

Hvorfor skal min virksomhed bruge HubSpot?

5 gode argumenter til ledelsen, salg, marketing, kundeservice og IT



itch[®]



Indholdsfortegnelse

Introduktion	1
Hvornår er HubSpot et godt valg?	3
5 argumenter til ledelsen	5
5 argumenter til salg	9
5 argumenter til marketing	13
5 argumenter til kundeservice.	17
5 argumenter til IT	21
HubSpot's forskellige hubs	25
Få en gratis demo af HubSpot	27



Introduktion



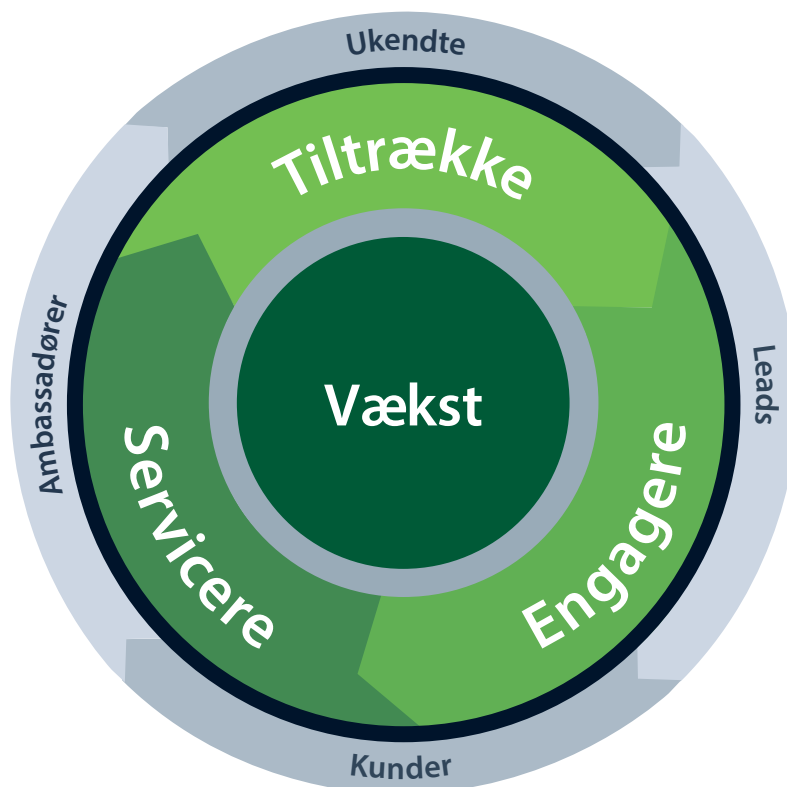


Et stærkt CRM til at skabe vækst

Overvejer du, om HubSpot skal være det næste værktøj, der kan bidrage til vækst i virksomheden?

Med HubSpot får du et stærkt CRM, der kan bruges af alle afdelinger på tværs af virksomheden til at skabe de allerbedste oplevelser for jeres kunder - og medarbejdere. HubSpot hjælper altså med til at nedbryde siloerne mellem afdelingerne og skabe værdi for både medarbejdere, kunder og ledelse. Så kan I spare I tid, skabe et bedre samarbejde og mindske ressourcspild.

HubSpot er det idéelle værktøj for virksomheder, der vil skalere med kunderne i centrum. Med HubSpot som motor tager vi ikke længere kun udgangspunkt i den berømte købstragt. [HubSpot's flywheel](#) handler nemlig ikke kun om at få kunder: Tilgangen handler i stedet om at tiltrække leads, engagere dem, så de bliver kunder, og servicere dem, så de bliver virksomhedens bedste ambassadører. Derfor er HubSpot den ideelle platform til at skabe vækst og samle alle virksomhedens kræfter i ét system.



Gør dig klar til at få alle de gode argumenter for, hvorfor din virksomhed skal bruge HubSpot - og del dem bagefter med resten af virksomheden, så alle bliver solgt på idéen. Så bliver det hurtigt jeres tur til at komme på et vækstskabende HubSpot-eventyr.



Hvornår er HubSpot et godt valg?



Det ideelle værktøj til leadgenerering og inbound-tilgangen

Inden vi kommer til selve argumenterne, skal vi selvfølgelig slå fast, om HubSpot rent faktisk er det rette valg for din virksomhed.

HubSpot kommer med mere end 100 funktioner fordelt på de forskellige hubs og niveauer. Derfor egner HubSpot sig også til mange forskellige situationer. Det vigtigste er, at I anerkender inbound-tilgangen. Gør I ikke dette, så er HubSpot formentlig ikke det rette valg for jer.

