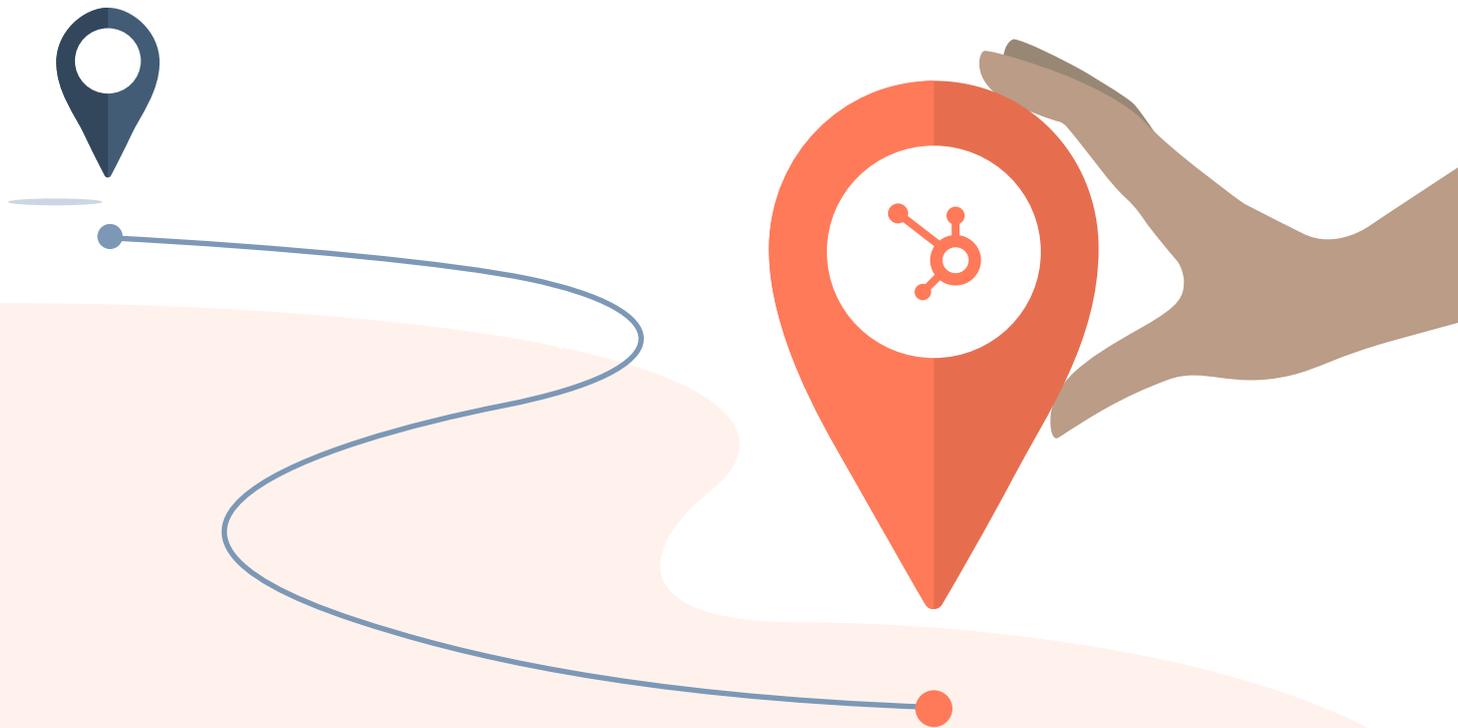




Von sechs verschiedenen Tools zu HubSpot

Der Wechsel zu Marketing Hub Enterprise



Wir hören oft die Befürchtung, dass sich ein Wechsel der Marketingplattform nicht lohnt, weil die Herausforderungen mögliche Vorteile überwiegen.

Wir von HubSpot entkräften dieses Vorurteil nur zu gerne.



Unser Team unterstützt börsennotierte Unternehmen, Einhorn-Start-ups, B2C-Marken und selbst Unternehmen in regulierten Branchen tagtäglich beim Wechsel von vorhandener Software zu HubSpot. Dabei achten wir darauf, dass Geschäftsabläufe nur minimal beeinträchtigt werden.

Doch wir wissen natürlich, dass sich die Migration von einer früheren Plattform ein bisschen wie ein Eingriff am offenen Herzen anfühlen kann.

Machen Sie sich keine Sorgen: Wir haben ein hervorragendes Team von „Chirurgen“ zusammengestellt.

In den letzten 15 Jahren haben wir bereits unzählige erfolgreiche Migrationen durchgeführt. Nicht nur von Salesforce, sondern auch von Marketo, ActiveCampaign, Pardot, Eloqua und – immer häufiger – sogar von einer zusammengeschusterten Sammlung von Tools.

Sie verwenden derzeit eine Vielzahl von Lösungen? Da Social Proof oft am effektivsten ist, lassen wir ein Unternehmen zu Wort kommen, das durch den Umstieg auf HubSpot sogar einen greifbaren Return on Investment erzielt hat.

