Erste Schritte mit HubSpot

Brandsensations hilft!

Brandsensations
Inbound Marketing Strategies

Erste Schritte mit HubSpot

HubSpot hilft Ihnen bei der Durchführung und Optimierung Ihrer digitalen Marketing-, Vertriebs- und Service-Aktivitäten.

Darüber hinaus gibt Ihnen die Software Einblick in die Leistung aller einzelnen Komponenten einer Kampagne, eine Gesamtübersicht und sogar die Auswirkungen auf Umsatz und Kundenzufriedenheit.

Sobald Sie sich für die Arbeit mit HubSpot entschieden haben, möchten Sie das Beste für Ihr Unternehmen raus holen. Natürlich kaufen Sie ein solches (manchmal recht teures) Tool nicht umsonst ein!

Aber wo fangen Sie an? Marketing-Automatisierungstools wie HubSpot sind oft sehr umfangreich und bieten viel mehr Optionen, als Sie auf den ersten Blick bemerken. Das kann einen ganz schön verwirren…
Wie stellen Sie also sicher, dass Sie jede Komponente vollständig und intelligent nutzen?

In diesem E-Book erklären wir Ihnen, was der Kauf von HubSpot für Ihr Unternehmen bedeutet, was nötig ist, damit die Software für Ihr Unternehmen funktioniert, und welche Tools Sie verwenden können, um das Maximale aus der Software herauszuholen.

HubSpot Partner
SOLUTIONS PARTNER PROGRAM

HubSpot Agency Partner Certified

Inhaltsverzeichnis

1. Der Erwerb einer HubSpot Lizenz 4

2. HubSpot Implementierung 8

3. Selbstständig mit HubSpot arbeiten 11

4. HubSpot Unterstützung 15

5. Jetzt loslegen 17

6. Über Brandsensations 19

1. Der Erwerb einer HubSpot Lizenz

Ein erfolgreicher Start mit HubSpot beginnt natürlich mit einem reibungslosen Kauf der Software.
Es gibt zwei Möglichkeiten, HubSpot zu erwerben:

- Über das deutsche Verkaufsbüro in Berlin
- Über einen lokalen HubSpot-Partner

Beide Formen sind mit bestimmten Verpflichtungen verbunden.

HubSpot direkt kaufen

Wenn Sie HubSpot über das Verkaufsbüro in Berlin kaufen möchten, beachten Sie bitte die folgenden Verpflichtungen:

- Sie bezahlen die Jahresgebühr für das Softwarepaket auf einmal im Voraus per Rechnung (außer für HubSpot Starter Angebote) oder Kreditkarte
- Sie müssen das „Einstiegstraining“ (Onboarding) buchen, in dem HubSpot Ihnen beim Einstieg hilft (ab HubSpot Professional)

Kauf von HubSpot über Brandsensations

Als HubSpot-Partner bieten wir Ihnen genau die gleichen Abonnements an, jedoch zu flexibleren Konditionen:

- Keine obligatorische Buchung des HubSpot-Onboardings, da es in unserem monatlichen Retainer enthalten ist, oder auch personalisiert einzeln angeboten wird
- Die Software wird individuell für Ihr Unternehmen konfiguriert
- Die Zahlungskondition kann u. U. flexibler gestaltet werden, indem wir uns als Partner bei HubSpot hierfür einsetzen

Was kostet mich HubSpot?