Overvej følgende, før du vælger HubSpot

- Arbejder min virksomhed med at skabe leads?
- Tager det flere uger eller måneder at skabe en ny kunde?
- Har jeg en salgsafdeling, der arbejder med leads?
- Savner jeg indsigt i effekten af mine marketingindsatser?
- Mangler der et system til håndtering af kundeoplysninger og salgsaktiviteter?
- Er værdien af en kunde høj?
- Ønsker jeg at automatisere dele af min marketing og/eller salg?
- Savner jeg, at mit serviceteam kan arbejde fra en samlet platform, hvor der er også er indsigt i touchpoints med marketing og salg?
- Anerkender jeg, at der skal en bedre og større indsats til for at skabe gode og værdifulde kunder?

Hvis du kan svare ja til et eller flere af ovenstående spørgsmål, så er HubSpot formentlig et godt valg for din virksomhed.

Lad os dykke yderligere ned i, hvorfor HubSpot giver mening for de forskellige afdelinger i din virksomhed.



5 argumenter til ledelsen

Skab sammenhæng i virksomheden

Vil I gerne nedbryde siloer og få de forskellige teams til at arbejde endnu bedre sammen? HubSpot giver jer et samlet system, hvor I kan skabe gode kundeoplevelser og måle resultater på tværs af afdelinger og arbejdsfunktioner. Som ledelse får I et bedre overblik og skaber en større sammenhængskraft i virksomheden.



HubSpot CRM



Ét centralt CRM
for hele
virksomheden



Mulighed for
segmentering og
profilering



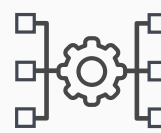
Fleksibel og
skræddersyet
brugerflade



Gennemsigtig
styring og sporing
af leads



Registrering og
sporing af
e-mails og opkald



Produktivitet og
opgave-
automatisering

1. Nedbryd siloer med ét samlet økosystem

Arbejder marketing og salg med forskellige mål? Eller hjælper salgsafdelingen marketing med at lave det bedste mulige indhold til de kundetyper, de taler med? Brug det samme system, så I kan gøre samarbejdet mere gnidningsfrit og skabe synergier.

2. Del data på tværs af afdelinger

Med HubSpot får I ét samlet system, hvor I kan følge kundernes købsrejse fra marketinginitiativer til salgsmøder og kundeservice. I kan dele data mellem afdelingerne og bruge det til at gøre hinanden klogere og skabe en endnu bedre oplevelse for kunderne.

3. Få god afrapportering, og kombinér tal fra flere afdelinger

Hvordan performer jeres forskellige afdelinger? Se hvor mange leads, marketing skaffer, og hvordan sælgernes konverteringsrate er i HubSpot. Indsaml desuden anmeldelser af kundeservice, og saml det hele i dash-boards, der præsenterer jeres performance på en overskuelig måde. Alt sammen i et system, som alle afdelinger forstår (når de først er i gang med at bruge det) og hurtigt kan aflæse.



