



Bienvenidos a EN VIVO



TEMA DE HOY

El nuevo Marketing Hub Enterprise





Diana Cardoso
CSM LatAm | HubSpot



José Luis Ortiz
CSM LatAm | HubSpot



Juliana Fernandez
CSM LatAm | HubSpot



AGENDA

1. Marketing Hub Enterprise en 2020
2. Informe de atribución de ingresos
3. Partición de Contenido
4. Pruebas adaptativas para páginas web
5. Targeting avanzado en Conversaciones
6. Nuevos límites para Workflows y Paneles
7. Q&A



QUÉ APRENDERÁS HOY

1. La visión de HubSpot para Marketing Hub Enterprise este año
2. Las nuevas funcionalidades introducidas para el producto en Enero de 2020
3. Cómo funciona el nuevo Informe de Atribución de Ingresos



Ingresa tus preguntas
en la herramienta de

Q&A

de Zoom.



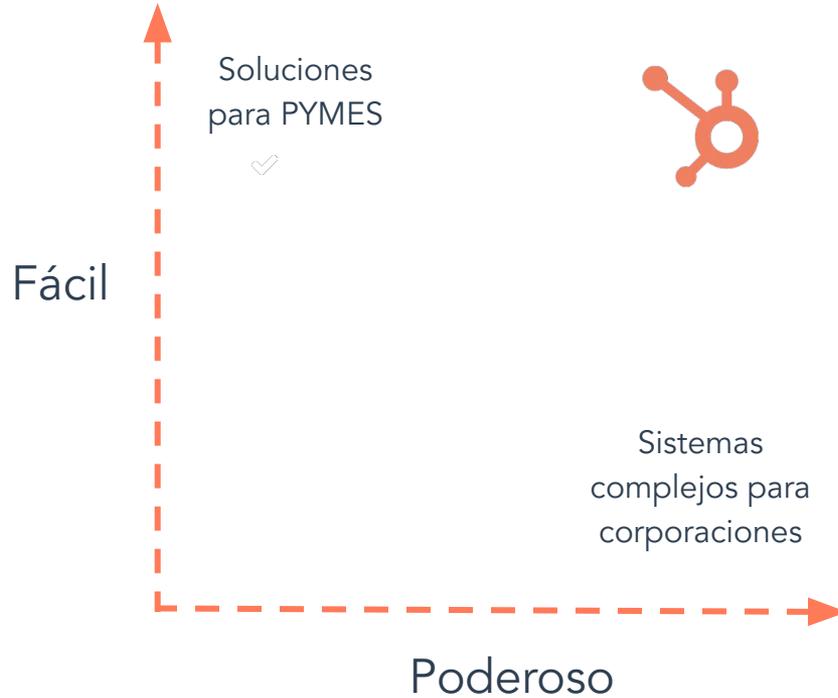


#1

Marketing Hub Enterprise en 2020

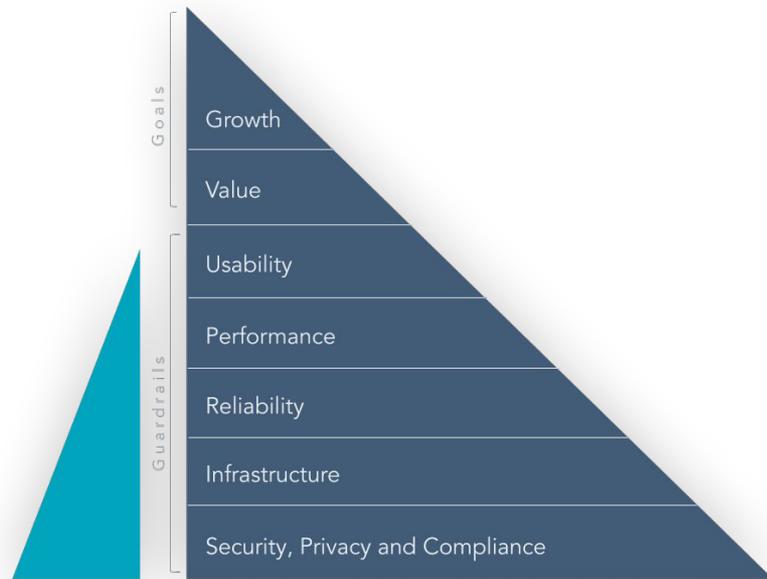


Fácil, como siempre, pero ahora mucho más potente



Seguridad y privacidad

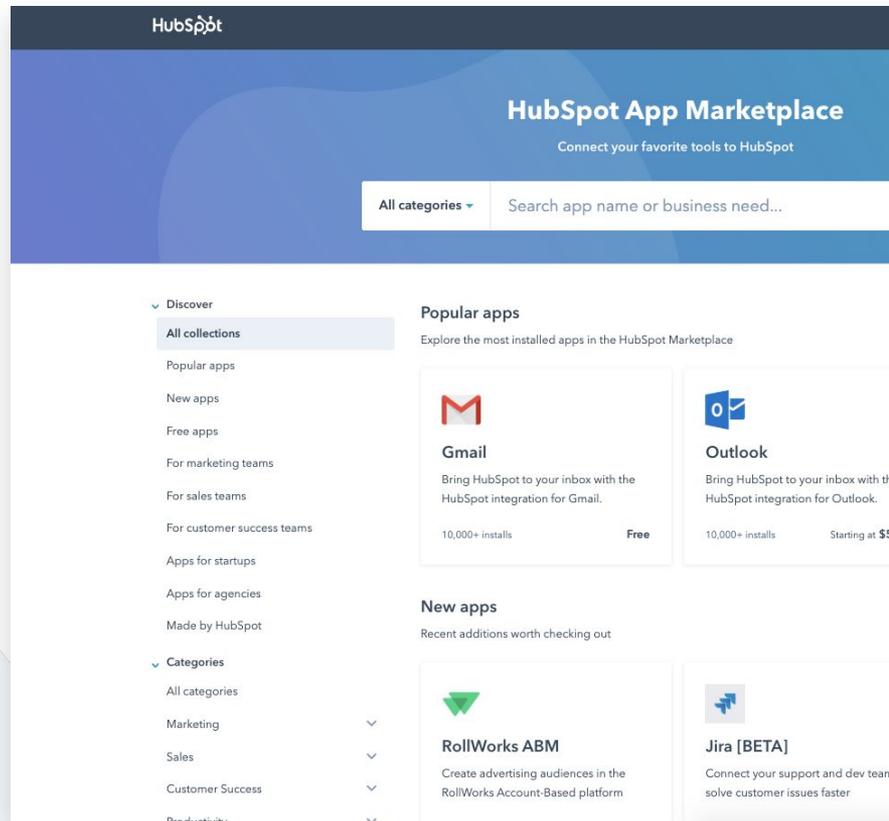
Nuestro equipo de Producto se guía por el "mainsail" donde la seguridad, privacidad y cumplimiento de estándares son muy importantes. Los equipos dentro de Producto priorizan estos elementos al momento de desarrollar nuevas funcionalidades y productos.



Integraciones y el Ecosistema

El Marketing Hub Enterprise se puede integrar con cientos de aplicaciones y sistemas, incluyendo tu CRM, si no usas el HubSpot CRM.

