

Ce document décrit brièvement en quoi l'outil de création de rapports d'attribution de HubSpot se distingue de Bizible.



Principaux éléments de différenciation



HubSpot centralise toutes les informations relatives à l'expérience client, de bout en bout.

HubSpot est facile à utiliser. Tout marketeur peut utiliser le rapport d'attribution de HubSpot et en tirer profit. Aucune configuration manuelle n'est nécessaire. Il est inutile de faire appel à un administrateur technique pour exploiter ces rapports.

L'entreprise paie un seul système pour obtenir tous les renseignements dont elle a besoin pour prendre des décisions éclairées.

Bizible permet de suivre manuellement les sources hors ligne, comme les appels téléphoniques et les salons professionnels.

Bizible s'appuie fortement sur le marketing des comptes stratégiques.

Bizible est hautement personnalisable et nécessite l'aide d'un administrateur technique pour l'implémentation et la maintenance.

Bizible nécessite un abonnement à SFDC (Salesforce) et une plateforme de marketing automation.



Modèles d'attribution



Première interaction
Modèle en U
Modèle en W
Dernière interaction
Linéaire
Parcours complet

Première interaction
Modèle en U
Modèle en W
Création de leads
Modèle personnalisé
Modèle ML (Machine Learning)

REMARQUE : l'équipe produit explore actuellement la modélisation personnalisée dans HubSpot.



Tarification



Inclus dans Hub Marketing Entreprise
(Hub Marketing Entreprise : 2 944 €)

Répertorié dans Salesforce Application Exchange en tant que logiciel facturé à partir de 1 000 \$/mois.

Vous avez besoin de SFDC (Salesforce) et d'une plateforme de marketing automation (comme HubSpot ou Marketo) pour utiliser Bizible.
Coût total estimé avec SFDC et Marketo : 9 000 \$