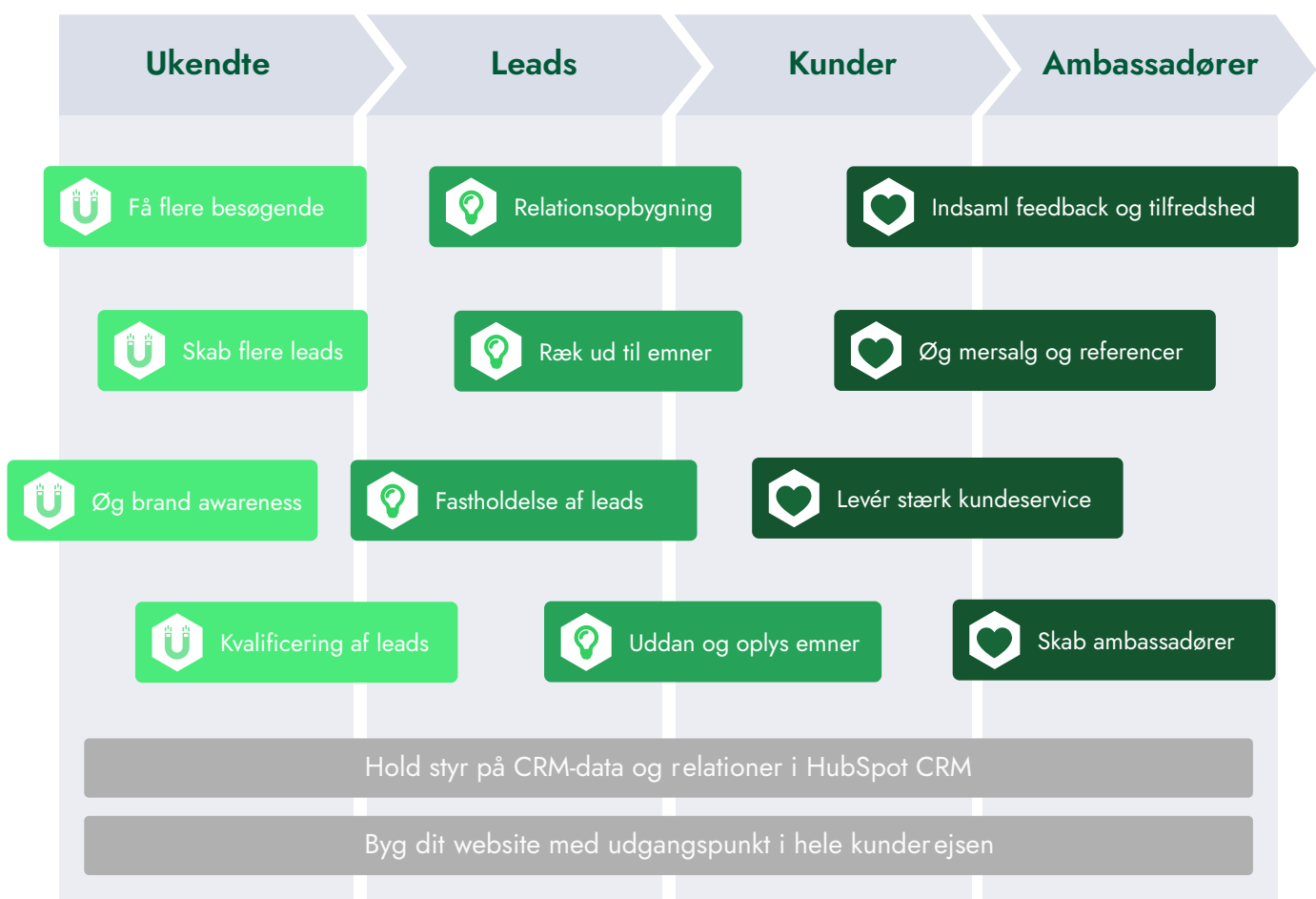
4. Oplev øget gennemsigtighed og ejerskab

Med HubSpot som CRM, der afrapporterer jeres forskellige indsatser, kan I og medarbejderne følge med i alle aktiviteter lige fra website-besøgende til salgstal og vækst. Det giver et større ejerskab over for virksomheden og jeres fælles rejse mod vækst. HubSpot hjælper desuden medarbejderne med at dække ind for hinanden, hvis en nogen er syg, på ferie eller lignende, da I via platformen kan følge op på kundehenvendelser med al den nødvendige information lige ved hånden.

5. Nem onboarding af nye brugere og let brugerflade

HubSpot er et intuitivt system. Selvom mulighederne er mange, er brugerfladen let at finde rundt i, og nye brugere kan nemt onboardes og sættes ind i platformen.

[Læs mere om HubSpot-onboarding.](#)





5 argumenter til salg

Kom endnu tættere på kunderne

Drop excelarket, og få et godt overblik over al jeres data i HubSpot. I kan holde øje med performance, forbedre salgstaktikker og skabe endnu flere salg med et CRM og salgsværktøj, der er skabt til at skabe gode kunderelationer.



HubSpot Sales Hub



Opsætning af
salgspipeline



Salgsautomatisering
og automatiserede
rejser



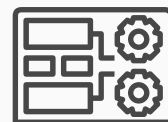
Salgsplaybook
og sequences



Account-based
marketing (ABM)



