

Ce document est réservé à un usage interne. Il ne doit pas être partagé avec des prospects ou des clients.

HubSpot

Hub Sales

Guide marketing et de
positionnement du logiciel pour
les partenaires solutions de HubSpot



IL FAUT REPENSER LA VENTE

Dans le secteur de la vente, il semble normal de priser commerciaux dynamiques et performants. Pourtant, l'importance accordée aux résultats mensuels incite parfois les équipes commerciales à prendre des décisions à court terme qui nuisent aux relations à long terme. Il faut repenser la vente. La vente repose sur la conclusion de transactions, mais aussi sur la façon dont les relations sont nouées. Une relation durable peut en effet générer dix fois plus de revenus que la commission initiale. Les entreprises commerciales s'attachent à apporter des solutions immédiates. Toutefois, elles doivent désormais être structurées pour tenir compte du futur. Les entreprises les plus performantes ne se consacrent pas uniquement à la vente, elles s'attachent également à la croissance.



Une équipe commerciale peut certes gagner des commissions grâce à des techniques de vente efficaces, mais c'est en nouant des relations solides qu'une entreprise peut véritablement accélérer sa croissance.

LA MISSION DE HUBSPOT

HubSpot s'engage à aider des millions d'entreprises à mieux se développer.

Dans le monde de l'entreprise, et surtout celui de la vente, on considère souvent qu'il faut se montrer impitoyable pour réussir sur le marché.

Pour HubSpot, pourtant, il existe une meilleure façon de réussir sa croissance. Aujourd'hui, la croissance des meilleures entreprises est liée au succès de leurs clients et à la confiance qu'ils leur accordent.

C'est pour cette raison que le Hub Sales est la plateforme qui aide les équipes commerciales à mieux se développer.



POSITIONNEMENT DU HUB SALES

« Le Hub Sales est la plateforme qui aide les équipes commerciales à mieux se développer. »

Un énoncé de positionnement est un guide interne. Il ne s'agit pas d'un slogan qui sera affiché tel quel sur un site web. Le sentiment qu'il exprime doit être reflété dans chaque contenu créé pour le Hub Sales.

Voici le détail de ce positionnement.

Le produit se nomme « Hub Sales ». Il s'agit d'une plateforme, et pas simplement d'un CRM ou d'une suite d'outils d'accélération des ventes. Cette plateforme permet aux équipes de créer un processus de vente moderne qui s'appuie à la fois sur les outils de HubSpot et sur les intégrations des partenaires.

Le Hub Sales est un produit destiné aux équipes commerciales. L'expression « mieux se développer » peut sembler vague, mais elle intègre plusieurs notions. Elle regroupe ainsi l'avantage principal du produit, son argument différenciateur principal et la mission de HubSpot.

En termes d'avantage, mieux se développer signifie travailler avec une efficacité maximale, donner aux équipes et à leurs responsables les outils dont ils ont besoin pour exceller dans leur domaine, et les aider à trouver leur place et leur rythme. Il s'agit de créer un environnement moins stressant où chacun peut évoluer en pleine confiance.

En termes d'argument différenciateur, mieux se développer signifie placer les individus avant les processus, adapter les techniques de vente aux préférences des consommateurs, et transformer les managers en mentors, en leur fournissant tous les outils dont ils ont besoin pour accompagner la croissance de leur équipe.

Lorsque vous réussissez votre croissance, vous considérez vos interlocuteurs comme des individus aux attentes et aux besoins uniques. Vous nourrissez des relations à long terme, au lieu de vous concentrer sur des gains à court terme. En fin de compte, ce n'est pas tant le produit qui importe, mais la façon dont vous le vendez.





Le public ne fait plus confiance aux entreprises.

Seuls 22 % des acheteurs se fient à l'argumentaire d'un représentant commercial pour acheter un logiciel.

La prospection est de plus en plus difficile.

