeurs peuvent consulter et exploiter les données commerciales en toute simplicité. Les clients du Marketing Cloud doivent acheter des licences utilisateurs pour le CRM de Salesforce afin d'accéder aux données commerciales ([source](#)).

Une approche unifiée est cruciale pour aligner les équipes marketing et commerciales.

Avec le Marketing Hub, vous disposez d'un centre unique d'informations, garantissant ainsi à vos équipes marketing et commerciales un accès à des données fiables et cohérentes. Le Marketing Cloud et le CRM de Salesforce utilisent des instances de données distinctes, ce qui signifie que lorsque l'une d'elle est mise à jour, l'autre doit être synchronisée via Marketing Cloud Connect ([source](#)). Assurer la cohérence des données nécessite donc une configuration, une maintenance et une synchronisation permanentes.