HubSpot está comprometido a crear una plataforma abierta con todos los APIs que necesitas y la documentación respectiva para que puedas construir un stack de tecnología en tu organización.



The screenshot displays the HubSpot App Marketplace interface. At the top, the HubSpot logo is on the left, and the title "HubSpot App Marketplace" is on the right, with the subtitle "Connect your favorite tools to HubSpot". Below the title is a search bar with a dropdown menu for "All categories" and a text input field for "Search app name or business need...".

The main content area is divided into two columns. The left column contains a "Discover" section with a "All collections" dropdown menu. The menu items include: Popular apps, New apps, Free apps, For marketing teams, For sales teams, For customer success teams, Apps for startups, Apps for agencies, and Made by HubSpot. Below this is a "Categories" section with a dropdown menu showing: All categories, Marketing, Sales, Customer Success, and Productivity.

The right column features a "Popular apps" section with the subtitle "Explore the most installed apps in the HubSpot Marketplace". It displays two app cards: "Gmail" and "Outlook". The "Gmail" card shows the Gmail logo, the text "Bring HubSpot to your inbox with the HubSpot integration for Gmail.", "10,000+ installs", and "Free". The "Outlook" card shows the Outlook logo, the text "Bring HubSpot to your inbox with the HubSpot integration for Outlook.", "10,000+ installs", and "Starting at \$5".

