



HubSpot vs. Salesforce

Die Tools im Vergleich

HubSpot und Salesforce führen Jahr für Jahr zahlreiche Listen der besten CRM-Plattformen an. Beide Plattformen bieten Vertriebsteams solide Lösungen, die mit ihren Unternehmen mitwachsen können. Die größten Unterschiede zwischen den beiden Systemen werden erst deutlich, wenn man ihre Entstehungsgeschichten unter die Lupe nimmt und erkennt, wie sich ihre jeweiligen Entwicklungsprozesse auf die Benutzerfreundlichkeit und -akzeptanz auswirken.

Bei HubSpot wird Benutzerfreundlichkeit großgeschrieben

[Salesforce](#) ist eine cloudbasierte CRM-Suite mit Produkten für Vertrieb, Marketing, Kundenservice und Handel. Marketing Cloud ist die Software für Marketingautomatisierung von Salesforce, die verschiedene Funktionen, Dienste und Datenquellen vereint, um allen Benutzerinnen und Benutzern maßgeschneiderte Lösungen zu bieten.

[HubSpot](#) ist eine cloudbasierte CRM-Plattform mit Produkten, die für Marketing-, Sales-, Contentmanagement-, Kundenservice- und Operations-Teams entwickelt wurden. Marketing Hub, unsere umfassende Softwarelösung für Marketingautomatisierung, enthält alle Funktionen zur Automatisierung für soziale Netzwerke, E-Mails, Mobilgeräte und Marketing.

Einer der wichtigsten Unterschiede besteht darin, dass HubSpot nicht aus verschiedenen Systemen zusammengewürfelt wurde, sondern auf einer einzigen Datenbank basiert. Dementsprechend lässt sich HubSpot schnell und einfach einrichten, was mit Produkten, die aus getrennt erworbenen Lösungen bestehen, einfach nicht erreichbar ist.

Leistung und Benutzerfreundlichkeit

Das CRM-System von HubSpot bietet Ihnen alles, was Sie brauchen – ohne komplexe Strukturen und Add-ons.

Außerdem profitieren Sie von hervorragender Unterstützung bei der Integration und persönlichem Kundensupport.



Wartungsarme Plattform
auf der Grundlage einer zentralen Codebasis

Elegantes, einfaches Benutzererlebnis
für alle täglichen Arbeitsschritte und Abläufe von Kundinnen und Kunden

Einheitliches, zuverlässiges Benutzererlebnis
über sämtliche Funktionen hinweg

Umfassender Support
inbegriffen



Regelmäßige Updates und Konfigurationen können kosten- und zeitaufwendig sein

Leistungsstarkes, anpassungsfähiges Tool – **die Einrichtung erfordert allerdings Zeit und eine effektive Nutzung setzt Schulungen voraus**

Setzt Drittanbieter und komplexe Integrationen voraus, was die **Benutzerfreundlichkeit reduziert und die Wartungskosten erhöht**

Zusätzliche Kosten
für den Support

Kosten des Geschäftsbetriebs



Sales Hub Enterprise

Sales Cloud Enterprise

Listenpreis	6.000 \$/Monat für 50 kostenpflichtige Benutzerlizenzen Quelle	7.500 \$/Monat für 50 kostenpflichtige Benutzerlizenzen Quelle
Lizenzkosten	120 \$/Monat für jede zusätzliche Benutzerlizenz Quelle	25-150 \$ für jede zusätzliche Benutzerlizenz, abhängig vom Paket Quelle
Implementierung	Flatrate von 3.000 \$ für das Enterprise-Onboarding Weitere kostenpflichtige technische Beratungsservices verfügbar Quelle	Salesforce bietet eine „Jump-Start“-Implementierung für 5.000 \$ an. Quelle
Verwaltung der Plattform	Nahtlose Plattform auf der Grundlage einer zentralen Datenbank. Quelle	Einrichtung und Verwaltung von Connectors für Multi-Cloud-Integrationen. 20 Arbeitsstunden für die Konfiguration inkl. regelmäßiger Updates (5.000 \$) (Beispiel - Marketing Cloud)
Software für Verkaufsgespräche	In allen Abonnements enthalten. Limits für Calling-Feature (2.000 Minuten pro Benutzerlizenz und Monat bei Enterprise); nicht in allen Ländern verfügbar. Quelle	Calling und Protokollierung: 40 \$ pro Benutzerlizenz und Monat (für 1.000 Minuten) Quelle
Vertriebsssoftware	In Enterprise enthalten: <ul style="list-style-type: none"> • Team-E-Mails • Conversations-Postfach • Video • E-Mail-Sequenzen • Aufgaben und Anruftwarteschlangen • Leitfäden • Dokumente und Vorlagen • Meetings • Mobile-App und mehr Quelle	Salesforce Engage (50 \$/Benutzerlizenz/Monat) und High Velocity Sales mit Salesforce Inbox (siehe unten) Quelle
Software für Conversation Intelligence und Anrufcoaching	In Enterprise enthalten: 1.500 Transkriptstunden pro Account/Monat. Zusätzliche Kapazitäten gegen Gebühr erhältlich. Quelle	High Velocity Sales (75 \$/Benutzerlizenz/Monat) inklusive Einstein Call Coaching, Salesforce Inbox, Sequenzen und Warteschlangen Quelle
Telefonischer Kundenservice	Telefon- und E-Mail-Support in allen Professional- und Enterprise-Lizenzen enthalten. Quelle	20 % der Nettokosten für Telefon support rund um die Uhr 30 % der Nettokosten für Zugriff auf weitere Funktionen (zusätzliche 5 % für Support in den USA) Quelle