Dybdegående
analyser og
indsigter



Tilbuds- og
produktstyring



1. Afdæk kunderejsen, og se alle touchpoints

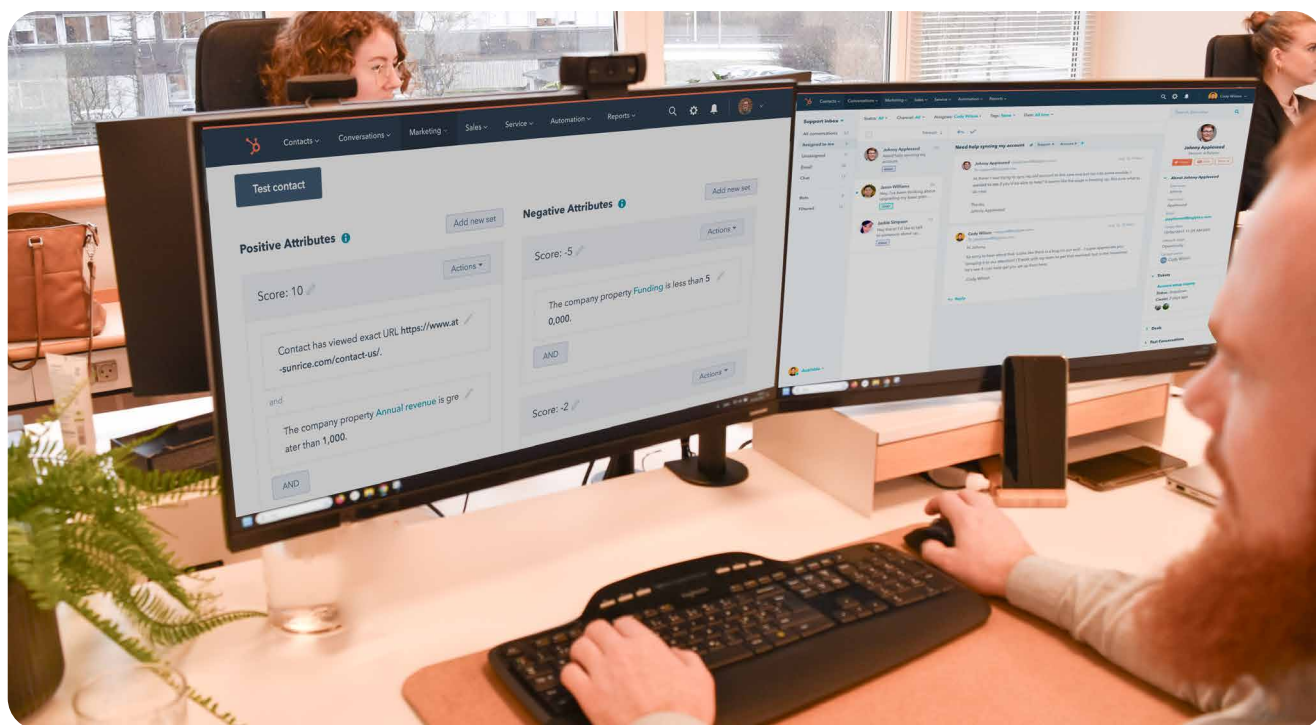
Få overblik over og optimér kunderejsen ved at se på de forskellige touchpoints, potentielle kunder har med virksomheden. I HubSpot kan I få et overblik over, hvad jeres leads foretager sig på websitet. Downloader de et content offer? Læser de om jeres ydelser? Eller har de besøgt jeres prissider? Brug det til at ramme dem på det rigtige tidspunkt og skabe en endnu bedre dialog.

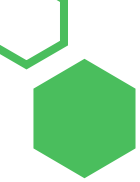
2. Positionér gensalg og krydssalg

Har en kunde åbnet en e-mail, der positionerer et andet produkt end det, de i forvejen har købt? Få en notifikation, og følg op på det. Det giver jer mulighed for at kontakte kunder og leads, mens de er interesserede og i sidste ende skabe et større salg.

3. Automatisér salgsprocesser og notifikationer

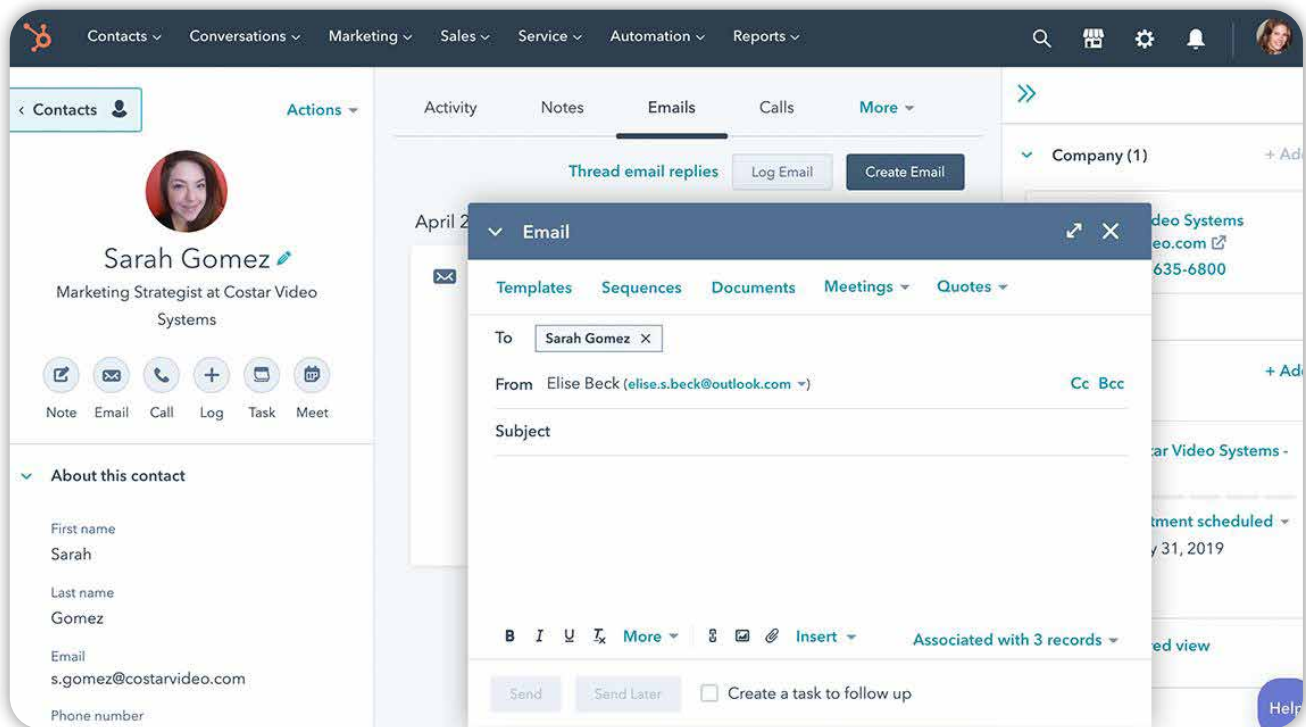
Vær sikker på, at intet falder mellem to stole med tasks, notifikationer og andre reminders. Sequences giver jer mulighed for at ensrette salgsafdelingen med enslydende (men dog personlige) mailflows, der hjælper jer med at guide leads og lukke salg.