Below the popular apps is a "New apps" section with the subtitle "Recent additions worth checking out". It displays two app cards: "RollWorks ABM" and "Jira [BETA]". The "RollWorks ABM" card shows a green logo, the text "Create advertising audiences in the RollWorks Account-Based platform", and "Free". The "Jira [BETA]" card shows the Jira logo, the text "Connect your support and dev team solve customer issues faster", and "Free".

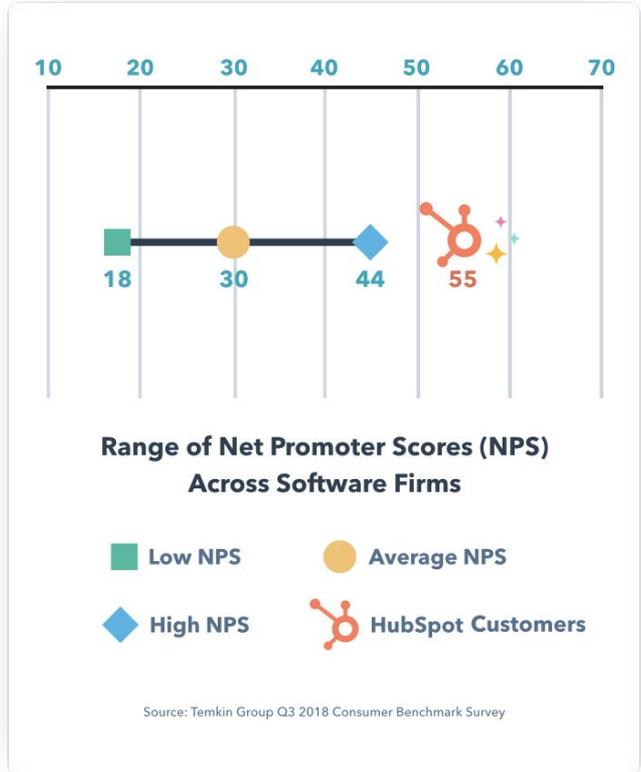


Marketeros contentos

HubSpot recibe consistentemente excelentes calificaciones de nuestros clientes por la facilidad de uso.

En 2019, [los usuarios de G2 calificaron a HubSpot con un 8.5](#), una calificación mayor que varios de nuestros competidores.

No es ninguna coincidencia que nuestros clientes estén contentos con HubSpot. En el 2019 el NPS de los usuarios pagados de Marketing Hub fue 55.



Roadmap para el 2020

Las actualizaciones recientes son solo el comienzo de muchas mejoras que vienen en Marketing Hub Enterprise.

Si te interesa conocer la versión más reciente del roadmap de producto de HubSpot contacta a tu representante en HubSpot.

HubSpot Marketing Hub 2020 Vision

1

Consumer Grade - Enterprise Power

At HubSpot we're proud that you don't have to be a technical expert to have success with our tools. We want to help you do more, faster, by making software that is intuitive and helpful. In 2020 we'll continue to add enterprise horsepower to our already consumer level easy to use tools. Delivering consumer grade enterprise power.

2

Customer Focused Marketing = Data Driven Marketing

We know the difference between good and great marketing rests on how well you can segment and tailor messages to your key audiences. At HubSpot we're hard at work to tighten the integration between our CRM and marketing tools. This focus gives you enhanced capabilities across reporting, personalization, content creation, and more.

3

Deeper Attribution & Content Reporting

Today, great marketing is highly data driven. We know you need to know exactly what's working and what's not, so you can make better decisions, and get the credit you deserve. We're actively working to help marketers show the true value they bring to their business with multi-touch revenue attribution reporting, deeper content reporting, and more powerful integrations.