40 % des commerciaux déclarent qu'il est plus difficile d'obtenir un retour de la part d'un prospect qu'il y a quelques années.

Les commerciaux perdent du temps.

Ils consacrent seulement 34 % de leur journée à la vente.

Le reste se compose de saisie de données, de tâches administratives et de formations.

Source : HubSpot Research



LE HUB SALES : HIER ET AUJOURD'HUI

Tout a commencé en 2013 avec l'outil Sidekick. À l'époque, HubSpot positionnait Sidekick comme une application de notifications qui aidait les équipes commerciales à savoir quand et comment interagir avec leurs leads. Sidekick fournissait des notifications en temps réel en s'appuyant sur les signaux des e-mails envoyés, des visiteurs du site et des interactions sur les réseaux sociaux.

En 2014, HubSpot a lancé son CRM gratuit, ainsi que le concept de « plateforme de vente de HubSpot », qui alliait la puissance de Sidekick au CRM.

En 2016, HubSpot a intégré Sidekick à la marque HubSpot et l'a renommé HubSpot Sales. L'ancienne version du Hub Sales était alors disponible en deux versions : HubSpot Sales Free (qui intégrait des outils de productivité de base comme les modèles, les documents et les notifications) et HubSpot Sales Pro (qui comprenait des outils de productivité un peu plus avancés, comme les réunions, les séquences et les appels) pour 50 \$ (46 €) par utilisateur par mois.

En 2017, l'ancienne version du Hub Sales a ensuite été scindée en deux nouvelles versions HubSpot Sales Starter pour 50 \$ (46 €) et HubSpot Sales Pro à 400 \$ (368 €). Le lancement de HubSpot Sales Pro a marqué la première véritable synergie entre HubSpot CRM et HubSpot Sales, grâce à des fonctionnalités telles que la création d'équipes, d'une bibliothèque de produits ou de plusieurs pipelines de transactions ou encore le score prévisionnel des leads.

En 2018, HubSpot a renforcé la synergie entre HubSpot CRM et HubSpot Sales en lançant le Hub Sales Entreprise à 1 200 \$ par mois (1104 €).

Aujourd'hui, la gamme des logiciels commerciaux de HubSpot varie tant sur le plan de la tarification que des fonctionnalités. Elle va ainsi du CRM gratuit à la version Entreprise du Hub Sales, en passant par les versions Starter et Pro.

En bref

Le Hub Sales a beaucoup changé ces dernières années.

Pour éviter toute confusion sur le marché, son positionnement doit être très clair.



LE HUB SALES : ABONNEMENTS

| | |
|--------------------------------|---|
| POSITIONNEMENT DU HUB SALES | <p>Le Hub Sales est la plateforme qui aide les équipes commerciales à mieux se développer.</p> <p>- APPLICABLE QUEL QUE SOIT L'ABONNEMENT -</p> |
| STARTER | <p>Le Hub Sales Starter comporte des outils qui permettent aux représentants commerciaux d'accélérer les cycles de vente et d'augmenter les taux de conclusion.</p> |
| PRO | <p>Le Hub Sales Pro fournit aux équipes en pleine croissance des outils qui les aident à automatiser leurs processus et à s'aligner.</p> |
| ENTREPRISE | <p>Le Hub Sales Entreprise apporte aux équipes commerciales d'envergure les fonctionnalités avancées dont elles ont besoin pour optimiser et développer leurs opérations.</p> |



LES RÔLES JOUÉS PAR LE HUB SALES

L'énoncé de positionnement indique que le Hub Sales est une plateforme commerciale. Il s'agit d'un logiciel unique qui trouve sa place dans un grand nombre des catégories logicielles présentes sur des sites tels que G2 Crowd et Capterra.

