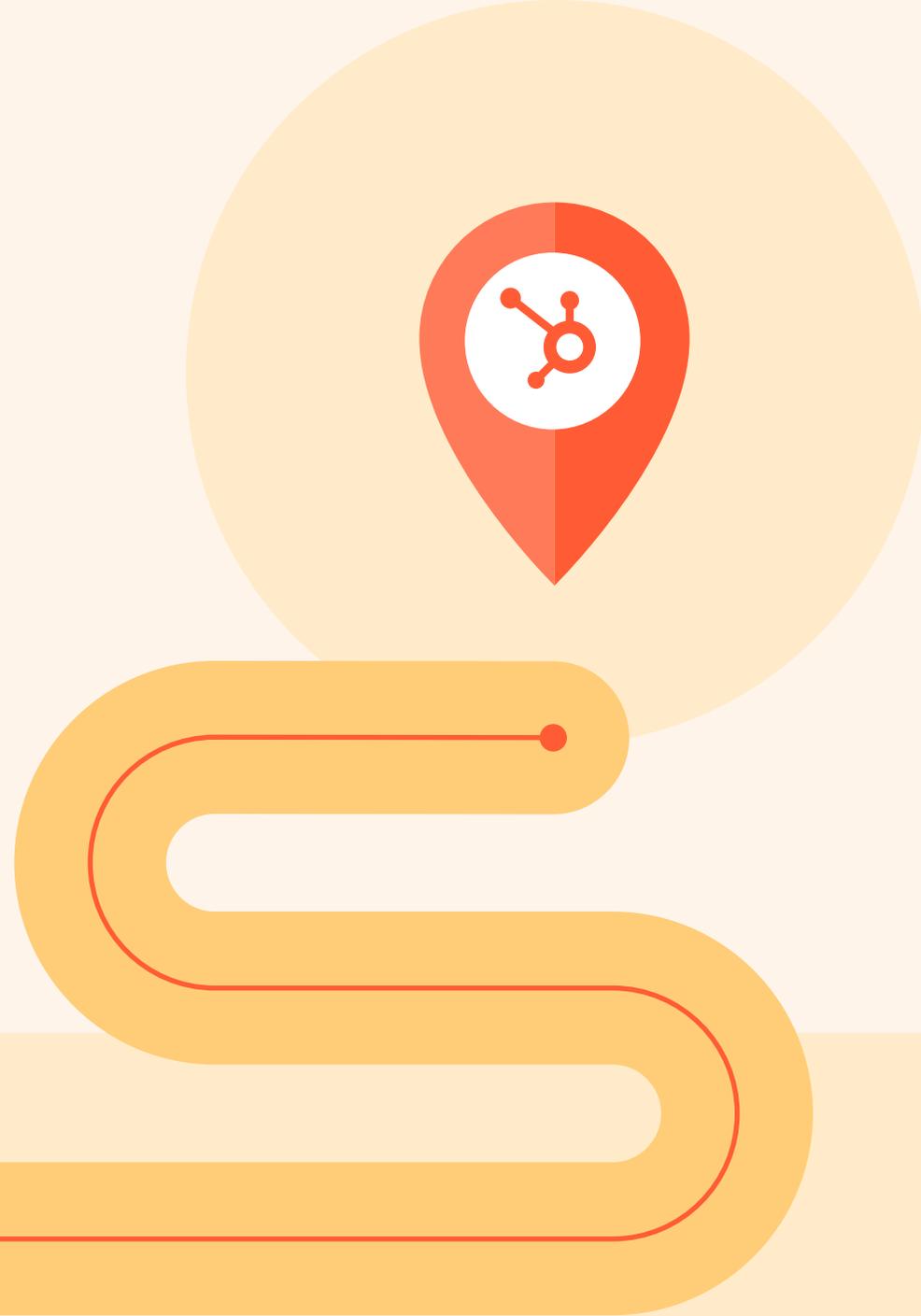
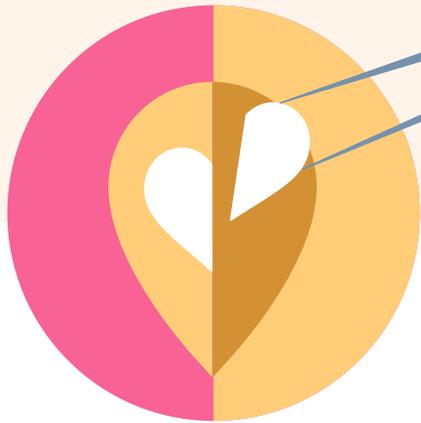


# Von Marketo zu HubSpot

Der Wechsel zu Marketing Hub Enterprise





**Wir hören oft die Befürchtung, dass sich ein Wechsel der Marketingplattform nicht lohnt, weil die Herausforderungen einer Migration 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 zu HubSpot. Dabei achten wir darauf, dass Geschäftsabläufe nur minimal beeinträchtigt werden.

Doch wir wissen natürlich, dass eine solche Migration schlaflose Nächte verursachen kann.

**Aber keine Sorge: Bei unserem Expertenteam sind Sie in den besten Händen.**

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.

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

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

[Mehr erfahren](#)

# 9-mal mehr MQLs mit HubSpot dank nahtloser Prozesse



## Was spricht für HubSpot?

Ceros brauchte eine optimierte All-on-one-CRM-Plattform ohne versteckte Kosten, um einen modernen, nahtlosen Prozess zu entwickeln, der zu mehr Leads und Verkaufsabschlüssen führen sowie die aggressiven Wachstumsziele des Unternehmens erreichen sollte.