#2

Informe de atribución de ingresos

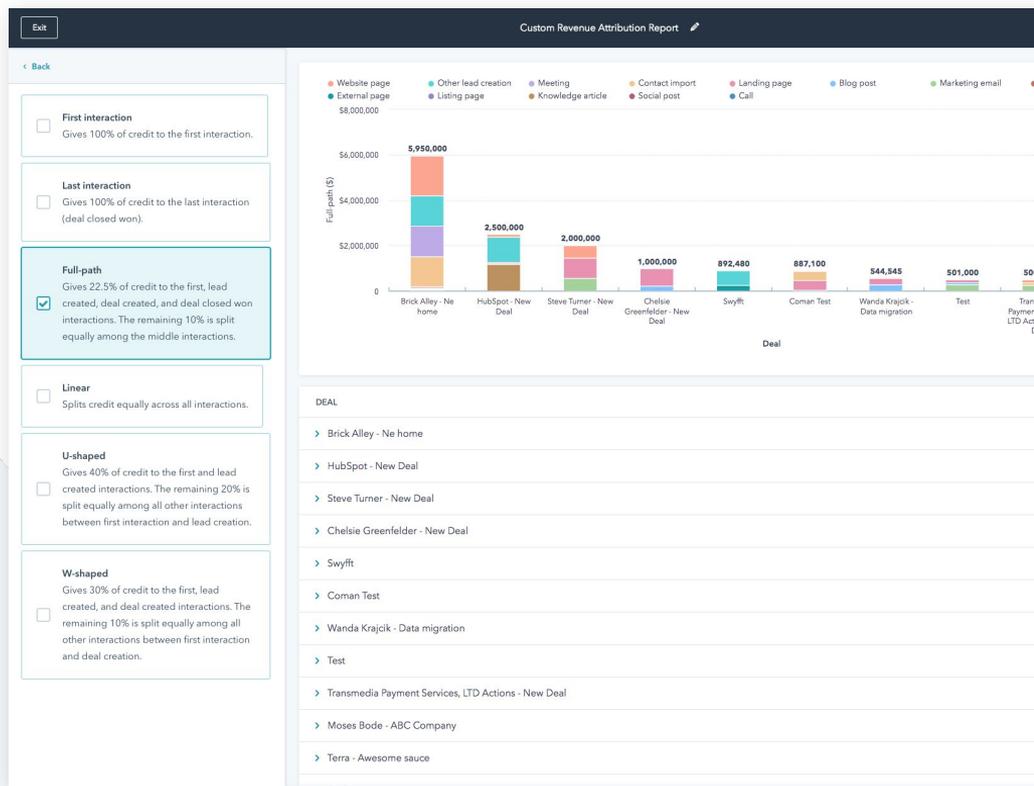


Encuesta: Si trabajas en Marketing, ¿te es fácil demostrar el impacto de tu trabajo sobre las ventas de tu organización?



Informe de atribución de ingresos

Asocia automáticamente los ingresos de tus negocios a cada acción de marketing que tu equipo ha ejecutado. Esto te permite identificar tus activos de marketing que tienen mayor impacto y tomar mejores decisiones basadas en datos.



Mide el impacto de
tus esfuerzos de marketing

Otorga crédito a todas las interacciones de clientes con negocios cerrados con actividades de marketing

Con base en el monto del negocio cerrado y un modelo de atribución



¿Qué se necesita?

- Tener negocios creados en HubSpot y que estén en etapa “Cerrado ganado” si se han cerrado
- Que estos negocios tengan a los respectivos contactos asociados



HubSpot no puede medir ingresos de negocios externos o interacciones de Marketing no registradas en HubSpot



Dimensiones

- Tipo de contenido
- Título del contenido
- Negocio
- Pipeline del negocio
- Tipo de negocio
- Campaña
- Fuente de interacción
- Tipo de interacción



Dimensiones

- Tipo de contenido
- Título del contenido
- Negocio
- Pipeline del negocio
- Tipo de negocio
- Campaña
- Fuente de interacción
- Tipo de interacción