Il joue ainsi plusieurs rôles :

CRM

Logiciel de suivi des e-mails

Logiciel de gestion des performances commerciales

Logiciel de planification de rendez-vous en ligne

Logiciel de signature électronique

Logiciel de création de devis

Logiciel d'assistance commerciale via IA

Logiciel de suivi des appels sortants

Logiciel de développement des ventes

Logiciel d'engagement commercial

Logiciel d'analyse commerciale

Logiciel de chat en direct

Logiciel d'hébergement de vidéos

Logiciel de propositions commerciales

Logiciel de coaching commercial

Logiciel d'onboarding et de formation commerciale

HubSpot a pour objectif de gagner en visibilité dans toutes ces catégories afin d'ajuster la perception du marché et d'asseoir sa réputation dans le secteur des logiciels commerciaux.





LE PRODUIT

HubSpot conçoit des produits qui aident les équipes commerciales à mieux se développer. Le logiciel Hub Sales permet aux représentants d'optimiser leur stratégie de prospection et d'automatiser leur processus de vente. Il aide les entreprises à adapter leurs techniques de vente aux préférences des consommateurs. Il met à la disposition des managers tous les outils dont ils ont besoin pour devenir des mentors et aider leur équipe à réussir leur croissance. Les produits HubSpot présentent en outre l'avantage d'être centralisés sur une seule et même plateforme.



OPTIMISER VOTRE STRATÉGIE DE PROSPECTION



Grâce aux outils de vente de HubSpot, les équipes commerciales peuvent optimiser leur stratégie de prospection :

- En appelant ou en envoyant des e-mails à leurs prospects directement depuis leur fiche d'informations.
- En accédant à des modèles d'e-mails, à des documents et à d'autres supports directement depuis leur messagerie grâce aux extensions HubSpot pour Gmail et HubSpot pour Outlook.
- En enregistrant automatiquement dans la chronologie des contacts les e-mails envoyés depuis une boîte de réception.
- En sachant à quel moment un prospect ouvre un e-mail ou clique sur un lien grâce au suivi des e-mails.
- En permettant aux prospects de prendre directement rendez-vous grâce à l'outil Réunions.
- En discutant avec les prospects en temps réel grâce à l'outil Conversations.
- En enregistrant, en hébergeant et en envoyant des vidéos personnalisées aux prospects grâce à HubSpot Vidéo.
- En accédant à tout moment aux données des contacts grâce à l'application mobile de HubSpot.

TOUT CECI EST POSSIBLE AVEC CES FONCTIONNALITÉS :

- | | | |
|----------------------------|------------------------------|---------------------|
| • Appels | • Blocs de texte prédéfinis | • Suivi des e-mails |
| • API d'appel | • Documents | • Conversations |
| • Transcription des appels | • Application mobile HubSpot | • HubSpot Vidéo |
| • Chronologie des contacts | • HubSpot pour Gmail | |
| • Modèles | • HubSpot pour Outlook | |

Comment cela contribue-t-il à « mieux se développer » ?

Le public ne fait plus confiance aux entreprises et la prospection devient de plus en plus difficile. Le Hub Sales aide donc les équipes à optimiser leur stratégie en la matière, en plaçant les clients au cœur de toutes leurs activités. Les représentants commerciaux peuvent ainsi créer des liens plus personnels, ce qui permet aux entreprises d'établir des relations de confiance à long terme.



AUTOMATISER VOTRE PROCESSUS DE VENTE



Grâce aux outils de vente de HubSpot, les équipes commerciales peuvent automatiser leur processus de vente :

- En attribuant les leads et en créant des transactions automatiquement grâce aux workflows.
- En faisant progresser les transactions automatiquement dans le pipeline de vente grâce aux workflows.
- En créant des tâches ou en déclenchant des notifications internes automatiquement grâce aux workflows.
- En automatisant tous les e-mails de suivi et toutes les tâches grâce aux séquences.
- En permettant aux prospects de prendre directement rendez-vous grâce à l'outil Réunions.
- En sachant quand et comment communiquer avec les prospects grâce au flux d'activité, aux recommandations et au score prévisionnel des leads.

