

# INBOUND-Konferenz 2021: HubSpot CRM-Plattform jetzt noch flexibler, verknüpfter und kundenorientierter

MI, OKT 13, 2021 10:00 CET



*Diverse neue Features in der HubSpot-Plattform verfügbar – u. a. erweiterte Anpassungsmöglichkeiten, Administrationstools und Reportingfunktionen*

**Berlin/Cambridge, MA – 13. Oktober 2021** – [HubSpot](#), führender Anbieter einer CRM-Plattform für wachsende Unternehmen, gab auf der [INBOUND-Konferenz 2021](#) (12.–14.10.) die [Einführung neuer Funktionen und Updates in der Enterprise-Version](#) bekannt. Diese Neuerungen ermöglichen es Teams, optimal aufeinander abgestimmt über verschiedene Kanäle hinweg mit denselben Daten zu arbeiten – und so sämtliche Wachstumsphasen ihres Unternehmens zu meistern.

Die jüngsten Verbesserungen von HubSpot bieten noch mehr Kontrolle und zusätzliche Anpassungsmöglichkeiten. So sind jetzt unter anderem erweiterte Reportingfunktionen und die neue Enterprise-Version von Operations Hub verfügbar. Das Unternehmen führt außerdem Features wie HubSpot Payments, benutzerdefinierte Umfragen und Kundenportale ein, um das Kundenerlebnis noch weiter zu verbessern.

„Ein CRM-System ist nicht mehr nur ein Vertriebstool, sondern spielt für wachsende Unternehmen eine zentrale Rolle. So muss eine CRM-Plattform die Implementierung, die gegenseitige Abstimmung und die Anpassung so reibungslos wie möglich gestalten – sie muss flexibel genug sein, um teamübergreifende Zusammenarbeit und umfassende Kundeneinblicke zu ermöglichen, und auf diese Weise Unternehmen zu schnellerem und stärkerem Wachstum zu verhelfen, ganz gleich, mit welchen Herausforderungen sie

konfrontiert sind“, so **Yamini Rangan, CEO von HubSpot**. „Mit einer CRM-Plattform, die Stück für Stück zusammengekauft wurde, ist dies nicht möglich. Die Software von HubSpot wird intern entwickelt und die einzelnen Bestandteile unserer CRM-Plattform sind exakt aufeinander abgestimmt. So ermöglichen wir unseren Kundinnen und Kunden eine einfache und unkomplizierte Anpassung. Die Neuerungen bieten jedem Unternehmen die nötige Flexibilität für eine individuelle Gestaltung und Einrichtung der HubSpot-Plattform, damit jedes Team effizient arbeiten kann.“

### **Operations Hub jetzt als Enterprise-Version mit Business-Intelligence-Feature**

Mit dem Ziel, eine noch stärker vernetzte CRM-Plattform bereitzustellen, hat HubSpot Anfang dieses Jahres [Operations Hub als kostenlose Option sowie in den Versionen Starter und Professional](#) eingeführt. Operations Hub ist eine neue Lösung für Revenue Operations-Teams, um die Daten ihres Unternehmens zu verknüpfen und zu bereinigen, damit Teams zielgerichtet und effizient arbeiten können, während das Unternehmen wächst.

Eine umfassende Berichterstattung ist nach wie vor eine Herausforderung für viele Operations-Teams, die einen vollständigen Überblick über ihre Kundschaft erhalten möchten. Aus diesem Grund erweitert HubSpot sein Angebot: Operations Hub Enterprise ist ab dem 1. November 2021 erhältlich. Das darin enthaltene neue Business-Intelligence-Feature geht noch einen Schritt weiter, was die Zentralisierung von Informationen betrifft: Mithilfe von Datensätzen können Analyse- und Operations-Teams Datensammlungen vorbereiten – darunter berechnete Werte und vorausgewählte Felder –, die dann zur Erstellung von Berichten bereitstehen, um ein verknüpfteres und einheitlicheres Reporting zu ermöglichen.