Tipos de Contenido

- **Página del sitio web:** [páginas de sitio web](#) en HubSpot.
- **Página de destino:** [páginas de destino](#) en HubSpot.
- **Publicación del blog:** [Publicaciones de blog](#) en HubSpot.
- **Página de listado:** [páginas de listas de blogs](#) en HubSpot.
- **Correo electrónico de marketing:** [correos electrónicos de marketing](#) en HubSpot.
- **Reuniones:** [reuniones configuradas](#) o [registradas](#) en HubSpot.
- **Artículos de conocimiento:** [artículos](#) en tu base de conocimientos de HubSpot.
- **Misc. Página de HubSpot:** una página creada por HubSpot que no se clasifica, como [enlaces de reunión](#) y [páginas de suscripción](#).
- **Página externa:** [páginas externas con el código de seguimiento de HubSpot instalado](#).
- **Importar contactos:** [importación de contactos](#).
- **Llamada:** [llamadas realizadas](#) o [registradas](#) en HubSpot.
- **Publicación en redes sociales:** [posts publicados en redes sociales](#) a través de HubSpot.
- **Correo electrónico de ventas:** [correos electrónicos individuales](#) enviados a través de, [monitorizados por](#), o [registrados](#) en HubSpot.
- **Anuncios:** [anuncios](#) con seguimiento de HubSpot.
- **Conversaciones:** [conversaciones](#) en HubSpot.



Fuentes de interacción

Sesiones online

FUENTE DE INTERACCIÓN

Tráfico directo

Marketing por correo electrónico

Recomendaciones

Búsqueda orgánica

Búsqueda de pago

Fuentes sin conexión

Ventas

Redes sociales

Otras campañas

Redes sociales de pago

Fuera de sesión

- *La reunión, la llamada, la respuesta de correo electrónico de ventas, y las interacciones de conversación se clasifican en Ventas.*
- *Las interacciones de Clics de correo electrónico de marketing son clasificadas en el Correo electrónico de marketing.*
- *Las interacciones de Clics en redes sociales son clasificadas en Redes sociales.*



Tipo de interacción

TIPO DE INTERACCIÓN

Vista de pagina

Clic en correo electrónico de marketing

Envío de formulario

Importación de contactos

Clic de CTA

Reunión

Llamada

Respuesta a correo electrónico de ventas

Clic en publicación social

Conversacion

Clic del anuncio



1

Define los filtros principales

- Fecha de cierre de los negocios
- Pipeline(s) de los negocios
- Tipo de negocio
- Interacciones (Marketing y/o Ventas)

2

Define la dimensión sobre la que deseas medir la atribución de ingresos

Ejemplos

- **Tipos de contenido** que influyeron más y menos los ingresos
- **Piezas de contenido** que influyeron más y menos los ingresos
- **Fuente de las interacciones (canales)** que influyeron más y menos los ingresos
- **Tipos de las interacciones** que influyeron más y menos los ingresos



Ejemplos

- **Campañas** que influyeron más y menos los ingresos
- Contenido que influyó en los **negocios de mayor valor**
- Contenido que influyó en cada **pipeline de negocio**



3

Escoge el modelo de atribución
que deseas

Modelos de atribución

- **Primera interacción:** atribuye 100% de los créditos de ingresos del negocio a la primera interacción del contacto en el camino de conversión.
- **Última interacción:** atribuye 100% de los créditos de ingresos del negocio a la última interacción del contacto en el camino de conversión.
- Ruta completa:
 - Atribuye 22.5% de los créditos de ingresos a cada una de las siguientes interacciones: primera interacción, interacción de creación de lead, interacción de creación de negocio y última interacción
 - Atribuye el 10% restante de los créditos de ingresos de negocios a todas las demás interacciones por partes iguales.



Modelos de atribución

- **Lineal:** atribuye los créditos de ingresos de negocios igual a cada interacción en el camino de conversión.
- **En forma de U:**
 - Atribuye 40% de los créditos a la primera interacción y 40% a la interacción de creación de lead
 - Atribuye el 20% restante de los créditos de ingresos del negocio a todas las demás interacciones por partes iguales.
- **En forma de W:**
 - Atribuye 30% de los créditos a cada una de las siguientes interacciones: primera interacción, interacción de creación de lead e interacción de creación de negocio
 - Atribuye el 10% restante de los créditos de ingresos de negocios a todas las demás interacciones por partes iguales.



¿Cómo usar la herramienta
dentro de HubSpot?