TOUT CECI EST POSSIBLE AVEC CES FONCTIONNALITÉS :

- Contacts
- Transactions
- Workflows
- Tâches
- Intégration Slack
- Séquences
- Réunions
- Flux d'activité
- Recommandations
- Score prévisionnel des leads

Comment cela contribue-t-il à « mieux se développer » ?

Les commerciaux passent trop de temps à effectuer des tâches administratives. D'après une étude HubSpot, ils consacrent seulement 34 % de leur journée à la vente. Le Hub Sales aide les équipes à automatiser leurs processus de vente afin de se concentrer sur leur mission : aider les prospects et les clients à réussir leur croissance.



CONCLURE DAVANTAGE DE TRANSACTIONS PLUS RAPIDEMENT



Grâce aux outils de vente de HubSpot, les équipes commerciales peuvent conclure davantage de transactions plus rapidement :

- En créant et en envoyant des devis clairs et lisibles en quelques clics grâce à l'outil Devis.
- En collectant facilement des signatures électroniques grâce à l'outil dédié.
- En permettant aux prospects de régler immédiatement un devis grâce à l'intégration Stripe.
- En accédant à des ressources spécifiques grâce aux guides conversationnels.
- En profitant d'une visibilité complète sur leurs résultats grâce aux rapports.
- En organisant et en affichant les données par représentant ou par équipe grâce aux tableaux de bord.
- En déterminant des objectifs précis en matière d'activités ou de revenus.

TOUT CECI EST POSSIBLE AVEC CES FONCTIONNALITÉS :

- Bibliothèque de produits
- Devis
- Signature électronique
- Intégration Stripe
- Équipes
- Rapports
- Objectifs
- Réunions
- Appels
- Transactions
- Guides conversationnels

Comment cela contribue-t-il à « mieux se développer » ?

Les consommateurs d'aujourd'hui privilégient les interactions rapides et pratiques. Le Hub Sales aide les équipes à adapter leurs techniques de vente aux préférences des clients grâce à des outils comme les devis, les signatures électroniques et les paiements intégrés via Stripe. En outre, des fonctionnalités comme les guides conversationnels, les objectifs et les rapports permettent aux équipes d'optimiser leurs processus grâce à un apprentissage et à des améliorations continus.





GLOSSAIRE DES TERMES UTILISÉS

Ce glossaire décrit les fonctionnalités principales du Hub Sales.



API d'appel

Cette API permet à des opérateurs téléphoniques tiers d'être intégrés à la fonctionnalité d'appel sur la chronologie d'un contact. Aucune extension ni plug-in n'est requis. À ce jour, AirCall est le seul partenaire disposant d'une intégration de ce type. (Inclus dans le Hub Sales Pro et Entreprise)

Appels

La fonctionnalité d'appel native de HubSpot permet aux représentants de passer et d'enregistrer des appels directement depuis la chronologie d'un contact. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise - [des limites peuvent s'appliquer](#))

Application HubSpot

L'application mobile de HubSpot permet aux représentants de consulter et de gérer à tout moment leurs contacts, transactions et tâches. Ils peuvent ajouter des nouveaux contacts manuellement ou scanner une carte de visite avec l'appareil photo de leur portable, ou encore consulter les questions posées sur le chat en direct et y répondre directement depuis leur téléphone ou leur tablette. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise)

Blocs de texte prédéfinis

Cet outil permet aux représentants commerciaux d'ajouter rapidement des phrases ou des paragraphes fréquemment utilisés à des e-mails ou à des chats en direct. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise - [des limites peuvent s'appliquer](#))

Chat en direct

Le chat en direct est une fonctionnalité de l'outil Conversations qui permet aux représentants d'entrer directement en contact avec des prospects consultant leur site web. Il est possible de configurer le chat pour qu'un contact connu soit dirigé automatiquement vers le gestionnaire de son compte. Les demandes de chat peuvent également être attribuées aux membres de l'équipe commerciale en fonction de plusieurs critères, comme l'inscription à une liste. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise - [des limites peuvent s'appliquer](#))