Mit der neuen Datenaustauschfunktion für Snowflake bietet Operations Hub Enterprise auch den Teams, die ihre bestehende Business-Intelligence-Lösung beibehalten möchten, eine schnelle, automatisierte und sofort einsatzbereite Möglichkeit, HubSpot-Daten mit dem branchenführenden Data Warehouse zu verbinden.

Zusätzlich zu den Neuerungen rund um Operations Hub kündigte HubSpot auch die Veröffentlichung der API für benutzerdefinierte verhaltensorientierte Events an. Darüber können Kundinnen und Kunden, die Marketing Hub Enterprise nutzen, wichtige verhaltensbezogene Daten erfassen und Berichte erstellen – unabhängig davon, ob diese Daten von HubSpot oder einer Drittanbieter-App stammen.

### **Mehr Flexibilität für Account-Admins**

Bei den meisten Softwareangeboten kann das Hinzufügen von Anpassungsmöglichkeiten zu erhöhter Komplexität führen. Bei HubSpot sieht das anders aus: Die neuen Features ermöglichen eine individuellere Anpassung und leistungsstarke Funktionen, bauen aber auf den bestehenden Optionen und der vorhandenen Benutzeroberfläche auf – und bieten somit ein konsistentes Nutzererlebnis.

Die HubSpot-Plattform wurde erweitert, um Account-Admins noch mehr Kontrolle zu geben und sicherzustellen, dass ihr CRM besser auf die Abläufe ihres Unternehmens abgestimmt ist. Mit flexibleren Objektverknüpfungen (jetzt in der öffentlichen Betaversion verfügbar) bietet HubSpot zum Beispiel die Möglichkeit, einen Kontakt mit mehreren Unternehmen oder mehrere Unternehmen mit einem Deal zu verknüpfen. So können Account-Admins auch komplexeren Geschäftsmodellen gerecht werden und mit Veränderungen Schritt halten.

### **Bessere Marketing-Kampagnen für Unternehmensmarken**

Mithilfe der neuen Unternehmensbereiche können Nutzerinnen und Nutzer von Marketing Hub Enterprise mehrere Marken verwalten, um ein konsistentes und zielgerichtetes Erlebnis für ihre Zielgruppen zu gewährleisten. Das neue Add-on ermöglicht es, Up-Selling- oder Cross-Selling-Kampagnen

durchzuführen, um alle Segmente einer Zielgruppe zu erreichen, Interaktionen und Kommunikationspräferenzen von Kontakten mit jeder Marke zu verfolgen und Performanceberichte sowohl für das gesamte Unternehmen als auch für einzelne Marken zu erstellen.

Außerdem erleichtern neue Kontrollfunktionen in der Enterprise-Version die Nutzerverwaltung durch zum Beispiel Berechtigungssätze, Fehlersuche aus Benutzerperspektive, Features für die Audit-Protokollierung, Signaturverwaltung und mehr.

### **Änderungen vor Implementierung in Sandbox-Umgebung testen**

Für die Enterprise-Version hat HubSpot zudem eine neue Sandbox-Umgebung angekündigt. Sie ermöglicht es Account-Admins und Entwicklerteams, Änderungen vor der Implementierung für das ganze Unternehmen oder die Kundschaft zu testen, weiterzuentwickeln und anzupassen. Diese neuen Funktionen sparen wertvolle Zeit, da Unternehmen keine separaten Test-Accounts einrichten und ihre Einstellungen und Definitionen nicht mehr kopieren müssen.