Informe #1

- Influencia por **tipo de contenido** en negocios de los últimos 90 días
 - Todos los pipelines, interacciones de Marketing y Ventas
 - Modelo de atribución: Lineal



Informe #2

- Influencia por **pieza de contenido** en negocios del trimestre pasado
 - Todos los pipelines, interacciones de Marketing y Ventas
 - Modelo de atribución: Primera interacción



Informe #3

- Influencia por **campana** por pipeline en negocios del año pasado
 - Todos los pipelines, interacciones de Marketing y Ventas
 - Modelo de atribución: Ruta completa





#3

Partición de contenido

¿Quieres tener toda la información en un solo sitio pero poder limitar el acceso a la misma con base a equipos/usuarios específicos?



Partición de contenido

- Permite limitar el acceso a contenido para usuarios y equipos específicos

Páginas

Blog



Partición de contenido

- Permite limitar el acceso a contenido para usuarios y equipos específicos



Páginas

Blog

CTAs

Listas

Paneles

Formularios

Correos de marketing



Partición de contenido

- Permite limitar el acceso a contenido para usuarios y equipos específicos

Páginas

CTAs

Workflows

Blog

Listas

Paneles

Formularios

Correos de marketing





#4

Pruebas adaptativas para páginas web

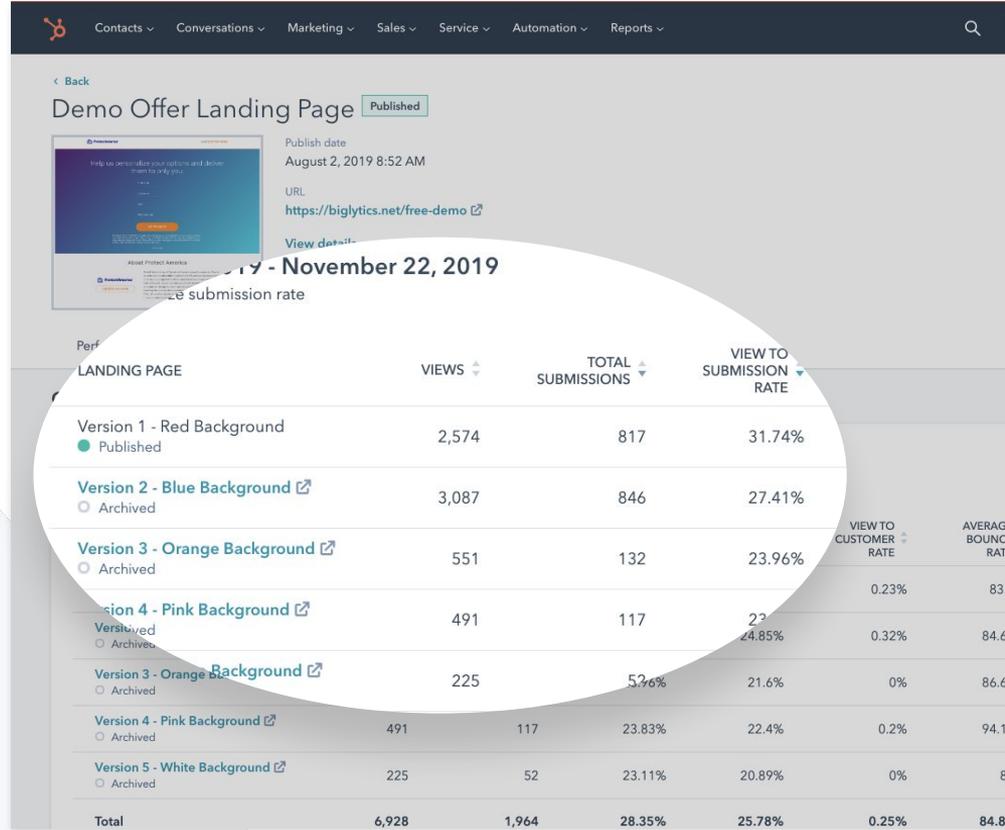


Encuesta: ¿Has hecho pruebas A/B en tus contenidos de Marketing?



Pruebas Adaptativas

- Optimiza tus caminos de conversión usando inteligencia artificial.
- Puedes crear hasta cinco variaciones de una sola página.
- Con el tiempo, HubSpot envía el tráfico a la versiones que tienen mejor desempeño y eventualmente elige una ganadora para ti.
- Menos trabajo para ti y mejor desempeño en tus páginas.



