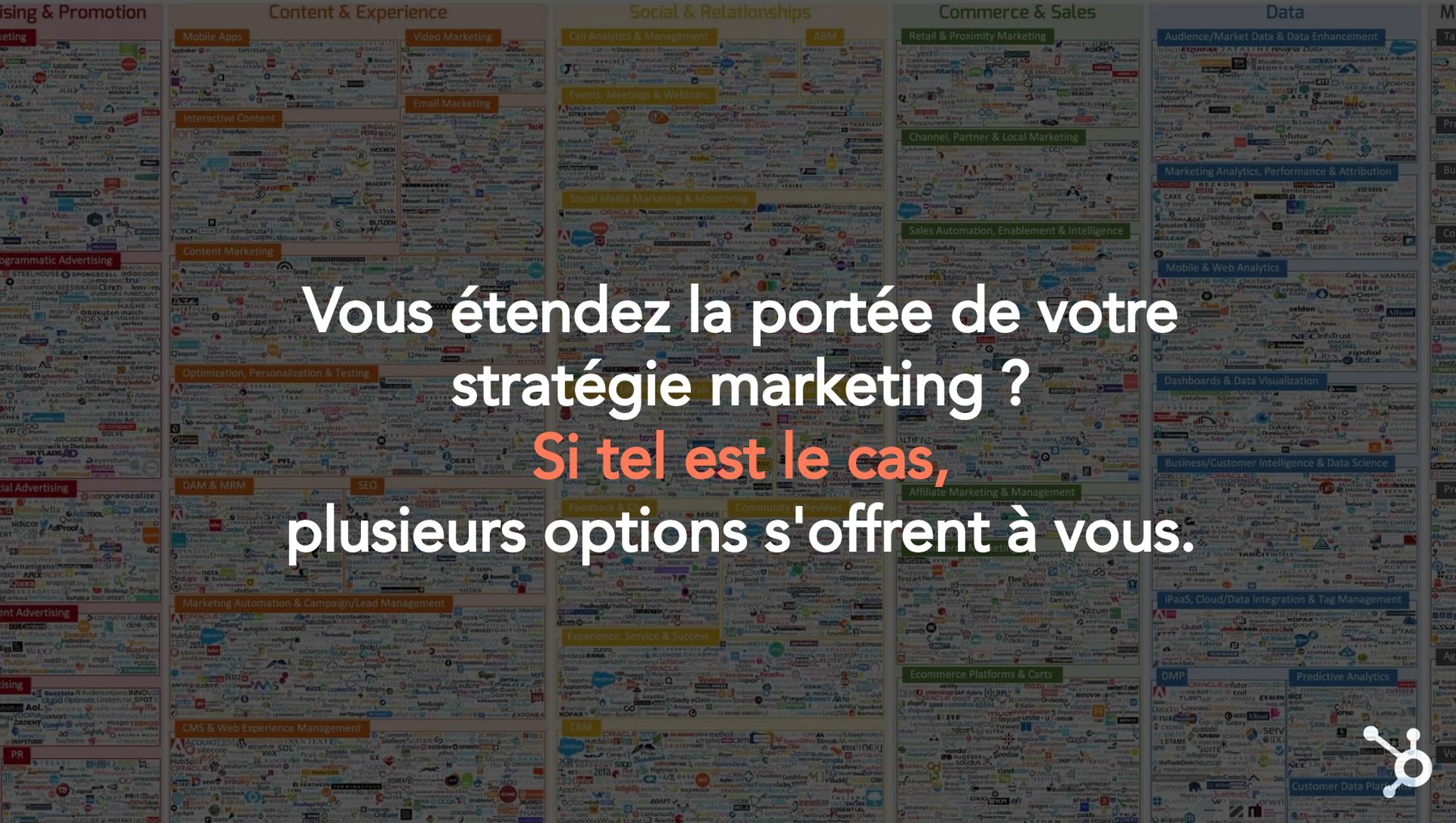




Les outils marketing gratuits dans HubSpot CRM



Vous étendez la portée de votre
stratégie marketing ?
Si tel est le cas,
plusieurs options s'offrent à vous.



Il est facile de se lancer.

**Cependant, il est toujours
difficile de se développer.**



Par où commencer ?



Vous savez que vous devriez envoyer une newsletter par e-mail.

