



# HubSpot Operations Hub

## Die Herausforderung

Wenn Unternehmen immer weiter wachsen, kann es bei ihren Systemen zu einem Lawineneffekt kommen: Beschäftigte kaufen ihre bevorzugten SaaS-Apps, Vorgesetzte pflegen ihre eigenen Tabellen und Teams entwickeln ihre eigenen Prozesse. Von koordinierter Zusammenarbeit kann keine Rede mehr sein. Missverständnisse und sogar Misstrauen sind die Folge. Die Effizienz nimmt rapide ab.

Wachstum braucht klare Abläufe und für klare Abläufe müssen Sie umdenken. Sie brauchen Revenue Operations. RevOps sind nicht isoliert, sondern zentralisiert – keine Überlegungen im Nachhinein, sondern das Herzstück Ihres Wachstums.

Für RevOps brauchen Sie ein einheitliches Toolset für Operations, mit dem Softwarelösungen verknüpft, Kundendaten bereinigt und Unternehmensprozesse automatisiert werden.



## Die Lösung



Operations Hub: Anders als isolierte Datentools kombiniert die HubSpot-Software das vollständige Toolkit eines Operations-Teams in einer CRM-Plattform. Alle Ihre Kundendaten werden unter einem Dach zusammengeführt.

Das Ergebnis ist ein effizienteres, agileres Unternehmen mit besser aufeinander abgestimmten Abteilungen, ein Operations-Team, das ungehindert und strategisch arbeiten kann, sowie ein Kundenerlebnis ohne Problemelemente.

### Datensynchronisierung

Mit dem Connector von HubSpot bleiben bei der Synchronisierung von Daten keine Wünsche offen. Bidirektionale Synchronisierung, benutzerdefinierte Feldzuordnungen, Filter, Synchronisierung von Bestandsdaten – das alles gibt es in einem benutzerfreundlichen Paket, das keine Programmierung erfordert. Wenn Ihre Unternehmensanwendungen synchronisiert sind, braucht sich Ihr Operations-Team nicht mehr um Baustellen bei der Integration zu kümmern, Ihre Marketingteams sind aufeinander abgestimmt und können selbstständiger arbeiten – und Ihr Kundenerlebnis ist frei von Problemelementen.

### Programmierbare Automatisierung

Dank der programmierbaren Automatisierung in Operations Hub haben Sie nahezu grenzenlose Automatisierungsmöglichkeiten. Programmieren Sie benutzerdefinierte Automatisierungsaktionen für sämtliche Geschäftsabläufe – z. B. für Bereichsmanagement, Benachrichtigungen zum Zeitmanagement oder NPS. So sorgen Sie für effizientere Prozesse und eine zufriedenere Kundschaft.

### Automatisierte Datenqualität

Mit neuen Workflow-Aktionen für die Datenqualität können Sie lästige und zeitaufwendige Aufgaben automatisieren. Nutzen Sie neue, vorgefertigte Automatisierungsabläufe, um zum Beispiel Datumseigenschaften zu vereinheitlichen und Namen zu formatieren. Mit HubSpot-Workflows werden Ihre Daten automatisch bereinigt – Ihr Operations-Team muss sich also weniger um Datenprobleme kümmern und kann sich auf seinen Beitrag zum Unternehmenswachstum konzentrieren.

### Erweiterte betriebliche Kapazität

Ein wachsendes Unternehmen braucht Platz nach oben. Operations Hub bietet Ihnen erhöhte Limits für Listen, Workflows und Berichte – damit Ihr CRM genauso schnell wie Ihr Unternehmen wachsen kann.



