



HubSpot kündigt umfassende Erweiterung seiner Enterprise-Angebote an

Sales Hub Enterprise und Service Hub Enterprise veröffentlicht | Neue Produktpalette stellt die bisher größte Erweiterung der Enterprise-Angebote von HubSpot dar | Sales Hub Enterprise unterstützt moderne Vertriebsteams, neue Herausforderungen zu meistern

Berlin, 6. September 2018 – [HubSpot](#), Anbieter einer All-in-one-Lösung für Marketing, Vertrieb, Kundenservice und CRM, hat heute Details bezüglich seiner mit Spannung erwarteten Produkte „Sales Hub Enterprise“ und „Service Hub Enterprise“ sowie eine Reihe weiterer Neuerungen für seine Marketing-Software, „Marketing Hub Enterprise“, angekündigt. Die Einführung dieser Produkte stellt die bisher größte Erweiterung der Enterprise-Angebote des Unternehmens dar.

Die Enterprise Suite

Die neu vorgestellten Produkte, gemeinsam als „Enterprise Suite“ verfügbar, bieten etablierten Teams mehr Kontrolle und Flexibilität sowie nahtlose Integrationen in einem benutzerfreundlichen Gesamtpaket.

Die Hauptfunktionen umfassen:

- Eine native Integration mit Slack, welche die Kommunikation zwischen Mitarbeitern auch über verschiedene Standorte hinweg fördert
- „Benutzerdefinierte Ziele“, mit denen Vertriebsmitarbeiter Berichte zu Angeboten, Dienstleistungsvereinbarungen und anderen wichtigen Kennzahlen erstellen können
- „Leitfäden“, mit denen Kunden eine Sammlung interner Ressourcen aufbauen und bewährte Methoden für ihre Vertriebs- und Service-Teams implementieren können
- Erweiterte Nutzung von maschinellem Lernen, mit dem Features wie automatisches Lead-Scoring ermöglicht werden

HubSpot veröffentlichte erst vor Kurzem sein neues [Conversations-Feature](#), das in alle drei Softwareprodukte integriert ist. Es vereint E-Mails, Live-Chat und Funktionen für Social-Media-Nachrichten in einem gemeinsamen Postfach und ermöglicht die Entwicklung benutzerdefinierter Chatbots.

Kunden, die die HubSpot Enterprise Suite erwerben, erhalten gegenüber dem Einzelpreis der darin enthaltenen Software einen Rabatt von 25%.

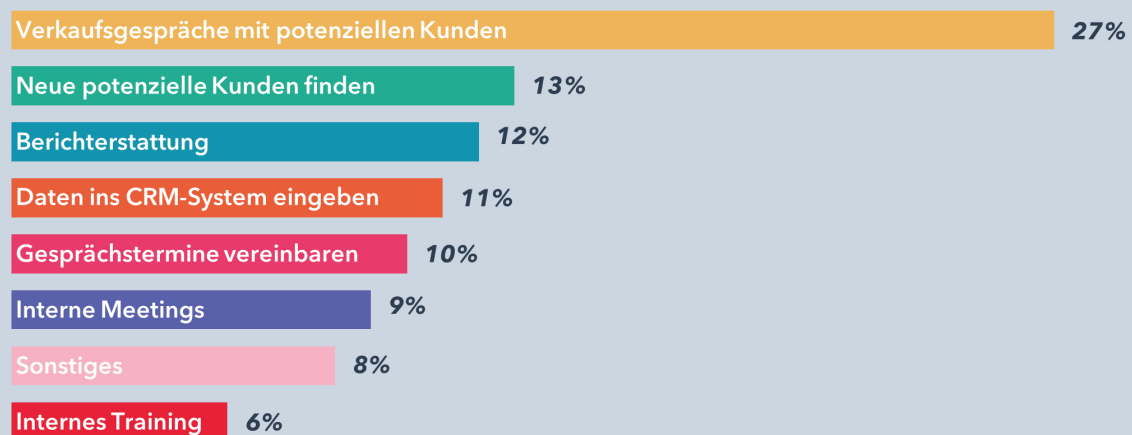
Sales Hub Enterprise optimiert ineffiziente Vertriebsprozesse

Mit Sales Hub Enterprise von HubSpot können etablierte Teams effizienter arbeiten, die für administrative Aufgaben aufgewendete Zeit reduzieren und ihre Vertriebsprozesse optimieren.