4. Find ud af, hvad der virker bedst med Conversation Intelligence

Med Conversation Intelligence kan I lave kundeopkald og samle data fra opkaldene i HubSpot. Hvad virker? Hvad virker ikke? Og hvordan bliver teamet endnu bedre? Det kan I lettere se og reagere på med HubSpot. Herefter kan I tilføje best practice-manuskripter direkte i platformen og sikre, at I bruger de bedste greb - hver gang.



5. Få et tættere samarbejde med marketing

Hvordan kan marketing bedst muligt hjælpe salg med at skabe vækst? Ved at samarbejde tæt om at skaffe leads og gøre dem købsmodne. På samme tid kan I hjælpe marketing med at være relevante for målgruppen, da I kender målgruppens problematikker bedst. Med al dataen samlet i HubSpot kan I følge hele købsrejsen til ende, lige fra den potentielle kunde møder den første LinkedIn Ad, til du lukker salget med dem.

[Læs mere om HubSpot Sales Hub-onboarding.](#)



5 argumenter til marketing

Automatisér, rapportér og saml marketingaktiviteterne

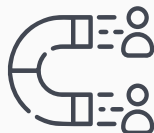
Følg hele kunderejsen, og skab relevant indhold til jeres besøgende. Med HubSpot kan I i et og samme system skrive automatiserede marketing e-mails, bygge landingssider, skrive blogs og rapportere på det hele.



HubSpot Marketing Hub



Avanceret
marketing-
automatisering



Leadgenererings-
maskine



Leadscoring og
lead nurturing



Social
mediestyring



Sporing og styr-
ing af betalt
annoncering



Fleksibel og
avanceret
e-mailmarketing

1. Afdæk hele kunderejsen, og find ud af, hvor potentielle kunder møder virksomheden

Hvor møder jeres potentielle kunder virksomheden? Se hvilke annoncer, der sender dem ind på jeres website, og hvilke blogs der performer bedst. Følg rejsen fra besøgende til leads til kunder i HubSpot, og skab et tættere samarbejde med salgsafdelingen.

2. Brug avanceret marketing automation til leadgenerering og lead nurturing

HubSpot tilbyder et avanceret marketing automation-system, der kan hjælpe jer med at skaffe leads og gøre dem købsparate. Send eksempelvis en e-mail, når et lead har besøgt en bestemt side. Eller send e-mails baseret på, hvilket emne jeres leads er interesseret i. Skriv jeres e-mails én gang, og send dem, når de er parate til at modtage dem. Timing er nøglen.