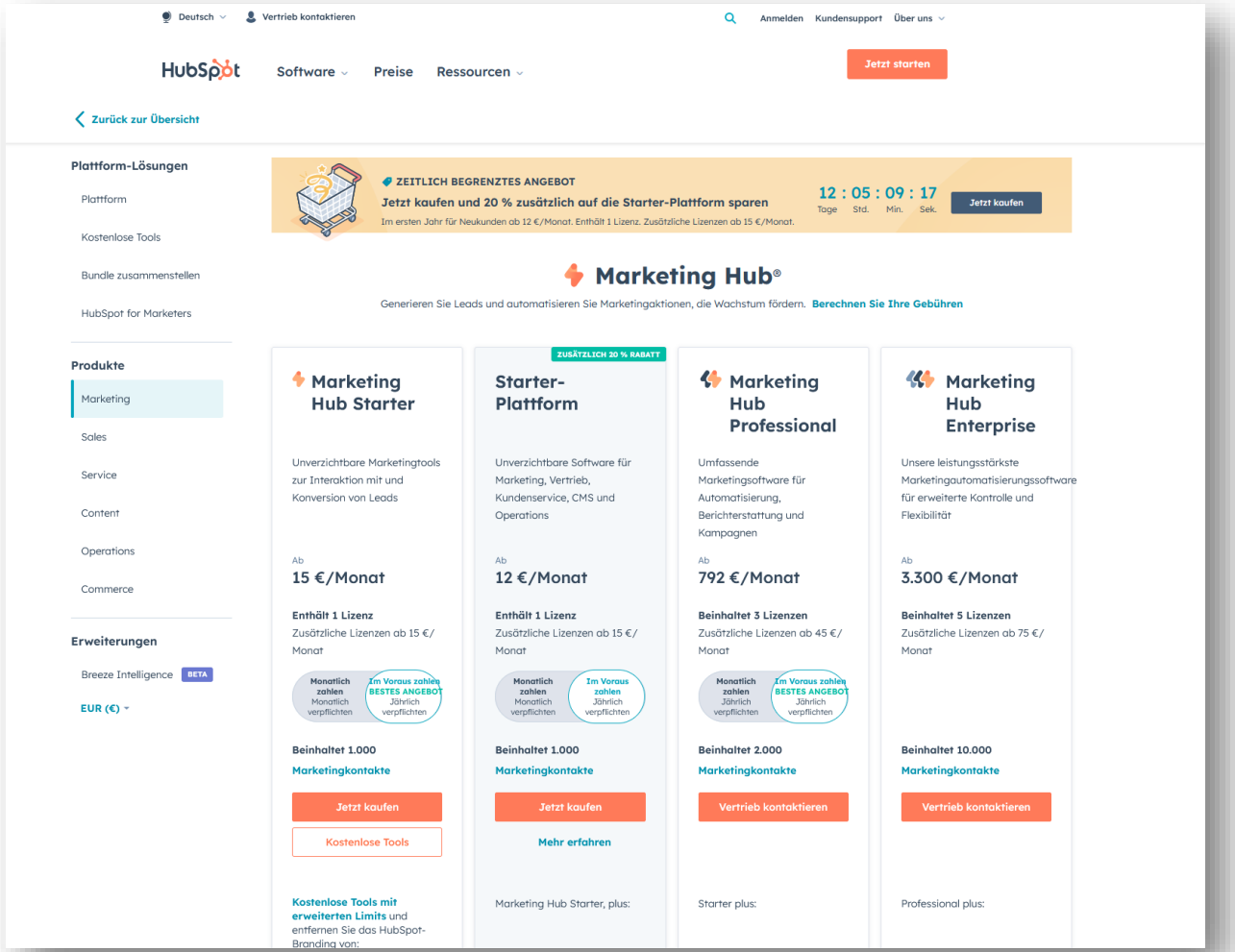
Je nach Ihren Content-, Marketing-, Vertriebs- oder Service-Anforderungen wählen Sie den HubSpot Hub (= Variante), die zu Ihrem Unternehmen passt. Zusätzlich zu den verschiedenen Paketen, die von HubSpot angeboten werden, kann der Preis des endgültigen Pakets von einem Unternehmen zum anderen stark variieren. Dies hängt von mehreren Faktoren ab:

- Die Anzahl der Kontakte, die Sie importieren möchten, z. B. aus Ihrem aktuellen CRM
- Die Anzahl der bezahlten Benutzer, die Sie zu dem jeweiligen Hub hinzufügen möchten
- Welche Add-Ons Sie benötigen (Reporting, Ads, SSL, API..)
- Ob Sie Ihre Website oder eine Microsite auf HubSpot CMS haben möchten, dann ist der Content-Hub notwendig

HubSpot-Plattform: Mit dem gleichzeitigen Kauf von Marketing-, Sales- und Service-Hubs sparen Sie 25% auf dem Gesamtpreis (und auch auf HubSpot CMS und weitere Add-Ons)

Auf der Pricing-Seite von HubSpot können Sie ganz einfach die monatlichen oder jährlichen Kosten des Pakets berechnen, das Ihren Anforderungen entspricht.