Vous voyez d'innombrables publicités et vous savez que vous devriez en créer.

Vous savez que votre site doit générer des leads.

Le chat en direct se développe et vous souhaitez l'essayer.

Votre entreprise est présente sur Facebook, sans toutefois interagir avec des clients potentiels.

Vous avez des leads, mais vous ne pouvez pas les suivre.

Alors vous adoptez un outil d'e-mail marketing.

Alors vous adoptez un logiciel de conception de publicités.

Alors vous adoptez un plug-in pour des formulaires, ainsi qu'un outil pour créer des formulaires contextuels.

Alors vous adoptez un logiciel de chat en direct.

Alors vous adoptez un chatbot pour les réseaux sociaux.

Alors vous adoptez un CRM ou vous créez une feuille de calcul dédiée.



Cette approche est problématique :
plus vous avez d'outils, plus leur
utilisation est **chronophage**.



**Voici votre ancienne
liste de tâches :**

J'ai un site web. Comment m'en servir pour
générer des leads ?



Et votre nouvelle liste de tâches :

Adopter un outil d'e-mail marketing.

Adopter un plug-in pour des formulaires.

Adopter un outil pour les publicités Facebook.

Adopter une application de planification.

Adopter un outil de synchronisation tiers.

Exporter le code et tout apprendre sur le langage HTML.

Se documenter sur la mise en page des formulaires et tout apprendre sur le langage CSS.

Mémoriser 4 nouveaux mots de passe.

Régler 4 factures.

Configurer la synchronisation entre le plug-in des formulaires et le CRM.

Configurer la synchronisation entre les publicités Facebook et le CRM.

Configurer la synchronisation entre l'application de planification et le CRM.

Configurer la synchronisation entre les e-mails et le CRM.

Configurer la synchronisation entre le CRM et les e-mails.

Exporter la liste du CRM

Importer cette liste dans l'outil d'e-mail marketing.

Configurer les e-mails, les envoyer et exporter les données.

Importer les données de l'outil d'e-mail marketing dans le CRM.



**Vous consacrez plus de temps
à la gestion de ces outils qu'à
votre stratégie marketing.**



J'ai déjà reçu cet e-mail.

J'ai déjà parlé à votre représentant sur le chat en direct, mais il ne semble pas le savoir.

Le problème ne s'arrête pas là.
Lorsque vos actions marketing s'appuient sur des outils disparates, vos clients s'en aperçoivent.
Et ce n'est pas à votre avantage.

Pourquoi m'envoyez-vous cet e-mail ?
Je suis déjà en contact avec votre équipe commerciale.

J'ai coché la case « mutuelle » sur votre formulaire, mais vous m'envoyez des e-mails de suivi qui n'ont rien à voir.



Et ce n'est pas tout. Lorsque votre entreprise se développe, tous ses outils deviennent obsolètes.

Vous devez les abandonner au profit d'une solution plus adaptée.



**Cessez de perdre du temps,
de gaspiller votre énergie
et de perdre l'attention de vos clients.**



**Optimisez vos outils pour
optimiser vos actions marketing.**



La tâche est loin d'être aussi facile.

Pour procéder ainsi, j'aurais besoin d'une suite logicielle qui s'adapte à mon entreprise, et ces solutions sont onéreuses et compliquées.



En effet.

Mais si ce n'était pas le cas ?



Et si les outils dont vous avez besoin
pour **réussir vos actions marketing**
étaient centralisés sur une seule
plateforme, qui s'adapte à la
croissance de votre entreprise **et ne**
déséquilibre pas votre budget ?



Si, au lieu de ceci...

Adopter un outil d'e-mail marketing.
Adopter un plug-in pour des formulaires.
Adopter un outil pour les publicités Facebook.
Adopter une application de planification.
Adopter un outil de synchronisation tiers.
Exporter le code et tout apprendre sur le langage HTML.
Se documenter sur la mise en page des formulaires et tout apprendre sur le langage CSS.
Mémoriser 4 nouveaux mots de passe.
Régler 4 factures.
Configurer la synchronisation entre le plug-in des formulaires et le CRM.
Configurer la synchronisation entre les publicités Facebook et le CRM.
Configurer la synchronisation entre l'application de planification et le CRM.
Configurer la synchronisation entre les e-mails et le CRM.
Configurer la synchronisation entre le CRM et les e-mails.
Exporter la liste du CRM
Importer cette liste dans l'outil d'e-mail marketing.
Configurer les e-mails, les envoyer et exporter les données.
Importer les données de l'outil d'e-mail marketing dans le CRM.