The screenshot shows the HubSpot A/B testing interface for a 'Demo Offer Landing Page'. The page is published and was published on August 2, 2019, at 8:52 AM. The URL is https://biglytics.net/free-demo. The table below shows the performance of five different versions of the landing page, with Version 1 (Red Background) being the top performer.

Perf	LANDING PAGE	VIEWS	TOTAL SUBMISSIONS	VIEW TO SUBMISSION RATE	VIEW TO CUSTOMER RATE	AVERAGE BOUNCING RATE
● Published	Version 1 - Red Background	2,574	817	31.74%		
○ Archived	Version 2 - Blue Background	3,087	846	27.41%		
○ Archived	Version 3 - Orange Background	551	132	23.96%	0.23%	83.1%
○ Archived	Version 4 - Pink Background	491	117	23.83%	0.32%	84.1%
○ Archived	Version 3 - Orange Background	225	52	23.11%	0%	86.6%
○ Archived	Version 4 - Pink Background	491	117	23.83%	0.2%	94.1%
○ Archived	Version 5 - White Background	225	52	23.11%	0%	86.6%
	Total	6,928	1,964	28.35%	0.25%	84.8%



¿Qué variaciones puedes hacer en tus páginas?

Imágenes o videos

CTAs

Estilos de texto o
elección de palabras

Formularios

Diseño

Veamos cómo puedes hacerlo en HubSpot





#5

Targeting avanzado en conversaciones



¿Quieres iniciar conversaciones más contextualizadas con tus prospectos/clientes?



Targeting avanzado en conversaciones

- Ten más control sobre quién ve tu chatflow agregando reglas basadas en la **identidad** o el **comportamiento** de tus visitantes, a las reglas de **URL**.



- Listas
- Visitante/Contacto
- Tipo de dispositivo
- Idioma del navegador
- País
- Clics en CTA
- Número de sesiones
- Páginas visitadas
- URL de referencia



Targeting avanzado en conversaciones

[← Volver a chatflows](#) Chatflow de Bienvenida

1 Crear
Crea un mensaje de bienvenida para saludar a los visitantes del sitio.

2 Objetivo
Decide cuándo mostrar el flujo de chat en tu sitio.

3 Mostrar
Configuración de pantalla de control para este chatflow.

4 Opciones
Ver y administrar tu configuración de flujo de chat.

Objetivo

Establece reglas para decidir en cuáles páginas web se muestra tu chatflow. También puedes elegir mostrar tu chatflow solo a visitantes específicos según su identidad o acciones.

URL del sitio web

Dirígete a tus visitantes eligiendo las páginas web donde deseas que aparezca tu flujo de chat.

MOSTRAR CHAT

CUÁNDO

[+ Agregar regla](#) [+ Agregar regla de exclusión](#)

Información y comportamiento del visitante (opcional)

Ten más control sobre quién ve tu chatflow agregando reglas basadas en la identidad o el comportamiento de tus visitantes

MOSTRAR CHAT

CUÁNDO (Opcional)

[+ Agregar regla](#) [+ Agregar regla de exclusión](#)



Targeting avanzado en conversaciones

The image shows a user interface for configuring advanced targeting for chat conversations. It features two main sections, each with a 'MOSTRAR CHAT' button. The top section has a 'CUÁNDO' (When) dropdown menu with a search bar containing 'Buscar' and a magnifying glass icon. Below the search bar is a list of filter categories: 'Todos los visitantes:', 'Tipo de dispositivo', 'Idioma del navegador', 'País', and 'Clics en CTA'. The bottom section has a 'CUÁNDO' dropdown menu with 'Seleccionar filtro' and a downward arrow, followed by '(Opcional)'. Below this are two buttons: '+ Agregar regla' and '+ Agregar regla de exclusión'. A dark blue button labeled 'Agregar grupo de filtros' is positioned below the bottom section. The interface also includes text like 'Ten más con...', 'de exclusión', and 'reglas basadas en la identidad o el comportamiento de tus visitantes'.