Geschätzte jährliche Kosten für 50 Benutzerlizenzen

75.000 \$

236.000 \$

Wie verhelfen Sie Ihrem Unternehmen zu Wachstum?

Wachsende Unternehmen brauchen Lösungen, die mit ihnen wachsen, ohne zusätzliche Kosten zu verursachen oder Abläufe zu verkomplizieren. Die Software von HubSpot bietet unterschiedliche Optionen, die mit Ihrem Unternehmen mitwachsen, und eignet sich sowohl für kleine Teams als auch für komplexe Teamstrukturen mit Tausenden von Beschäftigten.



Kosten

Neben einer kostenlosen Version umfasst das Angebot von HubSpot mehrere kostenpflichtige Abonnements:

- Starter
- Professional
- Enterprise

HubSpot for Startups ist ein einzigartiges Accelerator-Programm, das zu den bislang wettbewerbsfähigsten Preisen verfügbar ist. HubSpot bietet Ihnen außerdem eine ständig wachsende Auswahl von Apps.



Komplexität

Die All-on-one-Plattform von HubSpot bietet alle Tools, die Sie für flexibles Geschäftswachstum brauchen.

Small Business Essentials ist ab 25 \$/Monat erhältlich.

Salesforce kombiniert bis zu 15 verschiedene Versionen, darunter z. B. Small Business, um die Bedürfnisse seiner Benutzerinnen und Benutzer zu erfüllen.

Einige Versionen basieren auf den Angeboten von Drittanbietern, deren Plattformen in Salesforce integriert sind.



Integration und Einrichtung

HubSpot stellt alle benötigten Funktionen in einem System mit übersichtlichem Menü bereit. Die Integration erfolgt über einen einfachen Installationsassistenten.

Salesforce besteht aus verschiedenen Plattformen mit separaten Dateninstanzen. Alle Funktionen müssen sorgfältig ausgewählt werden, wobei das System angesichts sich weiterentwickelnder Geschäftsanforderungen zunehmend komplexer wird.



Support

Der Support für Marketing Hub ist inbegriffen und erhält bessere Bewertungen als Marketing Cloud.

Die Einrichtung der Salesforce Marketing Cloud ist etwas aufwendiger. In den Bereichen Integration, Bereitstellung und Support wird die Lösung schlechter bewertet als HubSpot.

[Quelle](#)

Ein vergleichbares Supportangebot für Marketing Cloud kostet Kundinnen und Kunden 30 % ihres Jahresvertrags.

[Quelle](#)

Mehrwert ohne Aufwand

Die potenzielle Leistung Ihres CRM ist nur ein Aspekt, den Sie berücksichtigen sollten. Sie können diese nämlich nur dann ausschöpfen, wenn das System praxistauglich ist. Hierzu muss es benutzerfreundlich, von Grund auf integriert und eine günstige, nachhaltige Lösung für Ihr Unternehmen sein.

HubSpot stellt Teams eine zentrale Datenquelle zur Verfügung, damit diese ihre Kundinnen und Kunden unabhängig von der Größe des Unternehmens und den sich verändernden Anforderungen optimal betreuen können. So verbessern Sie das Kundenerlebnis, senken Ihre Total Cost of Ownership und fördern das Wachstum sowie die Zusammenarbeit, ohne Datensilos zu bilden.

Mehr über die ersten Schritte mit dem CRM-System von HubSpot erfahren Sie unter hubspot.de.