Chatbots

Les chatbots servent à qualifier les nouveaux visiteurs qui utilisent le chat en direct. Les leads qualifiés sont ensuite automatiquement assignés à l'équipe commerciale. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise - [des limites peuvent s'appliquer](#))

Chronologie des contacts

Cette chronologie est un élément essentiel de HubSpot CRM. C'est ici que toutes les données d'un contact sont enregistrées. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise)



Contacts

Les contacts sont un objet de HubSpot CRM. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise)

Conversations

L'outil Conversations est une boîte de réception unique conçue pour tous les canaux et toutes les équipes. Il regroupe sur une même interface le chat en direct, les chatbots et les e-mails d'une équipe. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise - [des limites peuvent s'appliquer](#))

Devis

L'outil Devis rassemble toutes les données liées à une transaction, comme les coordonnées de l'entreprise ou du contact, ainsi que les informations liées au produit, et permet de générer un devis professionnel en quelques clics. (Inclus dans le Hub Sales Pro et Entreprise)

Documents

Cet outil permet de regrouper les documents commerciaux, tout en indiquant aux représentants ce que les prospects consultent et pendant combien de temps. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise - [des limites peuvent s'appliquer](#))

Équipes

Les équipes permettent aux responsables d'équipe commerciale d'organiser leurs représentants au sein de leur compte HubSpot. (Inclus dans le Hub Sales Pro et Entreprise)

Files de tâches

Grâce à cet outil, les représentants commerciaux peuvent regrouper toutes les tâches à effectuer avant de les gérer une par une. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise)

Flux d'activité

Le flux d'activité permet aux équipes commerciales de suivre l'engagement des prospects, en leur indiquant notamment quand ils ouvrent un e-mail ou cliquent sur un lien. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise - [des limites peuvent s'appliquer](#))

Guides conversationnels

Cet outil permet aux responsables d'équipe commerciale de fournir des guides d'appel et d'autres types de supports utiles directement dans HubSpot. Il existe différents types de guides conversationnels, notamment les guides pratiques et les guides d'appel. Avec les guides d'appel, les responsables indiquent aux représentants quelles questions poser pour obtenir des réponses pertinentes. Les champs question-réponse peuvent être enregistrés automatiquement comme propriétés de contact dans le CRM. (Inclus dans le Hub Sales Entreprise)



HubSpot Sales pour Gmail

HubSpot Sales pour Gmail est une extension Chrome qui permet aux représentants commerciaux d'ajouter des modèles, des documents, des blocs de texte prédéfinis et des liens de prise de rendez-vous à leurs e-mails sans quitter l'interface de Gmail. Ils peuvent aussi inscrire des contacts dans une séquence ou planifier l'envoi d'un e-mail à un moment ultérieur. En outre, l'extension permet d'accéder à des informations pertinentes sur les contacts via un menu latéral. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise)

HubSpot Sales pour Outlook

Le module complémentaire HubSpot Sales pour Outlook permet aux représentants commerciaux d'ajouter des modèles, des documents, des blocs de texte prédéfinis et des liens de prise de rendez-vous à leurs e-mails sans quitter l'interface d'Outlook. Ils peuvent aussi inscrire des contacts dans une séquence ou planifier l'envoi d'un e-mail à un moment ultérieur. En outre, le module permet d'accéder à des informations pertinentes sur les contacts via un menu latéral. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise)

HubSpot Vidéo

Grâce à cet outil, les représentants commerciaux qui ont téléchargé l'extension de navigateur GoVideo de Vidyard peuvent aisément se filmer, enregistrer leur écran ou faire les deux à la fois. Les vidéos sont ensuite enregistrées et hébergées directement dans HubSpot, ce qui permet aux représentants d'ajouter des vidéos à leurs e-mails directement depuis la chronologie d'un contact. (Inclus dans le Hub Sales Pro et Entreprise)