*„Mit Operations Hub können wir unsere HubSpot-Funktionen flexibel und beliebig erweitern, egal ob es das Feature bereits gibt ... Wir fragen uns einfach nur, was wir als Nächstes tun möchten – und wie das funktionieren soll. Und dann bauen wir es.“*

Connor Jeffers

CEO – Aptitude 8

## Anwendungsfälle



### Alles integrieren - und HubSpot als zentrale Datenbank nutzen

- Synchronisieren Sie Ihr CRM mit Ihrem ERP, damit Ihre Kundendaten immer auf dem neuesten Stand sind – für das Front-Office (Marketing, Vertrieb und Kundendienst) und für das Back-Office (Finanzen und Rechnungswesen).
- Integrieren Sie Ihre CRM- und Marketinganwendungen – auch wenn Sie ein anderes CRM als HubSpot nutzen. Synchronisieren Sie CRM-Felder mit Marketingdaten, um Kampagnen zu personalisieren und ihre Auswirkungen auf den Umsatz zu analysieren. Synchronisieren Sie Marketingdaten mit Ihrem CRM, um Leads zu bewerten und zu übergeben sowie fundierte Grundlagen für Verkaufsgespräche bereitzustellen.
- Telefonkontakte: Synchronisieren Sie die Telefone Ihrer Angestellten mit Ihrem CRM, damit sie auch unterwegs immer Zugriff auf aktuelle Informationen haben.
- Die wichtigsten Apps: Sorgen Sie dafür, dass Ihr CRM und Ihre Apps aufeinander abgestimmt sind. Weisen Sie Ihren Leads zum Beispiel sofort ein Teammitglied zu, sobald sie generiert wurden.



### Mühelos zu HubSpot migrieren

- Nutzen Sie die HubSpot-Synchronisierung, um alle Daten, einschließlich benutzerdefinierter Objekte und historischer Daten, zu HubSpot zu migrieren.



### Daten bereinigen

- In Workflows gibt es jetzt neue Aktionen für die Datenqualität, mit denen Sie Ihre Daten ohne großen Zeitaufwand bereinigen können.



### Benutzerdefinierte Automatisierung für komplexe Prozesse erstellen

- Übergeben Sie Leads mithilfe benutzerdefinierter Logik und Drittanbieterabfragen. Beispiel: Sobald ein neuer Lead generiert wurde, fragen Sie in einem anderen System die Kapazität des Vertriebsteams ab und leiten den Lead in HubSpot basierend auf diesen Informationen weiter.
- Erweitern Sie Lead- und Accountdaten mit Drittanbieterdaten. Beispiel: Wenn ein Lead ein Formular einsendet, fragen Sie eine andere Datenbank (zum Beispiel mit Immobilieninformationen) ab und fügen diese Daten zum HubSpot-Datensatz hinzu. Wenn diese Daten lohnend sind, erstellen Sie eine entsprechende Follow-up-Aufgabe.
- Kundenservice- oder vertriebsbasierte SLAs. Beispiel: Legen Sie Fristen für Antwortzeiten fest, die auf dem Datum basieren, an dem das Ticket geöffnet wurde. „Ist das Ticket seit [Dauer] offen? Wurde der Grenzwert X erreicht? Falls ja, an XYZ weiterleiten.“
- Renewal-Management. Wenn ein Deal abgeschlossen wird, erstellen Sie gleich einen Deal für die Zukunft (z. B. heute in einem Jahr) und ändern Sie ihn etwas (z. B. Rabatt entfernen).
- Erstellen Sie komplexe berechnete Eigenschaften. Bearbeiten und transformieren Sie Ihre Eigenschaftswerte auf beliebige Weise. Beispiel: Erstellen Sie einen Lead-Score mit Daten aus HubSpot sowie Eingaben aus einem Dutzend anderer Systemen und nutzen Sie dann eine benutzerdefinierte Aktion, um den Wert in HubSpot einzugeben.

## Preisgestaltung

### Kostenlos

- HubSpot-Synchronisierung
  - Bidirektionale Datensynchronisierung
  - Standardfeldzuordnungen
- HubSpot-Integrationen
  - Alle Integrationen von Drittanbietern

### Starter - 46 €/Monat

- Alle kostenlosen Funktionen +
- HubSpot-Synchronisierung
  - Benutzerdefinierte Feldzuordnungen für Daten

### Professional - 736 €/Monat

- Programmierbare Automatisierung
  - Benutzerdefinierte Code-Aktionen in Workflows
  - Benutzerdefinierte Code-Aktionen in Bots
  - Webhooks
- Zusätzliche Kapazitäten für die Berichterstattung
  - 3.000 zusätzliche Berichte
  - 300 zusätzliche Dashboards
  - 100 zusätzliche Listen
  - 100 zusätzliche Workflows