

Salesforce-Integration: HubSpot vs. Pardot

Integration von Marketing Hub

Sowohl Marketing Hub von HubSpot als auch Salesforce Pardot bieten eine Marketingautomatisierung, die Salesforce CRM-Kundendaten nativ integrieren, damit Marketing- und Vertriebsteams eines Unternehmens aufeinander abgestimmt arbeiten und so ein konsistentes Kundenerlebnis bieten können.

Um fundierte Entscheidungen treffen zu können, muss man verstehen, wie diese Integrationen umgesetzt werden. Im folgenden kurzen Überblick der Integrationsfunktionen beider Plattformen zeigen wir die Unterschiede auf.

Wie viele Schritte braucht man zur Integration?

Die Integration von Marketing Hub mit Salesforce erfolgt in fünf Schritten. Über die schnelle und zuverlässige Integration von HubSpot und Salesforce werden Ihre Daten ganz ohne technische Konfiguration in Minutenschnelle synchronisiert.

Bei Pardot sind dafür einige zusätzliche Schritte erforderlich – genauer gesagt fast drei Mal so viele. Vor allem die Notwendigkeit einer Reihe von manuellen Verknüpfungen macht die Integration für Kundinnen und Kunden umständlicher und zeitaufwändiger.

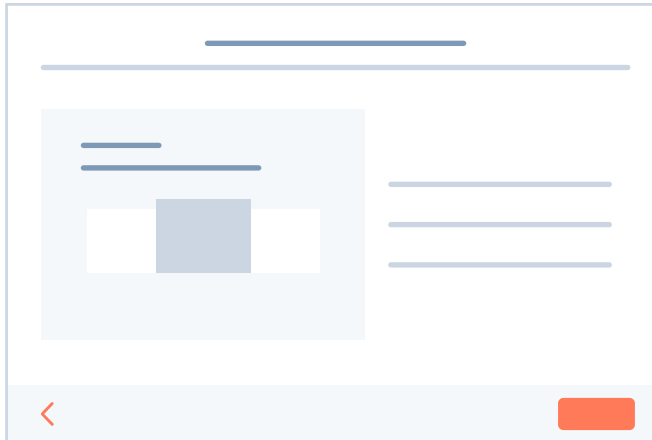
HubSpot vs. Pardot

Integration	HubSpot	pardot
Installieren	<ol style="list-style-type: none">1. Verbindung zwischen Salesforce und HubSpot authentifizieren2. HubSpot-Integrationspaket für Salesforce installieren	<ol style="list-style-type: none">1. AppExchange-Anwendung von Pardot installieren2. Nutzerberechtigungen des Pardot-Connectors zuweisen3. Objektberechtigungen den Connector-Nutzenden zuweisen4. Salesforce-Pardot-Connector in Pardot hinzufügen
Konfigurieren Salesforce	<ol style="list-style-type: none">3. HubSpot Visualforce-Modul zu Salesforce hinzufügen (optional)4. Einstellungen für die Datensynchronisierung auswählen	<ol style="list-style-type: none">5. Benutzerdefinierte Pardot-Lead-Felder den Kontaktfeldern zuordnen6. Pardot-Daten in Salesforce anzeigen7. Benutzerdefinierte Pardot-Schaltflächen zum Seitenlayout in Salesforce hinzufügen8. Pardot-Standardaktionen zu Salesforce hinzufügen9. Punktwerte für Bewertungskategorien zu Seitenlayouts hinzufügen10. Nutzenden Zugriff auf Pardot-Daten in Salesforce gewähren
HubSpot/Pardot konfigurieren	<ol style="list-style-type: none">5. Setup beenden und Synchronisierung starten In Marketing Hub von HubSpot können Benutzer und Benutzerinnen ihr Setup jederzeit ändern oder anpassen, eine benutzerdefinierte Objektsynchronisierung durchführen und die Integration auf der Registerkarte „Synchronisierungszustand“ überprüfen.	<ol style="list-style-type: none">11. Benutzerdefinierte Pardot-Felder in Salesforce zuordnen12. Salesforce-Pardot-Connector testen13. Erste Prospect-Synchronisierung starten

Menügeführte Integration

Für die Integration von HubSpot folgen Sie einfach der leicht verständlichen menügeführten Anleitung. Unser Assistent führt Sie schnell und unkompliziert durch jeden Schritt der Integration. Die Oberfläche von Pardot ist dagegen deutlich komplizierter.

Setup bei HubSpot



Setup bei Pardot



Häufig gestellte Fragen

F: Inwieweit beeinflusst die Tatsache, dass HubSpot und Salesforce Wettbewerber sind, den Integrationsprozess?

