

HubSpot & Bizible

In diesem Dokument bieten wir Ihnen einen vergleichenden Überblick zwischen dem HubSpot-Tool zur Attribution-Berichterstattung und Bizible.



Die wichtigsten Unterschiede



HubSpot bietet Ihnen eine zentrale Übersicht über das gesamte Kundenerlebnis.

HubSpot ist benutzerfreundlich. Marketer können auch ohne spezielles Fachwissen die Attribution-Berichte von HubSpot verwenden. Es ist kein manuelles Setup erforderlich und Marketer können die Berichterstattung ohne die Hilfe eines technischen Administrators effektiv nutzen.

Sie bezahlen für ein einziges System und erhalten damit alle erforderlichen Insights, um smarte Entscheidungen für Ihr Unternehmen zu treffen.

Mit Bizible können Sie manuell Aktivitäten aus Offline-Kanälen wie Telefonanrufe und Messen nachverfolgen.

Bizible basiert hauptsächlich auf ABM (Account-based Marketing).

Bizible kann präzise an spezifische Anforderungen von Unternehmen angepasst werden und erfordert einen technischen Administrator für die Implementierung und Verwaltung.

Voraussetzung: Abonnement für SFDC und Verwendung einer Marketing-Automatisierungsplattform.



Attribution-Modelle



Erste Interaktion
U-förmig
W-förmig
Letzte Interaktion
Linear
Vollständiger Pfad

Erste Interaktion
U-förmig
W-förmig
Lead-Erstellung
Benutzerdefiniertes Modell
Durch ML unterstütztes Modell

HINWEIS: Unser Team erforscht derzeit die Möglichkeit, eine benutzerdefinierte Modellerstellung in HubSpot anzubieten.



Preisgestaltung und Bereitstellung



In Marketing Hub Enterprise enthalten
(Marketing Hub Enterprise:
2.944 € / 3.200 USD)

Im [Salesforce App Exchange](#) aufgeführt als „ab 1.000 USD/Monat“.

Zur Verwendung von Bizible müssen Sie auch SFDC und eine Marketing-Automatisierungs-Plattform (wie HubSpot oder Marketo) nutzen. Geschätzte Gesamtkosten einschließlich SFDC und Marketo: 9.000 USD

NUR FÜR INTERNE PARTNER – dieses Dokument nicht teilen