Eine kürzlich von HubSpot durchgeführte Studie ergab, dass 64% aller Vertriebsmanager Schwierigkeiten bei der Berichterstattung zur Performance ihrer Teams haben. Eine weitere Studie zeigte zudem, dass Vertriebsmanager bis zu 60% ihrer Zeit mit administrativen Aufgaben verbringen. Dazu gehören etwa das Einpflegen von Daten oder die Planung von Gesprächsterminen und Meetings – Zeit, die sinnvoller für Verkaufsgespräche genutzt werden könnte. Es wurde außerdem gezeigt, dass sieben von zehn Kaufverträgen die Genehmigung von der Rechtsabteilung oder einer Führungskraft erfordern, bevor sie unterzeichnet werden können.

Vertriebsmanager verbringen 60% ihrer Zeit mit administrativen Aufgaben - Zeit, die beim eigentlichen Verkaufen fehlt

Bitte geben Sie an, wie viel Zeit Sie täglich mit den nachstehend aufgeführten Aufgaben verbringen



Grundlage: 224 Vertriebsmitarbeiter aus den US und Großbritannien (Manager und höher)
Quelle: HubSpot „Go to Market“-Umfrage, Q2 2018.

HubSpot Research

Sales Hub Enterprise beinhaltet Funktionen wie ein Cloud-basiertes Tool zur Genehmigung von Verträgen, die dabei helfen können, diese Hürden zu überwinden.



Skalierbare Software, die die individuellen Bedürfnisse von Unternehmen erfüllt

„Wir haben im letzten Jahr deutlich mehr in Forschung und Entwicklung investiert, mit dem Ziel, unsere Produktpalette so zu erweitern, dass sie die Bedürfnisse jedes Unternehmens erfüllen kann, unabhängig davon, in welcher Wachstumsphase es sich befindet. Heute freuen wir uns, unseren Kunden das Ergebnis dieser Investitionen vorstellen zu können. Da wir selbst die HubSpot Enterprise-Versionen unserer Softwareprodukte verwenden, erleben wir aus erster Hand, wie sie ein wachsendes Unternehmen unterstützen, dessen Bedürfnisse sich ständig ändern. So können Kunden jederzeit genau die Produkte auswählen, die zu ihnen passen, und sich sicher sein, dass sie sich ihrem Unternehmenswachstum anpassen werden.“ BRIAN HALLIGAN, CEO VON HUBSPOT

Weitere Informationen zu den Produktankündigungen von der INBOUND 2018 finden Sie unter <https://www.hubspot.de/new>.

Über HubSpot

HubSpot ist eine führende All-in-one-Plattform für Inbound-Marketing, Sales, CRM und Kundenservice. Seit 2006 revolutioniert HubSpot mit der Inbound-Methodik die Welt der Kundenansprache. Inzwischen nutzen über 48.000 Kunden aus mehr als 100 Ländern HubSpots preisgekrönte Software, Service und Support, um die Art und Weise, wie sie mit ihren Kunden interagieren, zu optimieren. Die All-in-one-Plattform basiert auf einem leistungsstarken kostenlosen CRM und umfasst außerdem ein Marketing Hub, ein Sales Hub und ein Service Hub. Damit verfügen Unternehmen über alle Tools, die sie von der Bekanntheitssteigerung bis zur Fürsprache des Kunden brauchen. Alle Lösungen lassen sich schnell und einfach aus der Cloud integrieren. HubSpot wurde von Glassdoor, Fortune, The Boston Globe und dem Boston Business Journal zu einem Top-Arbeitgeber gekürt. Das Unternehmen hat seinen Firmensitz in Cambridge, Massachusetts, USA, und ist mit Büros in Dublin, Singapur, Berlin, Sydney, Tokio und Portsmouth, New Hampshire, USA, weltweit vertreten. Erfahren Sie mehr auf [Facebook](#), [Twitter](#), im [Blog](#), im [Newsroom](#) oder unter [hubspot.de](https://www.hubspot.de).

Pressekontakt

PSM&W Kommunikation
Beatrice Gaczensky & Elisabeth Jost
Clemensstraße 10
60487 Frankfurt am Main
Deutschland
Telefon: +49 69 970705-42 /-34
E-Mail: hubspot@psmw.de