A: HubSpot und Salesforce sind führende Anbieter von CRM-Plattformen. Wir kennen Salesforce und wissen, dass Salesforce-Benutzer und -Benutzerinnen über zahlreiche CRM-Daten verfügen, die sie gewinnbringend in HubSpot nutzen können. Deshalb bieten wir eine umfassende Integration, damit Kundinnen und Kunden nahtlos auf alle Daten zugreifen können, die sie benötigen, um Marketing, Vertrieb und Kundenservice zu unterstützen.

F: Pardot ist ein Salesforce-Produkt. Heißt das, dass beide besonders gut zusammen funktionieren?

A: Pardot wurde 2012 von Salesforce übernommen. Das Marketingautomatisierungstool und Salesforce CRM sind jedoch getrennt entwickelt worden. Pardot hat – ebenso wie HubSpot – eine native CRM-Integration für Salesforce entwickelt. Daher bleibt es eine Entscheidung zwischen zwei nativen Integrationen – tatsächlich basiert sowohl die Pardot- als auch die HubSpot-Integration auf denselben öffentlichen APIs.

F: Kann HubSpot benutzerdefinierte Objekte mit Salesforce CRM synchronisieren?




A: Ja. Seit der Einführung eigener benutzerdefinierter Objekte in Sales Hub können Sie Ihre benutzerdefinierten Salesforce-Objekte mit Ihrer Marketingdatenbank integrieren.

Benutzerdefinierte Objekte in HubSpot

Sie müssen nicht länger zwischen leistungsstarken Funktionen und Benutzerfreundlichkeit wählen. Mit benutzerdefinierten Objekten bietet HubSpot die Flexibilität, die Nutzerinnen und Nutzer an Salesforce schätzen, und ergänzt diese noch durch die Vorteile der HubSpot-Funktionen und einer intuitiven Schnittstelle.

HubSpot bietet Ihnen die Tools und neuartigen Lösungen, um ein widerstandsfähigeres Unternehmen aufzubauen. Ihre Daten müssen dafür nicht bei Salesforce bleiben.

Integration von benutzerdefinierten Objekten

	HubSpot	pardot
 Limits	<p>Mit Marketing Hub Enterprise können HubSpot-Nutzende 10 benutzerdefinierte Objekte pro Portal erstellen.</p> <p>Erweiterung des Limits:</p> <p>Für 460 EUR/Monat pro Monat können Sie 10 weitere Objekte definieren und 500.000 weitere Datensätze mit benutzerdefinierten Objekten in HubSpot speichern (verfügbar in der Enterprise-Version von Marketing Hub, Sales Hub, Service Hub oder CMS Hub).</p>	<p>Pardot-Accounts der Advanced-Edition können bis zu 4 benutzerdefinierte Objekte zuordnen.</p> <p>Erweiterung des Limits:</p> <p>Pardot kann mit mehr als 4 benutzerdefinierten Objekten synchronisiert werden. Das Pardot-Engineeringteam muss allerdings den Umfang sämtlicher Objektintegrationen überprüfen, um einen Preisvorschlag zu machen.</p>
 Erstellung von Berichten	<p>Je nach Eigenschaften können Sie Berichte zu Ihren benutzerdefinierten Objektdatensätzen erstellen. Um für ein benutzerdefiniertes Objekt einen Einzelobjektbericht zu erstellen, wechseln Sie zu „Berichte > Berichte“ und klicken dann auf „Benutzerdefinierten Bericht erstellen“.</p>	<p>In Pardot besteht keine Möglichkeit, einen Bericht zu benutzerdefinierten Objekten zu erstellen, das ist nur mit Salesforce möglich.</p>
 Benutzerdefinierte Objekte verwenden	<p>Mithilfe von benutzerdefinierten Objektdaten können Sie personalisierte und automatisierte Marketing-E-Mails mit eigenen Objekteigenschaftswerten erstellen, Berichte zu benutzerdefinierten Objektdatensätzen erstellen und diese in Workflows einbinden.</p> <p>Darüber hinaus ermöglicht HubSpot die Synchronisierung zusätzlicher Standardobjekte aus Salesforce wie Fälle, Kampagnen und Bestellungen.</p>	<p>Benutzerdefinierte Objektdaten können beim Erstellen von dynamischen Listen sowie von Regeln zur Automatisierung und Segmentierung als Kriterien verwendet werden.</p>

Schnelle, zuverlässige, leistungsstarke Integration

Marketingautomatisierung soll die Arbeit erleichtern und effektiver machen. Dasselbe sollte für die Integration Ihrer Marketingautomatisierungslösung gelten. Wir möchten Ihnen die Arbeit leichter machen. Deshalb haben wir eine schnelle, zuverlässige und leistungsstarke Integration entwickelt.

Weitere Informationen zur Integration von HubSpot mit Salesforce [finden Sie auf unserer Webseite](#).