Ceros ist eine interaktive Plattform, mit der Marketing- und Designteams ohne jegliche Programmierkenntnisse relevanten und begeisternden Content erstellen können.

Zuvor verwendete Systeme:  
**Marketo, Salesforce**

Arbeit mit HubSpot:  
**7 Jahre**

Branche:  
**Professionelle Dienstleistungen**

Produkte:  
**Marketing Hub Enterprise  
Sales Hub Professional**

Standort:  
**Nordamerika**

Beschäftigte:  
**25-200**

### Herausforderung:

Mit Marketo und Salesforce:

- Fehlende Einblicke in Interaktionen von Kontakten
- Schwierige Replikation von Marketingkampagnen
- Zeitaufwendige Dateneingabe
- Zweifelhaftes Verständnis über Leads

### Lösung:

Durch den Wechsel zu HubSpot konnte Ceros:

- in allen Phasen des Marketingtrichters Einblicke in Interaktionen von Kontakten gewinnen;
- das Leadmanagement zentralisieren;
- Vertriebs- und Marketingteams aufeinander abstimmen;
- mehr verwertbare Kundeneinblicke erhalten, um tiefergehende, länger haltende Beziehungen aufzubauen.

### Ergebnisse:



**9-mal** mehr MQLs im Vorjahresvergleich



**4-mal** mehr SQLs im Vorjahresvergleich



**7-mal** mehr Meetings mit Interessierten pro Monat

[Vollständige Fallstudie lesen](#)

# Wichtige Punkte im Vergleich

## Marketo

### ⊗ Einzellösung

Marketo ist ein Tool, das ausschließlich für die E-Mail-Pflege und -Automatisierung konzipiert wurde. Wenn das Tool auch für Marketing, Vertrieb und Customer Success eingesetzt werden soll, müssen zuvor teure Integrationen oder andere Tools erworben werden. Um das Beste aus einem einzelnen E-Mail-Automatisierungstool herauszuholen, muss es zusätzlich in ein CRM-System integriert werden. Dieses Tool muss noch dazu kontinuierlich von Ihrem Team auf dem neuesten Stand gehalten werden.

### ⊗ Kostenpflichtiges ABM-Add-On

Die ABM-Funktionen von Marketo werden mit einem kostenpflichtigen Add-on freigeschaltet. Für Nutzerinnen und Nutzer, die Zugang benötigen, werden individuelle Lizenzen ausgestellt. Wenn Sie Vertrieb und Marketing auf ein gemeinsames Ziel ausrichten wollen, müssen Sie sicherstellen, dass sich Ihre Admins in Bezug auf Integrationen eng abstimmen und dass alle Nutzerinnen und Nutzer verstehen, wie beide Systeme funktionieren.

### ⊗ Zentralisierte Kontrolle

Bei Marketo müssen Führungskräfte einer Handvoll Einzelpersonen die Kontrolle über ihre Infrastruktur anvertrauen. Anstatt den Zugriff zu erleichtern, um maximale Effektivität zu ermöglichen, hängt Ihr zukünftiges Wachstum von den Kompetenzen, der Initiative und der Verfügbarkeit Ihres IT-Teams ab. Das Verlinken von Marketinginitiativen mit Vertriebs- oder Kundenservicedaten ist hier eher ein notwendiges Übel als eine zentrale Funktion.

## HubSpot

### ✔ All-on-one-CRM-Plattform

Die leistungsstarken Tools von HubSpot ermöglichen die Integration Ihrer Kundendaten und unterstützen Sie bei der Erstellung automatisierter Inbound-Marketingkampagnen, die Ihr Geschäftswachstum kontinuierlich steigern – inklusive integriertem CRM-System.

### ✔ Integrierte ABM-Tools

Mit HubSpot können Sie Ihre ABM-Strategie völlig mühelos aufbauen. In Sales Hub und in Marketing Hub (Professional und Enterprise) haben Sie ohne zusätzliche Kosten Zugriff auf Tools, mit denen Sie Zielaccounts identifizieren, wichtige Kundinnen und Kunden anziehen, Beziehungen aufbauen und vertiefen, die Kommunikation zwischen Marketing und Vertrieb ermöglichen und die Performance Ihres leistungsstarken ABM-Programms messen können.

### ✔ Demokratisiertes Wachstum

Die Software von HubSpot ist von Grund auf darauf ausgelegt, das Unternehmenswachstum systematisch zu fördern und Kundinnen und Kunden durch bessere Vernetzung ein herausragendes Erlebnis zu bieten. HubSpots Kombination von CMS-, CRM- und Marketingautomatisierungssoftware in einer benutzerfreundlichen Plattform ermöglicht es, interne Teams zusammenzuführen und auf ein gemeinsames Ziel auszurichten. Die systemübergreifende Berichterstattung ermöglicht eine erfolgreichere Anpassung an Interessierte und Kundschaft sowie eine einfachere Verwaltung Ihrer Website.

VS.

**Dank HubSpot konnte Ceros sich auf den Aufbau eines fortschrittlichen, durchgängigen Prozesses konzentrieren, um die Leadgenerierung und den Verkauf zu steigern, anstatt wertvolle Zeit mit Integrationsproblemen zu verschwenden.**

Trotz aller Bemühungen bot Marketo nicht den Überblick über den gesamten Trichter, den das Marketingteam von Ceros brauchte. Ohne klare Erkenntnisse über die Aktivitäten der Kontakte auf ihrer Website und in den sozialen Medien war es schwierig, genau zu messen, welche Inhalte und Kampagnen ihre Zielgruppe tatsächlich ansprachen. Mit HubSpot kann Ceros erfolgreiche Kampagnen wiederholen und so die Marketingbemühungen optimieren.

[Mehr erfahren](#)