...le développement de votre marketing ressemblerait à cela ?

Vous inscrire à HubSpot.

Envoyer des e-mails, concevoir des publicités, créer des formulaires, configurer un système de chat en direct, etc.

Synchroniser vos efforts avec le premier CRM du marché pour suivre vos interactions sur une seule et même plateforme.

Personnaliser facilement vos supports marketing.

Stimuler votre croissance.



Combien de temps gagneriez-vous ?

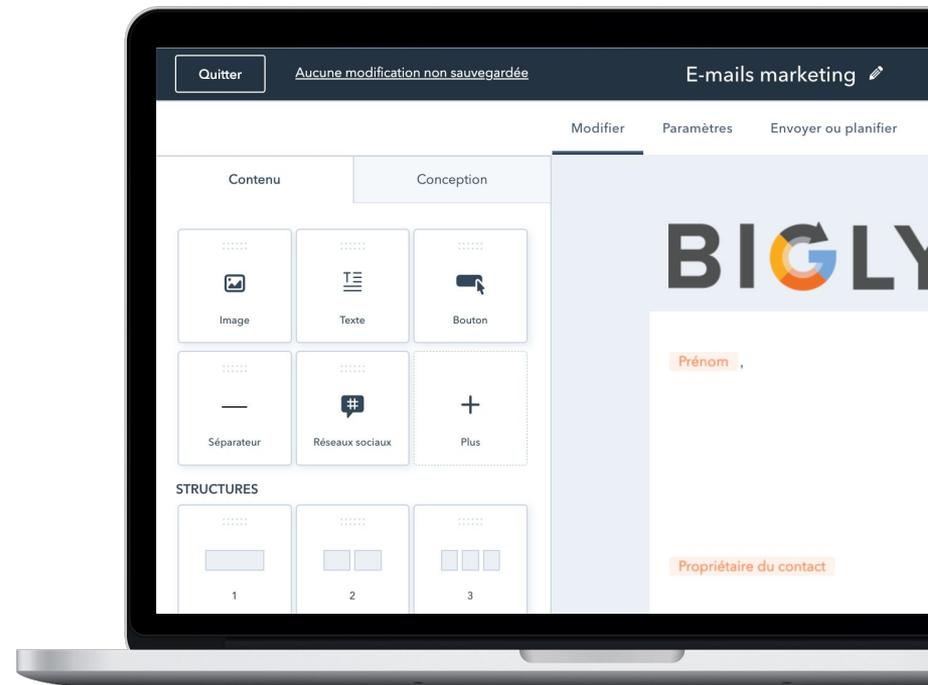


**Savez-vous à quel point vos clients
seraient satisfaits ?**



Les nouveaux outils marketing gratuits : les dernières fonctionnalités en libre accès

Accédez à des outils centralisés pour bien démarrer vos activités marketing. Les solutions marketing et performantes de HubSpot, comme l'e-mail marketing, les conversations, les formulaires et les publicités, sont intégrées au CRM afin que vous puissiez accéder à toutes les informations dont vous avez besoin pour prendre en charge l'intégralité de l'expérience de vos clients. Et elles sont entièrement gratuites.





CRM

Des informations précises sur toutes les interactions de vos clients avec votre marque.



Outils marketing

Les solutions indispensables pour faire parvenir vos contacts à maturation et les convertir en clients.



Des résultats remarquables

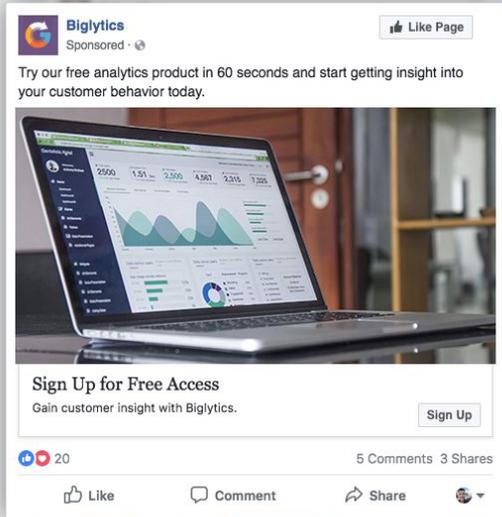
Des outils marketing intégrés à un CRM complet pour exploiter toutes les informations disponibles sur le parcours d'achat de vos clients et optimiser la personnalisation de leur expérience.