Intégration Slack

Avec cette intégration, les équipes commerciales reçoivent des notifications importantes via Slack. Elles peuvent également consulter les demandes de chat et y répondre. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise)

Intégration Stripe

Avec cette intégration, les prospects peuvent effectuer un paiement directement depuis un devis généré via HubSpot. (Inclus dans le Hub Sales Pro et Entreprise - un compte Stripe est également nécessaire)

Modèles

Avec cet outil, les représentants peuvent concevoir et partager des modèles d'e-mails. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise - [des limites peuvent s'appliquer](#))

Objectifs

Les responsables d'équipe commerciale peuvent établir des objectifs en matière de revenus ou d'activités (par exemple, appels passés, rendez-vous pris ou transactions créées), par représentant ou par équipe. (Inclus dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise - des limites peuvent s'appliquer)



Pipeline de transactions

Un pipeline de ce type permet à une équipe commerciale de consulter, de suivre et de gérer toutes ses transactions. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise)

Produits

Les produits sont un objet de HubSpot CRM. Les équipes commerciales peuvent ainsi savoir quels produits et services elles vendent, les relier aux transactions, et créer des devis clairs et lisibles en quelques clics. (Inclus dans le Hub Sales Pro et Entreprise)

Rapports

Le Hub Sales comporte des rapports prédéfinis et permet aussi de créer des rapports personnalisés. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise - [des limites peuvent s'appliquer](#))

Recommandations

Les recommandations s'appuient sur l'apprentissage automatique et l'intelligence artificielle pour aider les représentants commerciaux à savoir quand et comment contacter des prospects et des clients. Celles-ci peuvent ainsi suggérer des heures pour l'envoi d'e-mails commerciaux ou de contenu pour des séquences d'e-mails. (Inclus dans le Hub Sales Pro et Entreprise)

Réunions

Avec cet outil, les prospects peuvent prendre rendez-vous avec un représentant sans avoir à échanger d'e-mails. Seuls les créneaux disponibles sont affichés, car l'outil est directement synchronisé avec les calendriers Google ou Office 365 des représentants. Ces derniers peuvent configurer une variété de liens de prise de rendez-vous personnels pour différents types de réunions ou d'événements, mais aussi des réunions d'équipe. Il existe deux options de disponibilités pour les réunions d'équipe : les disponibilités de groupe, où tous les membres sont disponibles, et les disponibilités Round Robin, qui affichent les disponibilités individuelles de chaque membre. Les liens de prise de rendez-vous sont faciles à intégrer sur un site. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise - [des limites peuvent s'appliquer](#))

Score prévisionnel des leads

Le score prévisionnel des leads prend la forme de deux propriétés de contact par défaut : Probabilité de conversion et Priorité de contact. Ces propriétés sont calculées par l'algorithme de HubSpot et sont conçues pour aider les représentants à prioriser leurs efforts. (Inclus dans le Hub Sales Entreprise)

Signature électronique

Cet outil permet aux représentants commerciaux de collecter des signatures électroniques juridiquement contraignantes directement sur les devis envoyés via HubSpot. (Inclus dans le Hub Sales Pro et Entreprise - [des limites peuvent s'appliquer](#))



Suivi des e-mails

Grâce à cet outil, les représentants commerciaux sont informés dès qu'un prospect ouvre un e-mail ou clique sur un lien. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise - [des limites peuvent s'appliquer](#))

Séquences

Cet outil permet aux représentants de regrouper plusieurs e-mails et tâches de suivi. (Inclus dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise - [des limites peuvent s'appliquer](#))

Transactions

Les transactions sont un objet de HubSpot CRM. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise)

Transcription des appels (en anglais uniquement)

Avec cette fonctionnalité, les appels passés et enregistrés via l'outil intégré de HubSpot sont automatiquement retranscrits et consignés au regard de l'appel lui-même sur la chronologie des contacts. (Inclus dans le Hub Sales Entreprise)