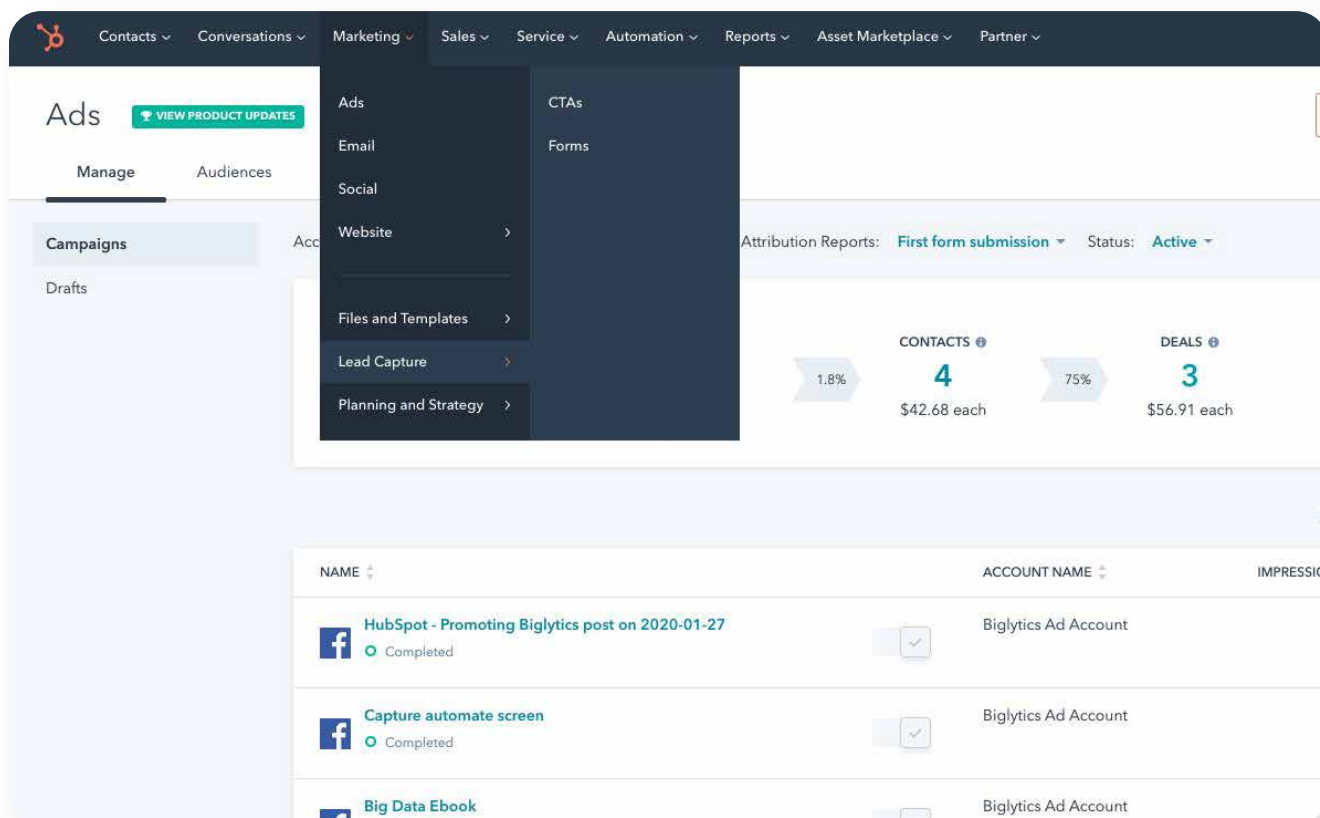
3. Afrapportér, og vis værdien af marketing

Et salg er ikke kun salgsafdelingens fortjeneste. Med HubSpot kan I tydeligt se, hvilke indsatser der skaffer kunder, og få den credit, I fortjener. Lav tydelig afrapportering, og følg med i, hvordan jeres marketingaktiviteter performer.



4. Saml marketingaktiviteterne i én platform

Planlæg og opret alt fra Facebook-opslag til blogs i HubSpot. Med HubSpot kan I bygge websitet med HubSpot CMS og få et leadgenererende website, der tracker al den relevante data - og I kan sende marketing e-mails uden at forlade platformen. I samler jeres digitale marketingindsatser i ét system og kan holde øje med kontakternes interaktion med jeres virksomhed undervejs.



5. Ram de rette personer med værktøjer til Account-Based Marketing

Skyder I med spredehagl, når I skal skaffe nye leads? Med HubSpot kan I målrette specifikt mod indkøbere og andre relevante personer i de virksomheder, der er relevante for jer.

[Læs mere om HubSpot Marketing Hub-onboarding.](#)



5 argumenter til kundeservice

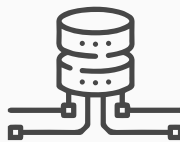
Skab den bedste allround kundeoplevelse

Saml al kontakt til kunderne i ét system, hvor I kan følge op på tickets og henvendelser på tværs af medarbejdere. En god oplevelse både for jer, der sidder i virksomheden og ikke mindst for kunderne.