Les outils marketing gratuits dans HubSpot CRM

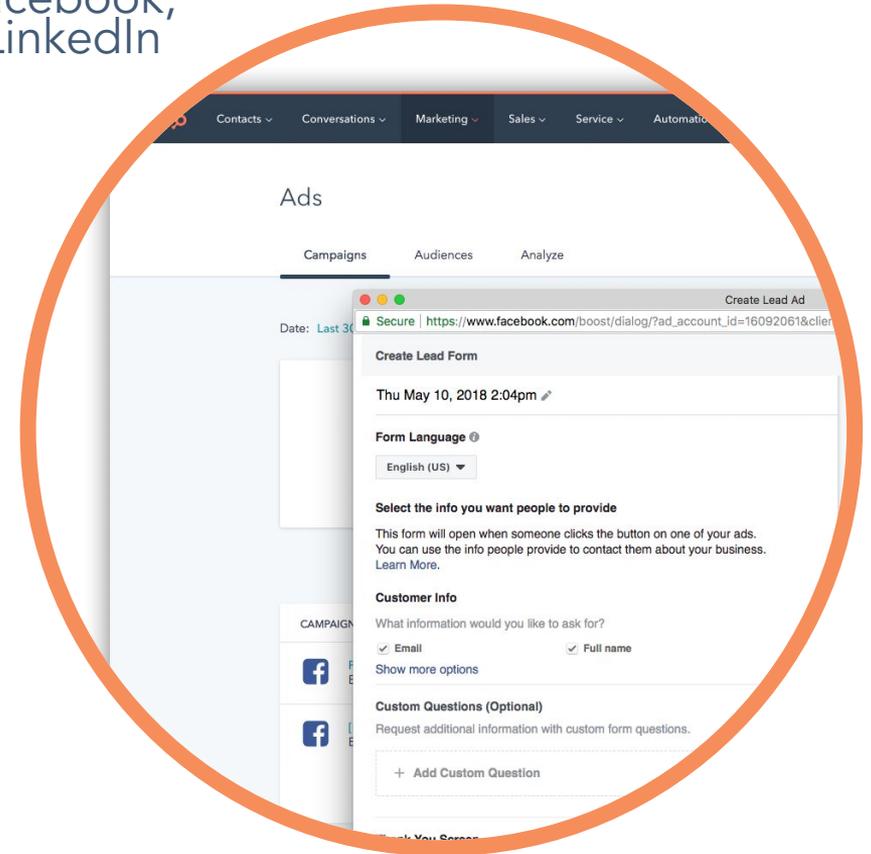


Publicités Facebook, Google et LinkedIn



A Facebook advertisement for Biglytics. The ad features a laptop displaying a dashboard with various charts and graphs. The text of the ad reads: "Try our free analytics product in 60 seconds and start getting insight into your customer behavior today." Below the image, it says "Sign Up for Free Access" and "Gain customer insight with Biglytics." There is a "Sign Up" button. The ad also shows engagement metrics: 20 likes, 5 comments, and 3 shares.

Vos clients vous trouvent grâce à des publicités pertinentes sur Facebook, Google et LinkedIn...



A screenshot of the HubSpot Ads interface. The top navigation bar includes "Contacts", "Conversations", "Marketing", "Sales", "Service", and "Automate". The main heading is "Ads", with sub-sections for "Campaigns", "Audiences", and "Analyze". A "Create Lead Ad" button is visible in the top right. A modal window titled "Create Lead Form" is open, showing the date "Thu May 10, 2018 2:04pm" and the form language set to "English (US)". The form configuration includes sections for "Select the info you want people to provide", "Customer Info" (with checkboxes for "Email" and "Full name"), and "Custom Questions (Optional)".

... conçues et ciblées en quelques minutes grâce à l'outil Publicités de HubSpot.

Capture de leads

entendu. Découvrez comment d'autres
contraire abusé, du big data.