Tâches

Cet outil permet aux représentants de gérer toutes leurs tâches. Ils peuvent les automatiser grâce aux workflows, recevoir des notifications sur les nouvelles tâches ou les tâches à venir, et les gérer de manière efficace grâce aux files de tâches. (Inclus dans le CRM gratuit et dans le Hub Sales Starter, Pro et Entreprise)

Workflows

Grâce à cet outil, les équipes commerciales peuvent automatiser leur processus de vente. Les workflows aident les équipes à effectuer une rotation des leads, à créer des transactions, ou encore à faire progresser les transactions dans le processus de vente. (Inclus dans le Hub Sales Pro et Entreprise - [des limites peuvent s'appliquer](#))





ANNEXES

Des ressources complémentaires pour aider les partenaires solutions à promouvoir le Hub Sales de HubSpot.



CLIENTS CIBLES

| | Implémentation de base d'un CRM | Implémentation standard d'un CRM | Implémentation complexe d'un CRM |
|-----------------------------|--|----------------------------------|---|
| Moins de 10 salariés | <p>PRIORITÉ 3</p> <p>Clients autonomes à qui le Hub Sales Starter ou les outils de vente gratuits inclus dans HubSpot CRM s'adressent parfaitement.</p> | | <p>Clients non ciblés.</p> <p>Le Hub Sales ne répond généralement pas aux attentes des équipes demandant une implémentation très complexe et fortement intégrée d'un CRM.</p> |
| Entre 10 et 50 salariés | <p>PRIORITÉ 2</p> <p>Clients en grande partie autonomes à qui le Hub Sales Starter ou Pro s'adresse.</p> | | |
| Entre 51 et 200 salariés | <p>PRIORITÉ 1</p> <p>Clients assistés par une équipe commerciale, à qui le Hub Sales Pro ou Entreprise s'adresse.</p> | | |
| Entre 201 et 500 salariés | <p>PRIORITÉ 1</p> <p>Clients assistés par une équipe commerciale, à qui le Hub Sales Entreprise s'adresse.</p> | | |
| Entre 501 et 2 000 salariés | <p>PRIORITÉ 2</p> <p>Clients assistés par une équipe commerciale, à qui le Hub Sales Entreprise s'adresse.</p> | | |
| Plus de 2 000 salariés | <p>Clients non ciblés.</p> <p>Le Hub Sales ne répond généralement pas aux attentes des très grandes équipes.</p> | | |



VENDRE LE HUB SALES AUX UTILISATEURS DU HUB MARKETING

Sur quels outils s'appuyer pour vendre le Hub Sales aux utilisateurs du Hub Marketing ?

Chronologie des contacts : elle offre aux équipes marketing et commerciale une transparence totale sur le statut et les interactions de chaque contact. [En savoir plus](#)

Réunions : les liens de prise de rendez-vous intégrés sur un site peuvent remplacer les formulaires. Ils permettent de collecter toutes les informations dont une entreprise a besoin et de planifier des rendez-vous pour l'équipe commerciale en quelques clics. Il est également possible d'ajouter des liens de prise de rendez-vous aux e-mails marketing et d'envoyer des e-mails de lead nurturing pour le compte de l'équipe commerciale.

Conversations : avec cet outil, les leads qualifiés peuvent entrer directement en contact avec une équipe commerciale lorsqu'ils sont le plus engagés.

Modèles et documents : une équipe marketing peut créer des modèles et les mettre à disposition de l'équipe commerciale afin que celle-ci communique les bons messages et contenus.

Guides conversationnels : l'équipe marketing peut fournir des guides d'appel et d'autres supports utiles à l'équipe commerciale. Elle soutient ainsi le développement des ventes et s'assure que le contenu créé pour les représentants est utilisé.

Rapports : la création de rapports est facilitée lorsque les équipes commerciale et marketing travaillent sur une même plateforme.