HubSpot Service Hub



Helpdesk og automatisering af tickets



Omnichannel-beskeder



Knowledge Base og FAQ



NPS og kundetilfredshedsundersøgelser



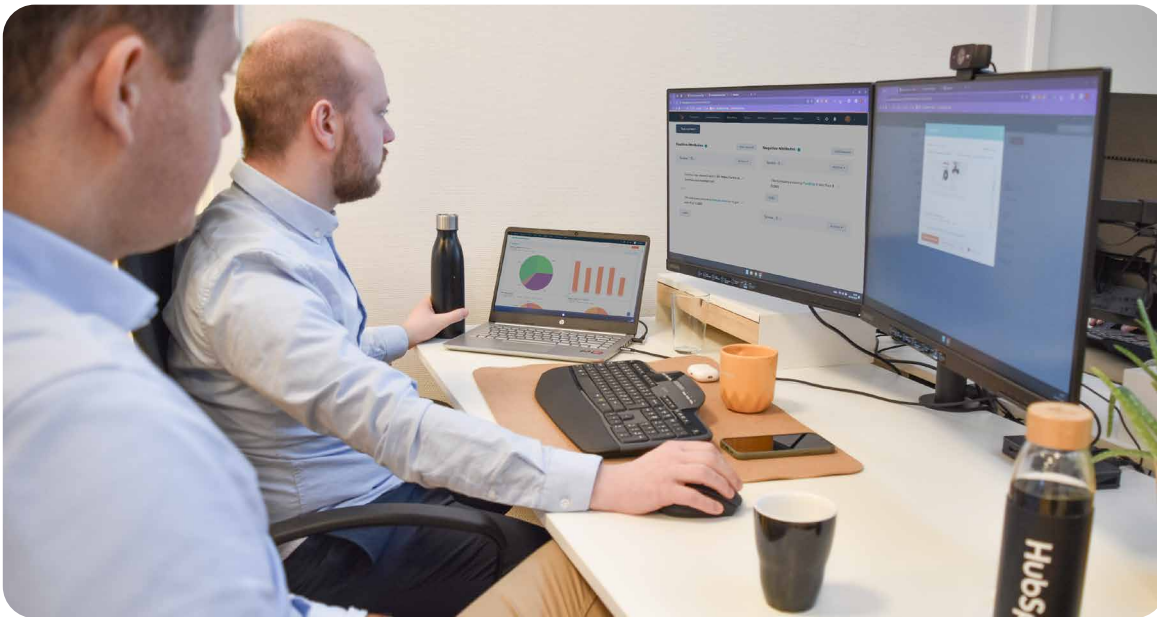
Kundeselvbetjeningsportal



Delt indbakke og conversations

1. Bind kundesupport sammen med marketing og salg

Del al jeres relevante viden med marketing og salg. Hvilke spørgsmål stiller kunderne? Og hvilke samtaler har kunden tidligere haft med en sælger? Det kan I samle i ét og samme overblik i HubSpot CRM.



2. Kommunikér med kunder via forskellige kanaler (samlet i HubSpot)

Kravet fra dine kunder om, hvor de kan kontakte dig henne, er større end nogensinde før. Som virksomhed skal du derfor kunne tilbyde både telefon-, e-mail- og chatsupport. Lav omnichannel kundekommunikation via HubSpot. Saml livechat fra Facebook og websitet, support e-mails i conversations-indbakken og log opkald med kunder direkte i HubSpot. HubSpot hjælper jer med at holde overblik og styre tickets, så I kan skabe en gennemført god oplevelse for alle jeres kunder.

3. Tilbyd hjælp til selvhjælp, og vis gennemsigtighed

Lav en FAQ og et helt indholdsunivers, der hjælper kunderne med at hjælpe sig selv. Med Knowledge Base kan I svare på de mest gængse spørgsmål og samtidig se, hvilke sider, videoer eller lignende der hjælper bedst. Med Customer Portal kan jeres kunder tracke og se, hvor langt I er med deres henvendelse - præcis, som når du bestiller et par New Balance sko online. Kunderne vil have følelsen af vished. Den kan I give dem med HubSpot.



4. Skab ensartethed, og giv kunderne den bedst mulige behandling

Hvordan taler jeres virksomhed til kunderne? Tal samme sprog på tværs af medarbejdere, og krydr det med den personlighed, kunderne sætter pris på. Lige fra chatboten til telefonopkaldet kan I have svarene klar og finde frem til de bedst mulige svar på kundernes henvendelser.

5. Mål på jeres service, og få feedback med NPS og kundetilfredshedsundersøgelser

Giv kunderne mulighed for at give jer feedback. Lav surveys, og send dem til kunderne, så I får direkte feedback på jeres service. Derudover kan I tracke jeres performance og holde øje med, om I overholder jeres SLA eller uskrevne kontrakter med kunderne: Svarer I hurtigt nok? Overskrider I deadlines? Få svar på det hele i HubSpot.

