



De Marketo à HubSpot

La transition vers le Marketing Hub Entreprise



Beaucoup d'entreprises repoussent la migration d'une plateforme marketing par crainte des difficultés que cette procédure pourrait engendrer.

Le moment est venu de déconstruire ces idées reçues.



Tous les jours, l'équipe de HubSpot aide des entreprises cotées en bourse, start-ups, marques B2C, et organisations de secteurs réglementés à surmonter leurs craintes et à migrer leur logiciel hérité vers HubSpot, sans perturber leur activité.

Une méthodologie éprouvée
HubSpot met à votre disposition une équipe de professionnels expérimentés.

Ces 15 dernières années, la migration de Salesforce, de Marketo, de ActiveCampaign, de Pardot, de Eloqua, et aussi d'une combinaison de plus en plus complexe d'outils vers HubSpot a été le quotidien de cette équipe.

Rien ne vaut cependant les avis et les témoignages de clients qui ont déjà migré leur plateforme vers HubSpot et ce qu'ils ont à préciser au sujet du retour sur investissement qui en a découlé.

**Avec le Marketing Hub
Entreprise, puissance rime
avec simplicité.**

En savoir plus

Un processus complet pour multiplier les MQL par 9 avec HubSpot



Ceros est une plateforme de création de contenu interactive qui permet aux équipes de marketing et de design de créer du contenu à fort impact sans aucune compétence de code.

Pourquoi choisir HubSpot ?

En tant que start-up aux objectifs de croissance ambitieux, Ceros avait besoin d'une plateforme de marketing et de vente tout-en-un pour déployer un processus complet, de la génération de leads à l'augmentation des ventes.

Logiciels : Marketing Hub Entreprise

Sales Hub Pro

Région

Amérique du Nord

Nombre de salariés

25 à 200

Anciennes plateformes

Marketo, Salesforce

Utilisation de HubSpot

7 ans

Secteur d'activité

Services professionnels

Défi

Avec Marketo et Salesforce :

- Manque de données sur les interactions avec les contacts
- Difficultés à reproduire les campagnes marketing
- Saisie de données chronophage
- Capacité d'analyse des leads limitée

Solution

En passant à HubSpot, Ceros a acquis :

- Une visibilité à 360° sur les interactions avec les contacts
- Un processus de gestion des leads centralisé
- Des équipes de vente et de marketing alignées
- Des données clients à forte valeur stratégique

[Voir l'étude de cas complète](#)

Résultats :

x 9

Augmentation du nombre de MQL d'une année sur l'autre

x 4

Augmentation du nombre de SQL d'une année sur l'autre

x 7

Augmentation du nombre de réunions mensuelles avec les prospects

Guide d'évaluation rapide

Marketo

Une solution spécifique

Marketo est un outil d'e-mail nurturing et d'automatisation, qui nécessite des intégrations coûteuses ou l'association d'autres outils pour déployer des activités de marketing, de vente et d'accompagnement client. Pour tirer pleinement profit de cet outil d'e-mail automation, vous aurez besoin d'une intégration avancée avec un CRM, qui devra être continuellement gérée en interne par votre équipe.

Module complémentaire d'ABM payant

Les fonctionnalités ABM de Marketo ne sont accessibles qu'avec un module complémentaire payant et les utilisateurs en nécessitant l'accès doivent détenir leur propre licence. Afin de pouvoir aligner vos équipes commerciales et marketing, vous devez vous assurer de la parfaite coordination des différents administrateurs pour les intégrations et de la bonne connaissance du fonctionnement des deux systèmes par les utilisateurs.

Un contrôle centralisé

Avec Marketo, les responsables doivent confier le contrôle de l'environnement technologique à un groupe réduit d'individus. Au lieu d'en démocratiser l'accès et d'en optimiser l'efficacité, cela rend la croissance future de votre entreprise fortement dépendante de l'habileté, de l'initiative et de la disponibilité des développeurs. Établir le lien entre les initiatives marketing et les données sur les ventes ou le service client devient une corvée quand cela devrait être une fonction essentielle.

HubSpot

Une plateforme complète

La suite d'outils performants de HubSpot, qui comprend un CRM, s'intègre à vos données clients et vous fournit tout ce dont vous avez besoin pour créer des campagnes inbound marketing automatisées pour accélérer votre croissance en continu.

Des outils ABM intégrés

Déployez votre stratégie en matière de marketing des comptes stratégiques en toute facilité avec HubSpot. Le Sales Hub et le Marketing Hub Pro et Entreprise disposent d'outils qui vous permettent d'identifier et d'attirer les comptes cibles, d'établir et de renforcer des liens, de communiquer facilement avec vos équipes commerciales et marketing, ainsi que de mesurer la performance de votre programme en matière de marketing des comptes stratégiques, sans frais supplémentaires.

La croissance à portée de tous

HubSpot vous propose tous les outils nécessaires pour développer le moteur de votre croissance, créer une expérience client de qualité et optimiser les performances de votre entreprise. La plateforme de HubSpot, facile à utiliser, intègre la solution de marketing automation, le CMS et le CRM, ce qui unit et aligne vos équipes en interne et vous permet de générer des rapports à partir de tous les systèmes, d'utiliser les données afin de mieux cibler les clients, mais aussi de mieux gérer votre site web.

« HubSpot a permis à Ceros de consacrer moins de temps à résoudre les problèmes liés à l'intégration de différents outils et de mieux se concentrer sur l'élaboration d'un processus complet à même de booster la génération de leads et les ventes. »

Malgré tous les efforts de l'équipe marketing, Marketo ne fournissait pas la visibilité sur l'entonnoir nécessaire à l'équipe marketing. L'équipe regrettait en particulier le manque d'informations sur l'engagement des contacts avec le site web et les réseaux sociaux et peinait à évaluer le succès de son contenu et de ses campagnes auprès de son audience cible. Grâce à HubSpot, Ceros est en mesure de reproduire les performances des campagnes les plus efficaces en vue de maximiser l'impact de son marketing.

En savoir plus