



Développement de l'offre de services

HubSpot développe son offre de services et inclut désormais l'accès aux outils E-mail marketing et Publicités dans HubSpot CRM. Ces fonctionnalités, qui sont disponibles en version bêta depuis le 24 juin 2019, seront mises à la disposition de tous les utilisateurs le 16 juillet. Il est donc déconseillé de les promouvoir activement avant le 16 juillet.

Pourquoi une telle évolution ?

De nombreuses entreprises proposant des solutions similaires en accès libre, HubSpot souhaite rester compétitive en développant sa propre offre de services. Ce choix permet en outre à l'entreprise de s'adapter au comportement d'achat des utilisateurs et de leur proposer un produit qui compte parmi les leaders du marché. Enfin, HubSpot cherche à augmenter le nombre d'utilisateurs du Hub Marketing. Ainsi, en leur offrant l'accès à des outils gratuits supplémentaires, les partenaires auront l'opportunité d'attirer de nouveaux clients.

Comment positionner les outils marketing gratuits de HubSpot ?

Chaque interaction avec une marque participe à la perception qu'un client s'en fait et chaque initiative de l'équipe marketing l'affecte de façon positive ou négative.

Les outils E-mail marketing et Publicités fonctionnant indépendamment, ils ne permettent pas d'obtenir une vue d'ensemble de l'expérience des clients.

Les fonctionnalités marketing performantes de HubSpot, comme l'e-mail marketing, les conversations, les formulaires et les publicités, sont intégrées au CRM afin que les clients puissent accéder à toutes les informations dont ils ont besoin pour prendre en charge l'intégralité de l'expérience client.

Et elles sont entièrement gratuites.

Les outils marketing disponibles dans HubSpot CRM



Des outils d'**e-mail marketing** avec un éditeur doté d'une fonctionnalité de glisser-déposer, présentant des taux de délivrabilité excellents et offrant des analytics qui facilitent l'optimisation du processus de lead nurturing.



Une suite complète d'outils de conversion comprenant des **formulaires standards** et des **formulaires contextuels** pour optimiser la conversion des visiteurs de votre site web en leads.



Un outil **Conversations** pour exploiter tout le potentiel du chat en direct sur votre site web depuis une seule boîte de réception. Déployez des chatbots, convertissez des leads et assurez le reporting de vos performances.



Des **publicités** créées dans HubSpot pour comparer les performances de vos campagnes sur différents réseaux et savoir exactement quels contacts interagissent avec elles.

[Découvrez toutes les informations relatives aux offres et à la tarification des outils marketing gratuits de HubSpot](#)

Quelles sont les conséquences de cette évolution pour les partenaires ?

En permettant à vos clients d'accéder à de nouveaux outils gratuits, vous pouvez générer davantage de valeur pour les utilisateurs de comptes gratuits. Avec le temps, ils atteindront probablement les limites de ces outils ou seront intéressés par l'acquisition de fonctionnalités additionnelles. L'évolution de l'offre de services de HubSpot n'affectera donc pas les utilisateurs des versions Starter, Pro et Entreprise du Hub Marketing, mais vous fournira des arguments supplémentaires pour effectuer des mises à niveau.



Ressources pour le développement des ventes des partenaires

1. [Guide de vente stratégique des outils gratuits](#)
2. [Formations Academy](#)
3. [Étude de cas](#)
4. [Page dédiée à la commercialisation des outils marketing gratuits dans les ressources destinées aux partenaires](#)

Questions fréquentes

- ★ **Pourquoi un client devrait-il effectuer une mise à niveau vers le Hub Marketing Starter ?**

Avec cette mise à niveau, il pourra supprimer le branding de HubSpot des formulaires et du pied de page des e-mails, et il pourra consulter l'intégralité de la chronologie des contacts sans être limité aux 7 jours de la période initiale. La limite d'envoi d'e-mails évoluera au même rythme que le nombre de ses contacts. Il disposera aussi de fonctionnalités d'automatisation des e-mails, comme les e-mails de suivi générés automatiquement après la soumission d'un formulaire standard ou contextuel.
- ★ **Que dire à un client qui accède à la version bêta des outils gratuits ?**

N'hésitez pas à lui signaler qu'il s'agit de la version bêta des outils, mais ne lui communiquez aucune information relative à leur lancement officiel.
- ★ **Pourquoi ces outils sont-ils désormais disponibles gratuitement ?**

HubSpot souhaite développer l'utilisation du Hub Marketing. Pour ce faire, les utilisateurs doivent pouvoir accéder librement aux outils marketing avant de décider de souscrire à un abonnement payant. Le nombre d'utilisateurs pour lesquels vous pourrez effectuer des mises à niveau vers les versions Starter, Pro et Entreprise du logiciel devrait donc augmenter de façon significative.
- ★ **À quel niveau de support les utilisateurs des outils gratuits ont-ils accès ?**

Ils ont accès à la communauté HubSpot.
- ★ **Quelles sont les restrictions applicables aux outils E-mail marketing et Publicités dans le cadre de leur utilisation avec HubSpot CRM ?**

Consultez la [documentation suivante](#) pour en savoir plus sur les restrictions et les mises à niveau applicables à chaque outil.
- ★ **Mes clients ont-ils la possibilité de passer à une version inférieure de leur abonnement ? Comment cela affectera-t-il mon revenu mensuel récurrent (MRR) et ma commission, le cas échéant ?**

Oui, les utilisateurs peuvent passer à une version inférieure de leur abonnement, mais cela n'affectera vraisemblablement pas votre MRR ou votre commission en raison des restrictions applicables aux outils gratuits. Il est peu probable que vos clients forment une telle demande, car ils perdraient l'accès aux fonctionnalités nécessaires à la croissance de leur entreprise. Il est d'ailleurs plus probable que l'accès aux nouveaux outils gratuits vous permette d'attirer davantage de clients et d'effectuer plus de mises à niveau en établissant les bénéfices inhérents à l'utilisation d'outils supplémentaires.
- ★ **J'utilise les outils E-mail marketing et Publicités pour convaincre mes prospects et mes clients d'effectuer une mise à niveau vers la version Pro du Hub Marketing. Si ces outils sont désormais accessibles gratuitement, comment puis-je les utiliser pour les inciter à souscrire à un abonnement payant ?**

Les outils gratuits étant sujets à des restrictions, vous disposez encore de nombreux arguments en faveur d'une mise à niveau vers le logiciel Hub Marketing Pro. L'outil E-mail marketing inclus dans le CRM permet un nombre d'envois limité, qui s'avérera probablement insuffisant pour satisfaire les besoins de vos clients à long terme. En outre, le branding de HubSpot est présent sur les e-mails et ils voudront sans doute le supprimer. Les publicités sont également sujettes à un budget limité que de nombreux clients trouveront insuffisant. Ainsi, le fait que ces outils soient désormais intégrés au logiciel gratuit de HubSpot ne devrait pas avoir un impact négatif sur les clients qui envisagent d'acquérir la version Pro ou Entreprise du Hub Marketing.
- ★ **Les tarifs des versions Starter, Pro et Entreprise du Hub Marketing vont-ils changer ?**

Non, l'évolution liée aux outils E-mail marketing et Publicités n'a aucune incidence sur la tarification des versions Starter, Pro et Entreprise du Hub Marketing, qui reste donc inchangée. Pour en savoir plus, veuillez consulter la [page des tarifs de HubSpot](#).