

El objetivo de este documento es comparar brevemente la herramienta de informes de atribución de HubSpot con la de Bizible.



Factores de diferenciación clave



HubSpot te brinda información sobre toda la experiencia del cliente en un solo lugar.

HubSpot es fácil de usar. Cualquier profesional del marketing puede usar y aprovechar el valor que ofrecen los informes de atribución de HubSpot. No se requiere una configuración manual ni asistencia técnica para extraer valor de los informes.

Pagas el precio de un solo sistema y recibes toda la información que necesitas para tomar decisiones más inteligentes para tu empresa.

Bizible permite monitorizar de forma manual las fuentes offline, como llamadas telefónicas y ferias comerciales.

Bizible hace mucho hincapié en el marketing basado en cuentas.

Bizible es muy personalizable y exige un administrador técnico para ayudar con su implementación y mantenimiento.

Requiere una suscripción a SFDC y una plataforma de automatización del marketing.



Modelos de atribución



Primera interacción
En forma de U
En forma de W
Última interacción
Lineal
Recorrido completo

Primera interacción
En forma de U
En forma de W
Creación de leads
Modelo personalizado
Modelo basado en el aprendizaje automático

NOTA: Actualmente, el equipo de productos de HubSpot trabaja en un modelo personalizado.



Precio y presentación



Se incluye en Marketing Hub Enterprise
(Precio de Marketing Hub Enterprise:
USD 3.200)

Según [Salesforce AppExchange](#): «A partir de USD 1.000/mes».

Para usar Bizible, también necesitas SFDC y una plataforma de automatización del marketing (como HubSpot o Marketo).
Costo total estimado incluyendo SFDC y Marketo: USD 9.000.