„Dank der Sandboxes haben wir die Art und Weise, wie wir HubSpot tagtäglich einsetzen, komplett verändert“, so João Dobbin, Manager of Business Enablement bei RockContent. „Wir konnten mehr Integrationen wie Stripe, verschiedene Lead-Routing-Regeln, die Clearbit-Erweiterung sowie weitere wichtige Implementierungen in der Sandbox-Umgebung testen, ohne unseren eigentlichen Account zu beeinträchtigen.“

### **Benutzerdefinierte Umfragen und Kundenportal für den Kundenservice**

Im vergangenen Jahr haben sich die Erwartungen der Käuferinnen und Käufer drastisch verändert, da Unternehmen überall auf der Welt auf den Onlinehandel umstellen mussten. Spätestens seitdem ist es für Unternehmen unerlässlich, herausragende digitale Erlebnisse zu schaffen, wenn sie sich von der Konkurrenz abheben und für eine gute Kundenbindung sorgen wollen.

Um die Anpassung an diesen Wandel zu erleichtern, hat HubSpot neue Funktionen entwickelt, die den Unternehmen dabei helfen sollen, das Kundenerlebnis zu verbessern. Zu den Neuerungen in Service Hub gehören benutzerdefinierte Umfragen und ein neues Kundenportal – jetzt in der öffentlichen Betaversion verfügbar. Das neue Kundenportal ist mit einem gemeinsamen Postfach verbunden, über das Ticketkonversationen zwischen Kundschaft und Teammitgliedern verwaltet werden können. Es bietet außerdem Zugriff auf die Unternehmenswissensdatenbank und kann individuell angepasst werden, um ein optimales Kundenerlebnis zu schaffen. Die neue Funktion für benutzerdefinierte Umfragen ermöglicht es außerdem, mithilfe von verschiedenen Fragetypen und unbegrenzten Antworten gezielt Feedback einzuholen.

### **HubSpot Payments vereinfacht Kaufprozess**

HubSpot Payments, die neue integrierte Zahlungsoption des Unternehmens, ist ebenfalls darauf ausgelegt, das Kundenerlebnis zu verbessern: Diese Option ermöglicht es Unternehmen, den Kaufprozess so reibungslos wie möglich zu gestalten und ihren Kundinnen und Kunden eine nahtlose, sichere Zahlungsabwicklung zu bieten. Mit HubSpot Payments können Unternehmen ganz unkompliziert Produkte oder Dienstleistungen online verkaufen und Zahlungslinks verwenden. Außerdem sind sie in der Lage, über die HubSpot-Tools zur Angebotserstellung Zahlungen zu akzeptieren, was die kontaktlose Erfassung einmaliger und wiederkehrender Zahlungen über eine Vielzahl von Kanälen ermöglicht. HubSpot Payments bietet einen modernen Zahlungsprozess direkt im HubSpot CRM, sodass Unternehmen das Umsatzwachstum beschleunigen und ein außergewöhnliches Käuferlebnis gewährleisten können.

Um Unternehmen den Einstieg zu erleichtern, erlässt HubSpot außerdem jeden Monat die Gebühren für die ersten 50.000 USD an ACH-Banküberweisungen, die über HubSpot Payments abgewickelt werden. HubSpot Payments befindet sich derzeit in der Betaphase und ist nur für Kundinnen und Kunden in den USA verfügbar. Mehr über HubSpot Payments erfahren Sie [hier](#).

„Jede dieser Funktionen wurde mit einem bestimmten Ziel vor Augen entwickelt“, so **Lou Orfanos, GM and VP of Sales Hub**. „Wir bei HubSpot konnten beobachten, dass CRM-Systeme immer komplexer und starrer wurden, was die Teams nur verlangsamt und die Leistung beeinträchtigt. Indem wir Produkte entwickeln, bei denen der Hauptfokus darauf liegt, dass sie flexibel angepasst, miteinander verknüpft und kundenorientiert eingesetzt werden können, stellen wir leistungsstarke Funktionen bereit, die sich individuell in jedem Unternehmen implementieren lassen.“