L'e-book relate des expériences comme :

- Ce que j'aurais aimé savoir avant de me lancer avec le big data
- Big data - maths = échec
- Comment le big data nous a aidés à booster notre croissance
- Une brève histoire du big data
- Et bien plus.



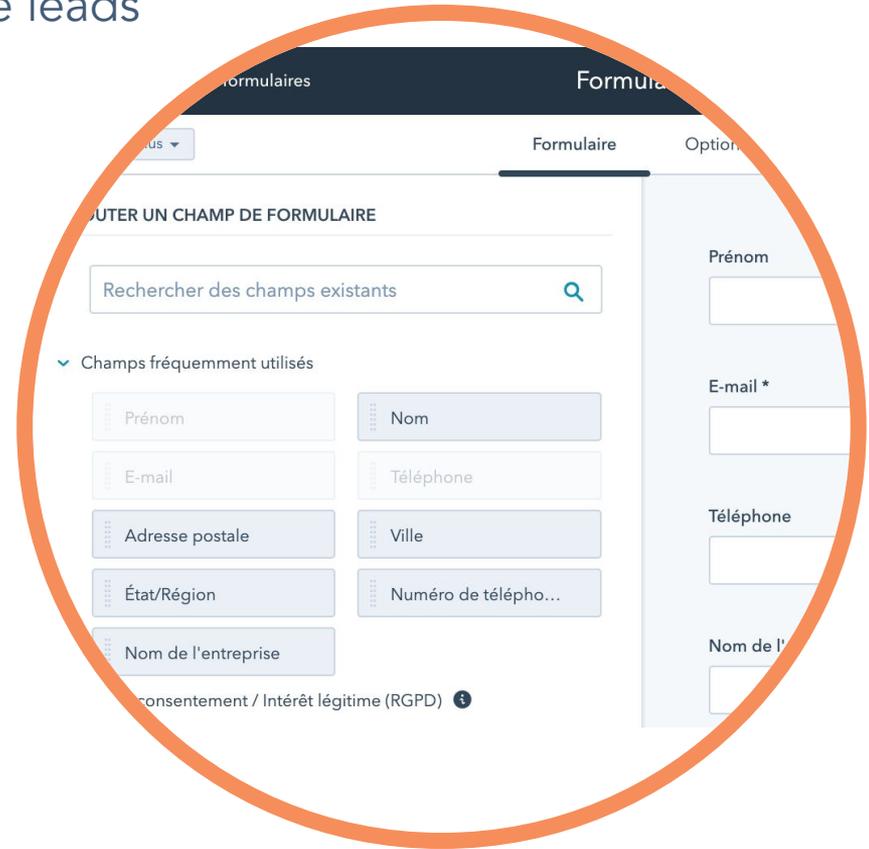
Prénom

Nom

Email

Téléphone

Vos clients téléchargent l'un des contenus de votre site grâce à un formulaire standard ou contextuel...



Formulaires

Formulaires

Plus ▼

Formulaire

Options

AJOUTER UN CHAMP DE FORMULAIRE

Rechercher des champs existants 🔍

▼ Champs fréquemment utilisés

Prénom	Nom
E-mail	Téléphone
Adresse postale	Ville
État/Région	Numéro de télépho...
Nom de l'entreprise	

Consentement / Intérêt légitime (RGPD) ⓘ

Prénom

E-mail *

Téléphone

Nom de l'

... conçu en trois étapes grâce à l'outil Formulaires de HubSpot, qui transmet directement des données au CRM.

E-mail marketing



Bonjour {{contact.firstName}},

Merci d'avoir téléchargé votre guide sur les meilleures pratiques marketing avec Google, accessible [ici à l'avenir](#).

Grâce au logiciel marketing de HubSpot, vous pouvez créer des articles de blog, des pages de destination et des e-mails. L'interface intuitive de HubSpot vous permet de glisser puis déposer chaque module. Demandez une [démonstration des outils marketing de HubSpot](#) sans attendre.