WICHTIG: Vergessen Sie nicht, in Ihrer Budgetplanung auch weitere Kosten zum Beispiel für Content, Grafikdesign, Kampagnen-Planung, Ads, Social Media Management, usw. einzubeziehen!



HubSpot Preise: Stand 12/2024

Wir helfen Ihnen auch gerne, die richtige Wahl zu treffen. Denken Sie daran, dass die Implementierung von HubSpot eine gewisse Anlaufzeit erfordert (darüber sprechen wir im nächsten Kapitel). Es kann manchmal auch vorteilhaft sein, mit einem kleinen Paket zu beginnen und nach und nach Upgrades durchzuführen.

2. HubSpot Implementierung

Haben Sie Ihr ideales Paket zusammengestellt und entschieden, ob ein HubSpot Partner Sie bei Ihrem Kauf unterstützen soll oder nicht? Dann können Sie jetzt mit den Vorbereitungen für den zweiten Schritt beginnen: die Implementierung. Denn mit einem neuen HubSpot Account können Sie nicht so einfach loslegen.

Eine HubSpot-Implementierung besteht aus zwei Teilen:

- Gestaltung des Front-Ends
- Einrichten des Back-End-Tools

Gestaltung des Front-Ends

Es mag schwer vorstellbar sein, wenn Sie das Tool noch nie von innen gesehen haben, aber HubSpot wird in einer Standardversion geliefert. Das bedeutet, dass die Tools, die vorne für Mitarbeiter oder (potenziellen) Kunden sichtbar sind, noch nicht der Corporate Identity und den besonderen Anforderungen Ihres Unternehmens entsprechen.

Content Hub:
So müssen Landing Pages, Blog-Seiten, E-Mail-Vorlagen, System-Seiten und möglicherweise neue Webseiten im Stil Ihrer aktuellen Website erstellt werden. Auf diese Weise sieht der Besucher keinen Unterschied zwischen Ihrer Website, die bei einen anderen Hoster ist, und den Seiten, die auf HubSpot laufen. Natürlich können Sie auch alles (Blog + Landing Pages + Website) auf HubSpot einrichten.

Die Gestaltung kann von einem HubSpot-Developer ausgeführt werden, entweder einem den Sie selbst beauftragen, oder direkt von HubSpot, der dies gegen Bezahlung für Sie übernimmt, oder Sie nutzen das Netzwerk eines HubSpot-Partners. Was auch immer Sie bevorzugen, stellen Sie sicher, dass Sie nur mit HubSpot-zertifizierten Developern zusammen arbeiten, die das Layout Ihres Front-Ends übernehmen werden. Vergewissern Sie sich, dass die Hauptwebsite, von der das Design inspiriert werden soll, vollständig auf dem neuesten Stand ist, oder liefern Sie dem Developer eine Photoshop-Datei aus.

Back-End-Einrichtung

Genau wie das Front-End ist auch das Back-End von HubSpot bei der Inbetriebnahme leer. Die verschiedenen Tools sind enthalten, aber Sie haben noch keine praktischen Listen, um Ihr E-Mail-Marketing zum Laufen zu bringen, es werden keine automatischen Social Media-Updates gesendet, und die Subdomain, auf der die HubSpot Seiten leben werden, existiert noch nicht. Sie können diese Dinge während des Back-End-Setups von HubSpot einrichten.