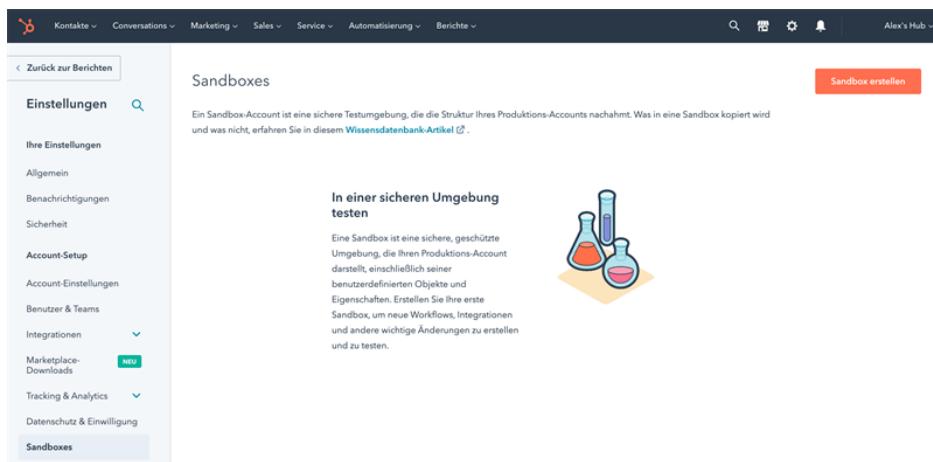
Auf [www.hubspot.de/new](http://www.hubspot.de/new) erhalten Sie weitere Informationen zu diesen Funktionen sowie einen Einblick in andere Tools, an deren Entwicklung HubSpot arbeitet.

+++

## Bilder

(alle Bildnachweise: HubSpot)

### [Porträt Yamini Rangan, CEO, HubSpot](#)



Die neue Sandbox-Umgebung gehört zu den großen Produkt-Updates, die HubSpot auf der INBOUND 2021 vorstellte. Sie ermöglicht es Account-Admins und Entwicklerteams, Änderungen vor der Implementierung zu testen, weiterzuentwickeln und anzupassen. Das spart wertvolle Zeit, da Unternehmen keine separaten Test-Accounts einrichten und ihre Einstellungen und Definitionen nicht mehr kopieren müssen. [Zum Download](#)

+++

## Pressekontakt

Agentur Frau Wenk +++ GmbH

Tel.: +49 (0) 40 32904738-0

E-Mail: [hubspot@frauwenk.de](mailto:hubspot@frauwenk.de)



## Über HubSpot

HubSpot (NYSE: HUBS) bietet eine führende CRM-Plattform (Customer Relationship Management) mit Software und Support, um Unternehmen beim Wachstum mit System zu unterstützen. Die HubSpot-Plattform umfasst Marketing-, Vertriebs-, Service-, Operations- und Websitemanagementprodukte, die für Unternehmen unterschiedlicher Größe in verschiedenen, skalierbaren Versionen erhältlich sind – angefangen bei kostenlosen grundlegenden Funktionen bis hin zu leistungsstarken Features für Großunternehmen. Heute setzen über 121.000 Nutzerinnen und Nutzer in mehr als 120 Ländern auf die leistungsstarken, benutzerfreundlichen Tools und Integrationen von HubSpot, um neue Kundinnen und Kunden anzuziehen, effektiv mit ihnen zu interagieren und sie immer wieder aufs Neue zu begeistern.

HubSpot zählt laut Glassdoor zu den vier beliebtesten Arbeitgebern 2021 und wurde unter anderem von Great Place to Work, Comparably, Fortune, Entrepreneur und Inc. für seine erstklassige Unternehmenskultur ausgezeichnet. HubSpot wurde 2006 gegründet und hat seinen Hauptsitz in Cambridge, Massachusetts. Das Unternehmen beschäftigt weltweit knapp 5.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die teils in Büros und teils im Homeoffice arbeiten. Der deutsche Unternehmenssitz befindet sich in Berlin.

Mehr auf [www.hubspot.de](http://www.hubspot.de)