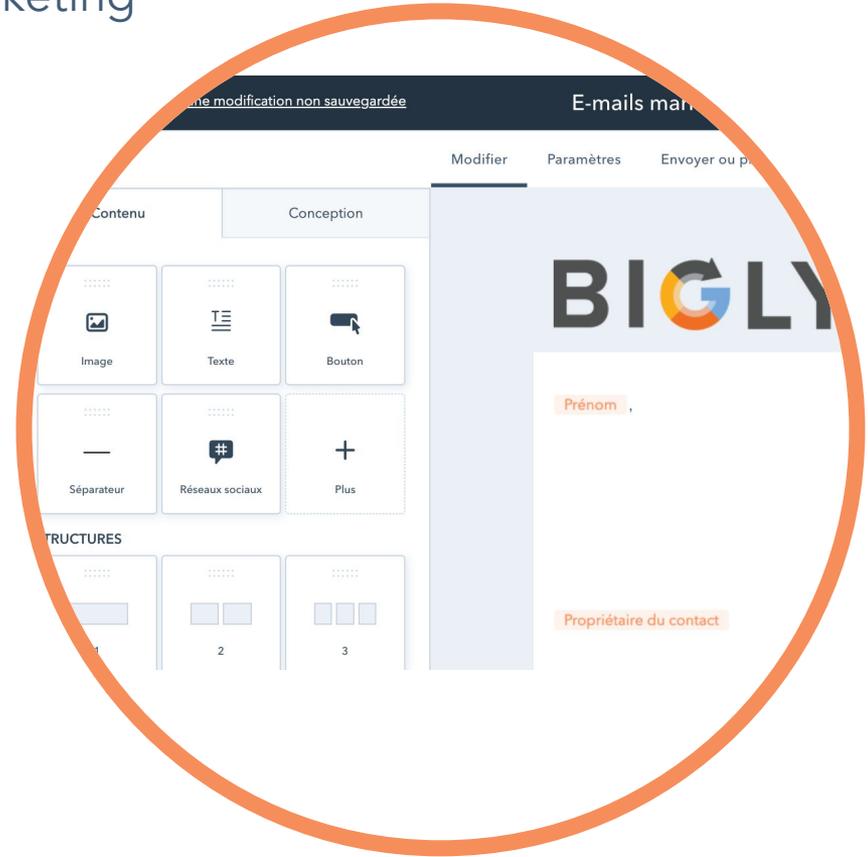
N'hésitez pas à me contacter en cas de questions.

Bonne journée,



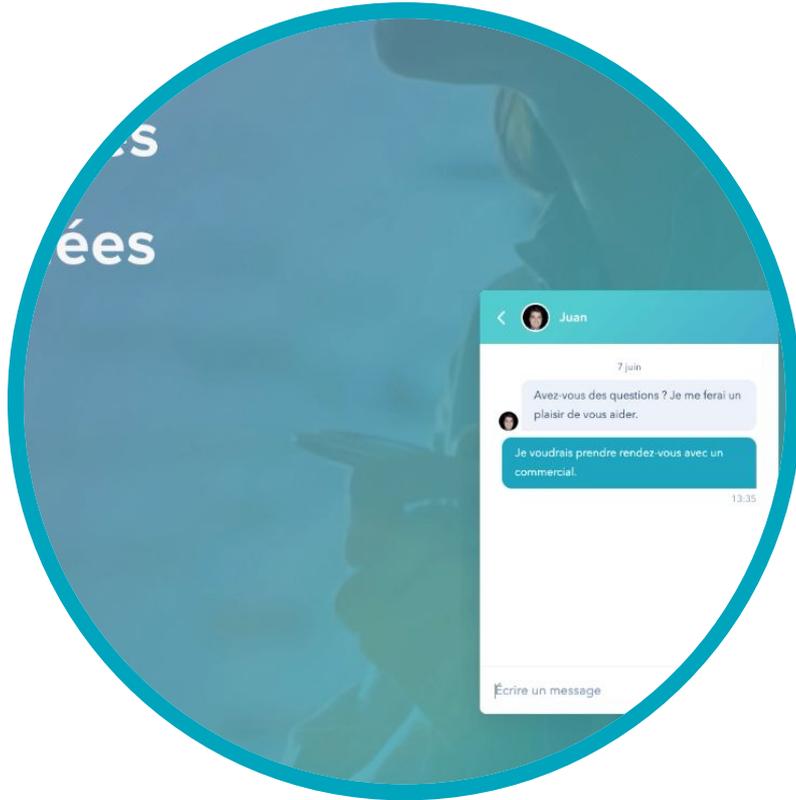
Marketing Manager France
HubSpot | Blog

Ils reçoivent un e-mail de suivi pertinent et opportun...