Wir empfehlen, zumindest die folgenden Komponenten technisch so einzurichten, dass Sie schnell mit dem Tool arbeiten können:

- Kontakte Importieren und in Listen organisieren
- Eigenschaften sichten und ggfs. Eigene hinzufügen
- Blog-Modul aktivieren
- E-Mail-Templates vorbereiten (*ab Marketing Professional*)
- Social-Media-Konten verknüpfen und Einstellungen festlegen (*ab Marketing Professional*)
- Landing Pages und (Pop-up-)Formulare erstellen
- Live-Chat aktivieren
- Wichtige Themen (Topics-Cluster) im SEO-Tool eingeben
- Eventuell Ihren externen CRM mit dem Marketing Hub integrieren
- DSGVO-Tools und Cookie Banner aktivieren und einstellen
- Domain- und Kontoeinstellungen in Ordnung bringen
- Das Dashboard der Standard-Reportings nach Bedarf anordnen
- Eine erste Kampagne erstellen und alle oben genannte Aufgaben darin organisieren

Haben Sie noch keine Erfahrung mit der Einrichtung dieser Basiskomponenten? Dann bitten Sie einen erfahrenen HubSpot-Partner um Hilfe. Wir haben bereits mehr als 100 Implementierungen aller Arten von HubSpot-Konten durchgeführt. Auf Ihre Benutzeranforderungen zugeschnitten stellen wir sicher, dass Ihr Account schnell betriebsbereit ist, sodass Ihre Marketing-, Vertriebs- oder Service-Aktivitäten nicht zum Stillstand kommen. Kombinieren Sie dies mit einem HubSpot-Grundtraining, und Ihr Team kann mit dem Tool in kürzester Zeit arbeiten.

3. Selbstständig mit HubSpot arbeiten

Der Weg zum Erfolg mit HubSpot ist für jedes Unternehmen anders. Der eine möchte völlig unabhängig mit dem Tool arbeiten, der andere braucht mehr Anleitung von einer erfahrenen Partei und ein Dritter zieht es vor, den gesamten Prozess auszulagern, um sicherzustellen, dass die höchste Rentabilität der Investition erreicht wird.

Selbstständig arbeiten versus erweitertes Training

Welchen Weg zum HubSpot Erfolg bevorzugen Sie? Möchten Sie selbst das eine oder andere über das Tool wissen, möchten aber Ihr Vertriebs- oder Marketingteam mit den täglichen Aktivitäten beauftragen? Dann stellen Sie sicher, dass sie die Software in- und auswendig kennenlernen, zum Beispiel durch HubSpot-Schulungen oder die HubSpot Academy. Es gibt sechs verschiedene Möglichkeiten, um HubSpot-Kenntnisse und -Erfahrungen zu sammeln:

1. Selbstständig anfangen (Trial-and-Error)
2. Sich in HubSpot durch interaktive Touren leiten lassen
3. Online-Kursen und -Zertifizierungen in der HubSpot Academy absolvieren
4. An ein allgemeines HubSpot Training teilnehmen
5. An ein persönliches und individuelles HubSpot Training teilnehmen
6. Einen HubSpot Partner beauftragen

Im Folgenden erläutern wir kurz jede Variante.

1. Trial-and-Error

Wenn Sie viel Erfahrung mit Marketing- und Vertriebsautomatisierungstools haben, sind Sie weit entfernt von dieser Methode. Grundsätzlich sind diese Arten von Softwarepaketen gleich, aber das Besondere an HubSpot ist, dass die Software vollständig auf die Inbound-Philosophie abgestimmt ist. Wir empfehlen Ihnen, sich zunächst damit zu beschäftigen und erst dann selbst mit der Software zu arbeiten. Das macht vieles deutlicher.

2. Online Kurse und Zertifizierungen

Die HubSpot Academy ist der Ort für Anfänger und erfahrene HubSpot Anwender, um sich in ihrem eigenen Tempo und Wissensstand über die Inbound-Strategie, HubSpot-Software und strategische Themen zu informieren. Derzeit besteht die Academy aus mehr als 500 kostenlosen Lektionen, die in Kursen und Zertifizierungen auf unterschiedlichen Levels unterteilt sind.