Targeting avanzado en conversaciones

Vista preliminar



Información y comportamiento del visitante (opcional)

Ten más control sobre quién ve tu chatflow agregando reglas basadas en la identidad o el comportamiento de tus visitantes

MOSTRAR CHAT

CUÁNDO Idioma del navegador ▼ Español × ▼ 

País ▼  México × ▼ 

[+ Agregar regla](#) [+ Agregar regla de exclusión](#)



Targeting avanzado en conversaciones

Vista preliminar



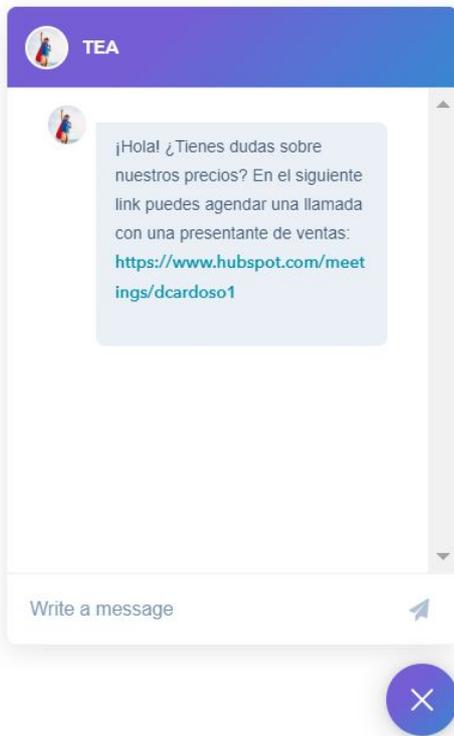
Información y comportamiento del visitante (opcional)

Ten más control sobre quién ve tu chatflow agregando reglas basadas en la identidad o el comportamiento de tus visitantes



Targeting avanzado en conversaciones

Vista preliminar



Información y comportamiento del visitante (opcional)

Ten más control sobre quién ve tu chatflow agregando reglas basadas en la identidad o el comportamiento de tus visitantes

MOSTRAR CHAT

CUÁNDO es

+ Agregar regla + Agregar regla de exclusión

The form is used to define targeting rules for a chatflow. It features a "MOSTRAR CHAT" button at the top. Below it, there are three input fields: "CUÁNDO" (When), "es" (is), and a text field containing "hubspot.com/precios". There are dropdown arrows on the "CUÁNDO" and "es" fields. Below the input fields, there are two buttons: "+ Agregar regla" and "+ Agregar regla de exclusión". A trash icon is located to the right of the text field.



A vertical line on the left side of the slide, decorated with several circles of varying sizes and a network icon at the bottom. The circles are light orange and the network icon is white.

#6

Nuevos límites para Workflows y Paneles

Mayor Capacidad

Duplicamos la capacidad en los límites de workflows, listas, reportes y dashboards.

¿Cómo se ven ahora éstos límites?

- Puedes crear hasta 1000 workflows
- 20 informes por panel
- 26 Paneles

Mayor capacidad significa que el único límite para tus esfuerzos de marketing es tu imaginación.

The screenshot shows a workflow editor interface. At the top, there's a dark header with the text "Set a lifecycle stage to MQL" and a pencil icon. Below the header are tabs for "Actions", "Settings", "Performance", and "History". The main workspace contains a vertical flow of steps:

- 1. "Contacts enrollment trigger" with a sub-question "How do you want to trigger this contact-based automation?" and a red button labeled "Set enrollment triggers".
- 2. A plus sign connector.
- 3. "Set property value" with a sub-question "Set contact property Lifecycle stage to Marketing Qualified Lead".
- 4. A minus sign connector.
- 5. A box labeled "New action" with a plus sign.
- 6. A checkered stop icon at the bottom.

On the right side, there's a sidebar titled "Choose an action" with a search bar and several categories of actions:

- Workflow:** Delay, If/then branch, Go to other action, Enroll in another workflow, Trigger webhook.
- Internal communication:** Send internal email notification, Send internal SMS, Send in-app notification.
- External communication:** Send email.
- Slack:** Send Slack notification.
- Salesforce:** (partially visible).

At the bottom of the sidebar is a "Cancel" button.



Empecemos con las
preguntas
de Zoom.



The background is a solid gradient of orange and red. In the top-left corner, there is a large, semi-transparent light red circle with a smaller, solid dark red circle inside it. To its right, there are three concentric, semi-transparent light red circles. In the bottom-right corner, there is a large, semi-transparent light red circle that is partially cut off by the edge of the frame.

¡Gracias!