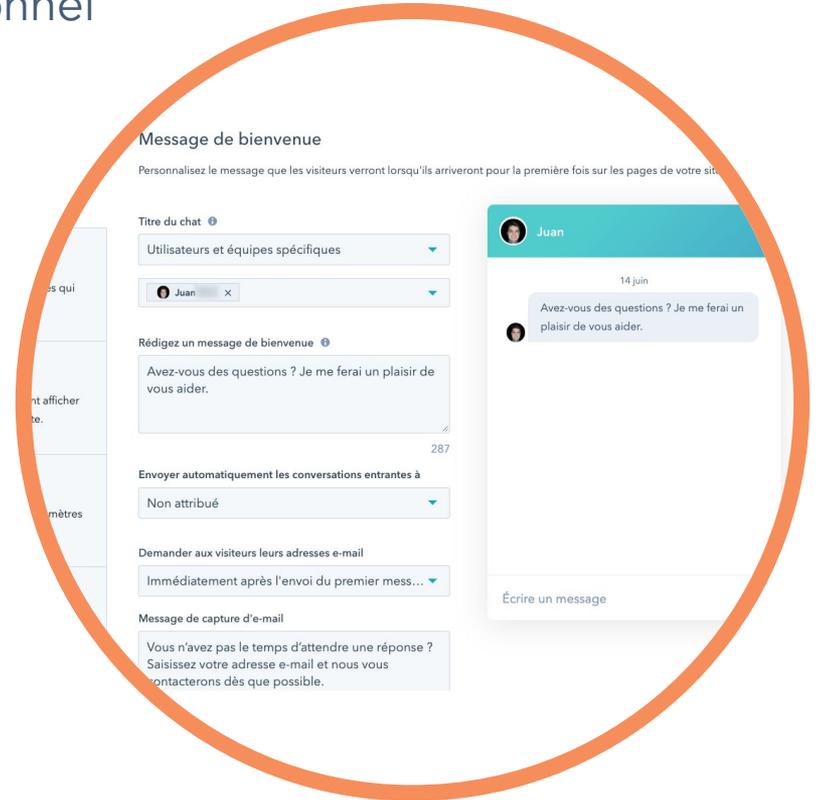


... conçu très simplement dans l'outil E-mail marketing de HubSpot et personnalisé grâce aux données du CRM.

Marketing conversationnel



Ils reviennent sur votre site et obtiennent des réponses rapides en discutant avec un représentant sur le chat en direct...



... configuré en toute simplicité avec l'outil Conversations de HubSpot.

CRM



Ils intègrent votre processus de vente, et votre équipe commerciale peut intervenir aussitôt...

A collage of HubSpot CRM interface elements. At the top, a 'Deals' pipeline view shows stages: OPENED, MAINTAIN, RECOVERY, and DEFINE VALUE. Below it, a 'Tasks' list shows various tasks with checkboxes and due dates. To the right, a 'Form on Webinar' snippet is visible. In the foreground, an 'Edit Template' dialog box is open, showing a personalized email template with fields for contact name and company, and a 'Save template' button.

... en bénéficiant d'un contexte complet sur chaque interaction grâce à la chronologie des contacts dans HubSpot.
(HubSpot comporte aussi des outils de vente.)

Avec des outils disparates

Perte de temps.

Bases de données multiples. Imports, exports
et synchronisations.

Liste principale et segmentation de base.

Des données obsolètes.

L'équipe commerciale utilise d'autres outils.
Elle ne bénéficie d'aucun contexte.

Un seul canal (par exemple, l'e-mail).

Tous ces outils sont déconnectés
et deviennent obsolètes.

Avec les outils marketing gratuits inclus dans HubSpot CRM

Gain de temps.

Base de données unifiée.

Segmentation et personnalisation
contextuelles grâce aux données du CRM
et à des analytics web approfondies.

Des données toujours à jour.

L'ensemble de l'entreprise utilise
la même plateforme.
Le contexte est partagé.

Toutes vos communications : e-mails,
appels, chat en direct, publicités, etc.

Tous ces outils accompagnent
votre croissance.

Faites vos premiers pas gratuitement

Découvrez les outils marketing gratuits de HubSpot et tout le potentiel d'une plateforme s'articulant autour d'un CRM conçu pour les marketeurs.