Die Lektionen sind in Video- und PDF-Format (Präsentation) verfügbar, und Ihr Lernfortschritt wird automatisch erfasst. Das Format ist sehr attraktiv und leicht zugänglich, aber wegen der enormen Menge an verfügbarem Wissen braucht es viel Zeit, um eine gute Wissensgrundlage aufzubauen.

Darüber hinaus ist es theoretisches Wissen, das Sie erst noch in praktische Erfahrung umsetzen müssen, indem Sie viel und intensiv mit den Tools arbeiten.

3. Allgemeines HubSpot Training

Mehrmals im Jahr organisiert HubSpot in Europa ein Classroom Training vor Ort in englischer Sprache. Die Themen sind unterschiedlich, und es gibt oft etwas für den unerfahrenen HubSpot Anwender. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erzählen uns, dass sie den Lehrgang als wertvoll und lehrreich empfinden, aber auch so umfangreich sind, dass es schwierig ist, anschließend an etwas Konkretes zu arbeiten.

Denken Sie daran, dass während dieser Schulung wenig Raum für Ihre persönliche Situation oder die Arbeit mit Ihren eigenen Beispielen bleibt. Es gibt mehrere Varianten, schauen Sie sich diese hier an.
Kostenpunkt: ab 6.500 € bis 20 Teilnehmer.

5. Persönliche HubSpot-Schulung

Wir bieten seit 2015 persönliche und individuelle HubSpot-Schulungen in deutsch, französisch und englisch an. Wir haben alle HubSpot Zertifizierungen und passen den Inhalt und das Niveau der Schulung genau an Ihre Bedürfnisse an. Als HubSpot-Einsteiger können Sie mit der eintägigen Grundschulung „Getting started with HubSpot" beginnen, in der Sie alle HubSpot Grundlagen lernen (HubSpot einrichten, HubSpot-Blog, Landing Pages, Formulare und Calls-to-Action, E-Mail- und Social-Media-Tool usw.). Möchten Sie das HubSpot-Wissen innerhalb Ihrer Organisation erweitern? Dann lassen Sie Ihr ganzes Team an einem Trainingskurs teilnehmen und bringen Sie Ihre Marketing-Mitarbeiter bei, wie sie ihre Arbeit mit dem Marketing Pro oder Enterprise Hub erleichtern und automatisieren können. Denken Sie auch an Ihre Vertriebs- und Service-Mitarbeiter!

Die Vorteile: Unabhängig vom Niveau der Teilnehmer und dem Inhalt des Trainings üben Sie in Ihrem eigenen Account, mit Ihren eigenen Vorlagen, und wir helfen Ihnen vor Ort. Danach erhalten Sie eine ausführliche Dokumentation, um weiterhin erfolgreich HubSpot einzusetzen. Natürlich können wir Sie auch nach der Schulung weiterhin unterstützen.

Kostenpunkt: ab 1.200 € pro Schulung*. Angebotene Schulungen und weitere Informationen

6. Beauftragen eines HubSpot Partners

Bevorzugen Sie den einfachsten Weg und vertrauen die Einrichtung, Pflege und Optimierung Ihres Accounts einem erfahrenen HubSpot Partner an? Damit Sie weiterhin Ihre Geschäfte nachgehen können und die Marketing-, Vertriebs- oder Service-Aktivitäten in der Zwischenzeit Ergebnisse für Sie erzielt? Dann lesen Sie schnell das nächste Kapitel.