Entdecken Sie, wie Marketing Hub Enterprise Leistungsfähigkeit und Benutzerfreundlichkeit vereint.

Sandler verbessert Benutzerakzeptanz mit HubSpot um 40 %

Sandler Training bietet umfassende Services für Personalentwicklung und Training und betreibt weltweit mehr als 250 Schulungszentren.



Warum HubSpot?

Sandler Training verfolgte ehrgeizige Wachstumsziele, aber mit der technischen Infrastruktur aus vielen Einzellösungen war es schwierig, die KPIs zu beobachten. Das Unternehmen blieb hinter den eigenen Ansprüchen, auf höchstem Niveau zu operieren, zurück.

Produkte:  Marketing Hub Enterprise
 HubSpot CRM

Standort

Nordamerika

Branche

**Professionelle
Dienstleistungen**

Mitarbeitende

Über 200

Arbeit mit HubSpot

1 Jahr

Die Herausforderung

Sechs nicht integrierte Tools für Vertrieb und Marketing führten zu Problemen:

- Widerstand bei der Aktivitätsprotokollierung
- Mangelnde Benutzerakzeptanz
- Unvollständige Daten
- Begrenzte Einblicke
- Entscheidungen ohne Datengrundlage

Die Lösung

Die Konsolidierung von Marketing, Vertrieb, Kundenservice und Operations in einer zentralen Datenquelle von HubSpot ergab:

- Einfachere und reibungslose Protokollierung
- Verbesserte Benutzerakzeptanz
- Vollständigere Daten, Einblicke und Pläne
- Synchronisierte Betriebsabläufe
- Zuordnung von Umsatzspitzen zu Marketingkampagnen

[Vollständige Fallstudie lesen](#)

Die Ergebnisse:

40 %

höhere Nutzer-
protokollierung

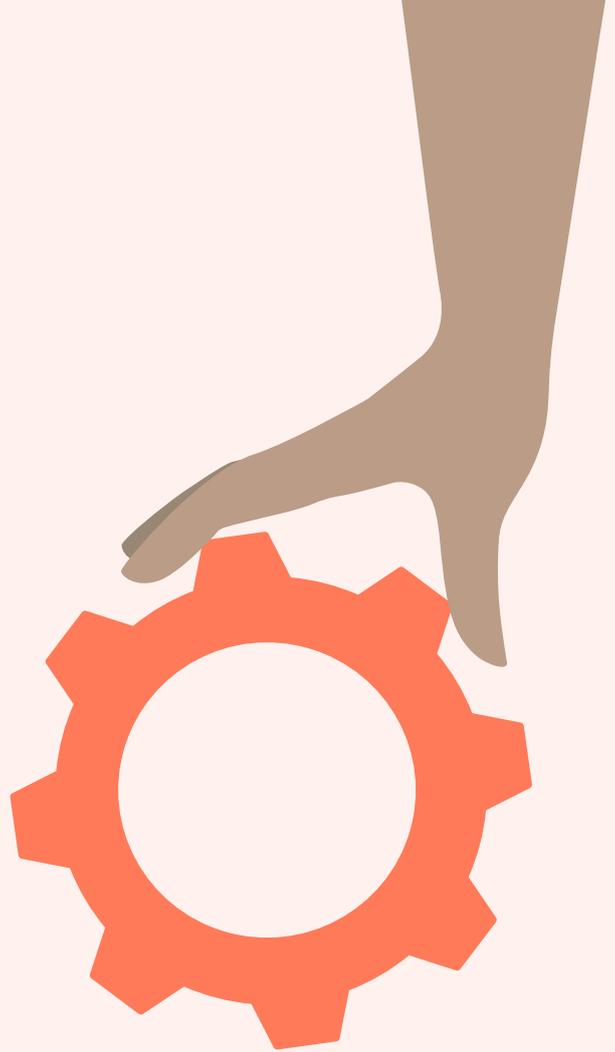
Eine

Vollzeitkraft für
andere Aufgaben
verfügbar

1/3

der Zeit für die
Implementierung
von HubSpot im
Vergleich zu älteren
Tools

„Mit HubSpot gibt es keine Ausreden mehr, denn die Software ist so **einfach zu benutzen**. Und mit einer besseren Akzeptanz erhält man auch bessere Daten.“



„Vor HubSpot arbeiteten wir mit sechs verschiedenen Tools, bei denen sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anmelden mussten. Das war einfach zu viel. Die Komplexität der verschiedenen Tools führte dazu, dass diese nicht richtig genutzt wurden. Darunter litt nicht nur die Qualität der gesammelten Daten, sondern wir konnten auch den Fortschritt des Unternehmens nicht nachvollziehen. Ohne Daten konnten wir nicht ermitteln, ob wir unsere Ziele erreicht hatten.“

Colum Lundt
Chief Revenue Officer, Sandler Training

Mehr erfahren