



HubSpot vs. Zoho

Uma comparação rápida

A HubSpot e a Zoho são ferramentas populares de gerenciamento de relacionamento com o cliente (CRM), mas não são o mesmo tipo de produto. São duas abordagens ao engajamento do cliente, e conhecimento mais profundo dos produtos demonstra diferenças significativas que podem afetar a trajetória da sua empresa, principalmente à medida que ela cresce e suas necessidades avançam.



A HubSpot foi projetada para tudo que você precisa

A **Zoho** é um pacote de CRM baseado em nuvem com aplicativos que abrangem automação de processos, marketing, atendimento ao cliente, configuração de produto, gestão de documentos e análise de cliente. A empresa desenvolveu amplamente seus produtos internamente, mas muitas combinações exigem conexões ou integrações adicionais porque a infraestrutura subjacente é desigual. Por exemplo, conectar o Zoho Desk e Marketing ao CRM requer o estabelecimento de regras de sincronização e conexões, assim como você faria para um serviço de terceiros ou solução de marketing ([fonte](#)).

A **HubSpot** é uma plataforma abrangente de CRM baseada em nuvem com uma variedade mais ampla de produtos para gerenciamento de conteúdo, marketing, vendas, atendimento ao cliente e operações. Cada recurso da HubSpot faz parte de um ecossistema maior unificado de ferramentas voltadas para impulsionar negócios. Essas ferramentas são todas integradas na mesma base de código, cujos dados ficam em um só lugar. Assim, sua equipe tem sempre uma única fonte de dados e você pode se livrar dos processos de integração que assolam outros fornecedores.

Cresça com confiança

A HubSpot é ótima para seus humanos, não só para seus dados. Nós direcionamos empresas ao longo de suas jornadas com atendimento, treinamento e cursos interativos superiores (e gratuitos). Essa é outra maneira pela qual a HubSpot facilita para que sua primeira decisão de CRM seja sua única decisão de CRM.




25
certificações


Webinars
ao vivo


Chats ao vivo


Comunidade
de usuários


Centenas de
cursos interativos
da Academy




Uma certificação


Webinars
ao vivo


Chats ao vivo


Comunidade
de usuários

Funções principais de CRM



Sales Hub

CRM

Relatórios personalizados	✓	✓
Pipelines múltiplos	✓	✓
Funções hierárquicas	✓	✓
Permissões de nível de campo	✓	✓
Modelos de e-mail	✓	✓
Chat	✓	✓
Relatórios de fluxos de trabalho	✗	✓ (Enterprise)
Automação de fluxo de trabalho	✓ (Professional)	✓
Objetos personalizados	✓ (Enterprise)	✓ (Enterprise)
Chamadas	✓	✓ (add-on pago)
Vídeo personalizado	✓	✓ (add-on pago)
Banco de dados CRM único acessível por vendas, serviços e marketing	✓	✗
Chat ao vivo e bots	✓	✗
SDK de chamadas	✓	✗
Criação de vídeo nativo	✓	✗
Relatórios de objetos cruzados	✓	✗
Criação de conteúdo nativo e colaboração	✓	✗
Integrações	Mais de 1.000 Fonte	Mais de 500 Fonte

Fonte

Fonte

Dinheiro e sentido

As empresas podem considerar a Zoho mais econômica, mas os custos ocultos de ter um produto mais enxuto podem se tornar uma barreira à medida que você cresce. A criação de novas integrações de produtos posteriormente consome muitos recursos financeiros e de pessoal, com desempenho menos previsível. Isso também cria novas vulnerabilidades de segurança, já que usar várias fontes de dados coloca você à mercê do desempenho de segurança/atualizações de várias fontes de dados.



Integração

Uma solução completa não precisa de integrações de terceiros nem de manutenção.

Conectores necessários para integrar diferentes aplicativos.



Dados

Com uma única fonte de dados, os dados residem em um só local.

Conectores necessários para sincronizar fontes de dados.



Suporte

Suporte abrangente incluído na sua assinatura.

Suporte comparável custará de 20 a 25% do seu contrato anual.

Pensar além do primeiro dia

A Zoho parece promissora por seu custo de entrada e capacidade de conectar e sincronizar dados entre diferentes aplicativos. Nem todo CRM faz isso com tanta eficácia. Entretanto, os usuários devem primeiro se perguntar se não seria melhor evitar ter que fazer essas conexões para início de conversa. Conexões de terceiros significam complexidade, e isso passa longe da HubSpot.

Além disso, a classificação do G2 para a HubSpot é mais alta do que para a Zoho em quase todas as categorias comparáveis, principalmente suporte, facilidade de fazer negócios e direção de produto. A HubSpot tem três vezes mais avaliações favoráveis do que a Zoho (fonte).

Isto conta uma história: embora CRMs de baixo custo como a Zoho possam ser atrativos no primeiro dia, uma opção abrangente e totalmente integrada como a HubSpot oferece uma enorme eficiência e resistência ao longo do tempo. Ninguém administra seus negócios com a ideia de que eles vão parar de crescer depois de um certo momento. Com seu CRM deveria ser a mesma coisa.

A HubSpot permite que você comece do jeito certo, com uma solução de CRM simples, abrangente e escalável infinitamente que já tem tudo para você crescer. Como tudo já é integrado do zero, é uma solução confiável, acessível e sustentada para empresas como a sua.

Para saber mais sobre como começar a usar o CRM da HubSpot, visite br.hubspot.com.