** Preis für einen ½ Tag Schulung (online über Teams oder on-site, ca. 4 Std., inkl. bis zu 10 Teilnehmer, weitere Teilnehmer +30% pro Teilnehmer, inkl. Dokumentation, zzgl. USt., zzgl. Reisekosten bei Vor-Ort-Schulungen – Stand: 01.06.2024*

4. HubSpot Unterstützung

Nicht jeder Unternehmer hat die Zeit und/oder die Ressourcen, sich selbst oder sein Team in HubSpot sofort umfassend zu schulen. Darüber hinaus sind die vielen Möglichkeiten von HubSpot verlockend. Wenn Sie gerade erfolgreich Ihre ersten E-Mails verschickt haben, werden Sie Ihre Marketingaktivitäten mit Workflows und Lead-Scoring schnell automatisieren wollen (*ab Marketing Professional*).

Das klingt großartig - schließlich wollen Sie das Beste heraus holen - aber die endlosen Möglichkeiten in HubSpot können Ihnen auch viel Zeit kosten.

Wofür machen wir das nochmal?

Sie haben vielleicht irgendwann aus den Augen verloren, warum Sie das Tool überhaupt gekauft haben, und tatsächlich vergessen zu überprüfen, ob HubSpot Ihnen dabei wirklich hilft, Ihre Geschäftsziele zu erreichen. In diesem Fall benötigen Sie eine Unterstützung in Ihrer Inbound-Strategie und nicht in die oben besprochenen Schulungsmöglichkeiten.

HubSpot Beratung durch erfahrene Experten

Wir arbeiten seit **2011** mit HubSpot zusammen, und nutzen die Software sowohl für unsere eigenen Marketing- und Sales-Aktivitäten als auch für die unserer Kunden. Dadurch haben wir so viel Erfahrung mit der Software gesammelt, dass wir vorhersagen können, auf welche Fallstricke Sie als unabhängiger Anwender kurz- und langfristig stoßen werden.

Außerdem verfügen wir intern über eine große Sammlung von Best Practices, Tipps und Tricks, von der Sie nur profitieren können. Und alle neuen HubSpot-Komponenten und -Möglichkeiten testen wir zunächst selbst, so dass wir uns bei der Beratung sehr sicher sind, Ihnen die optimale Lösung anzubieten.

HubSpot ist der Motor, wer kontrolliert den Kraftstoff?

Stellen Sie den Weg in Frage, den Sie mit HubSpot einschlagen werden, um zu wachsen?
Dann möchten wir Ihnen folgenden Rat geben: HubSpot hilft Ihnen bei der Automatisierung Ihrer Marketing-, Vertriebs- und Service-Aktivitäten und kann so als der Motor Ihres Wachstums betrachtet werden. Dieser Motor muss jedoch mit dem richtigen Kraftstoff versorgt werden, sonst bringt er Ihr Unternehmen nicht weiter.

Wenn Sie einen erfahrenen HubSpot Partner wie Brandsensations (rechtzeitig) um Hilfe bitten, können Sie sicher sein, dass Sie Ihrem Motor den richtigen Kraftstoff geben. Wir beherrschen alle Versionen der HubSpot Software - von HubSpot Starter bis zur Enterprise-Plattform und nutzen diese Erfahrungen und dieses Wissen, um Ihren Erfolg mit HubSpot zu maximieren.

Helfen Sie Ihrem Unternehmen zu wachsen

Mit informativen und hilfreichen Inhalten, die Ihre Buyer Persona ansprechen, und fundierte Technologie im Hintergrund arbeitet HubSpot für Sie als moderne Marketing- und Vertriebsmaschine. Wir möchten Ihnen helfen, die richtigen Leads zu generieren und qualifizieren, und Ihr Vertriebsteam sich auf reale Chancen zu fokussieren, um Ihr Geschäft auszubauen.
Klingt Ihnen das ein wenig zu vage? Unsere Zusammenfassung für Sie:

Brandsensations hilft!

- Erwerb der HubSpot-Software
- Implementierung und Einrichtung von HubSpot Tools
- HubSpot Training, um Ihr Team den Umgang mit dem Tool beizubringen
- HubSpot Beratung zur Verbesserung und Steigerung Ihrer Ergebnisse und Erreichung Ihrer Ziele
- Entwicklung und Umsetzung von Marketing- und Vertriebsstrategien zur Maximierung der Rentabilität von HubSpot
- Darstellung der Ergebnisse der oben genannten Aktivitäten für Ihr Unternehmen und alle Stakeholder.

5. Jetzt loslegen!

„Es ist nicht genug, zu wissen, man muss auch anwenden. Es ist nicht genug, zu wollen, man muss auch tun."
- Johann Wolfgang von Goethe

Waren Sie bereits von der Leistungsfähigkeit von HubSpot überzeugt und sind nun sicher, dass es der richtige nächste Schritt zum Wachstum für Ihr Unternehmen ist, und brauchen Hilfe beim Start?

Oder zweifeln Sie noch und sind neugierig, ob HubSpot zu Ihrer Situation passt, oder welche HubSpot Version das Richtige ist?

Möchten Sie eine ehrliche Antwort?
Dann vereinbaren Sie einfach ein kostenloses Beratungsgespräch!

6. Über Brandsensations

Im Zeitalter der Digitalisierung wollen wir die entstehenden neuen Möglichkeiten kleinen und mittelständischen Unternehmen zugänglich machen, um menschliche Interaktionen zwischen Unternehmen und Kunden zu fördern.

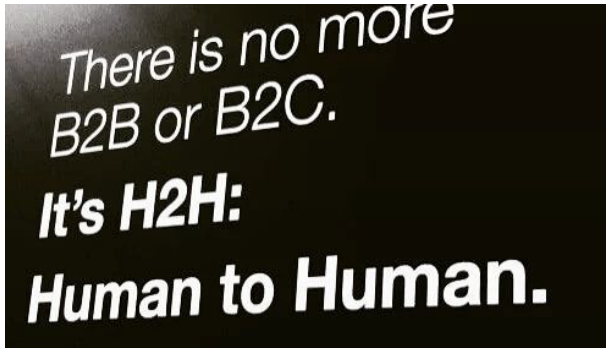
Wir entwickeln konversionsoptimierte und benutzerorientierte Websites, als Basis für eine erfolgreiche Inbound Marketing Strategie.

UX and Customer-Centricity first:
Alles, was wir entwickeln, sollte vor allem aus der Sicht des Kunden einen Sinn haben!

Mit der Verbreitung und Weiterentwicklung der digitalen Technologien hat Ihr Kunde seine Unabhängigkeit zurück erlangt. Er entscheidet jetzt selbst, wann und wo er nach etwas sucht, etwas kauft, und wann er kontaktiert werden möchte.

Um von ihm in dieser Phase des Alleingangs trotzdem wahr genommen zu werden, empfiehlt es sich, ihm ungezwungen und hilfreich die gesuchten und benötigten Informationen zum richtigen Zeitpunkt zur Verfügung zu stellen. ***„Don't sell. Help your customers buy."***

> Weitere Infos auf: brandsensations.com



Brandsensations
Inbound Marketing Strategies

Rudolph-Ulrich-Str. 4
41751 Viersen, Germany

E info@brandsensations.com

T +49 2162 8156480

Ohne eine optimierte Website verpuffen Ihre Marketingaktivitäten, egal ob Social Media, Webinare, E-Mail-Marketing oder Marketing Automation. Ihre Website ist der Anker Ihres gesamten Marketings. Erfahren Sie hier, ob Ihre aktuelle Website für Inbound Marketing geeignet ist, und wie sie optimiert werden kann:

©2024

Texte: Brandsensations

Bildquellen der verwendeten Bilder:
Titel: AdobeStock © lovelyday12
Seite 4: AdobeStock © foxyburrow
Seite 8: AdobeStock © kuestenheini
Seite 11: AdobeStock © DKcomposing
Seite 15: AdobeStock © sarawutnirothon
Seite 18: AdobeStock © Syda Productions
Seite 19, CTA: AdobeStock © j-mel
Seite 20: AdobeStock © hannibalee
Seite 22, CTA: Unsplash