[Læs mere om HubSpot Service Hub-onboarding.](#)

ARTICLE	VIEWS	AVG. TIME ON ARTICLE	HELPFUL RATING	UNHELPFUL RATING
What is Big Data?	1,564	118 seconds	22	13
API Documentation	658	54 seconds	13	8
How to Set up the Analyze Product	640	71 seconds	15	12
Setting Up Big Data Collect	353	169 seconds	7	1
Steps for Technical Set Up	183	58 seconds	4	3



5 argumenter til IT



Brugervenlighed, datadeling & integrationsmuligheder

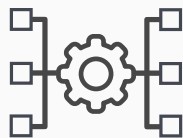
Skab sammenhæng, og tal samme sprog, når teknikken skal spille på tværs af virksomheden. Få ét brugervenligt system til virksomhedens forskellige afdelinger.



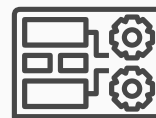
HubSpot Operations Hub



Automatisering af data quality



Datasykronisering og -integrationer



Brugertilpasset rapportgenerator



Tredjepartsdata triggers



API og programmerbar automatisering



workflows-udvidelser

1. Brug samme system på tværs af organisationen

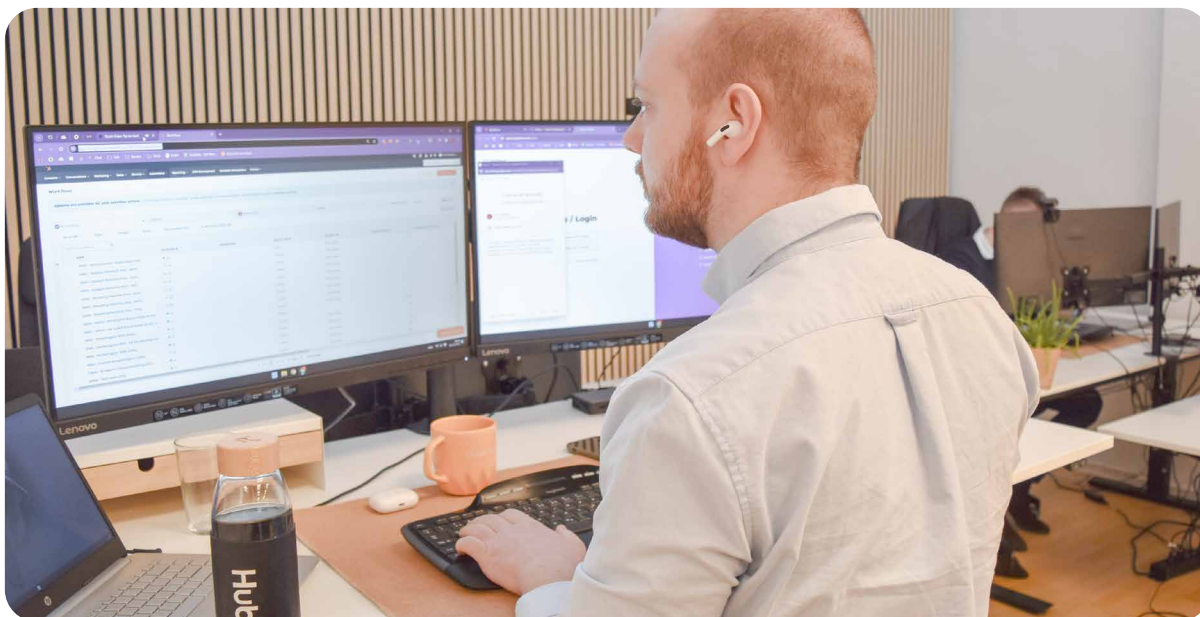
Kender I følelsen af at skulle hjælpe salgsafdelingen med ét system og kundeservice med et andet? Eller at marketing bøvler med, at deres ene system til e-mail automation ikke taler sammen med deres CMS-system? Med HubSpot kan I samle det hele i én platform, der taler sammen på tværs af afdelinger.

2. Integrér med de systemer, I allerede bruger

Med [flere end 1000 integrationer](#) kan I med få klik integrere HubSpot med de systemer, I allerede bruger. Brug to-vejs-synkroniseringer med eksempelvis Outlook, Gmail eller LinkedIn, og gør arbejdet med jeres andre platforme mere effektivt. Er der funktioner, I måtte savne i HubSpot, er der højst sandsynlig en integration, der kan hjælpe jer videre.

3. Nedbryd datasiloer

Undgå at data er fragmenteret i forskellige grupper og systemer, og få mest muligt ud af data. I HubSpot deles data automatisk på tværs af afdelinger, uden I skal i gang med at lave en integration eller kode.



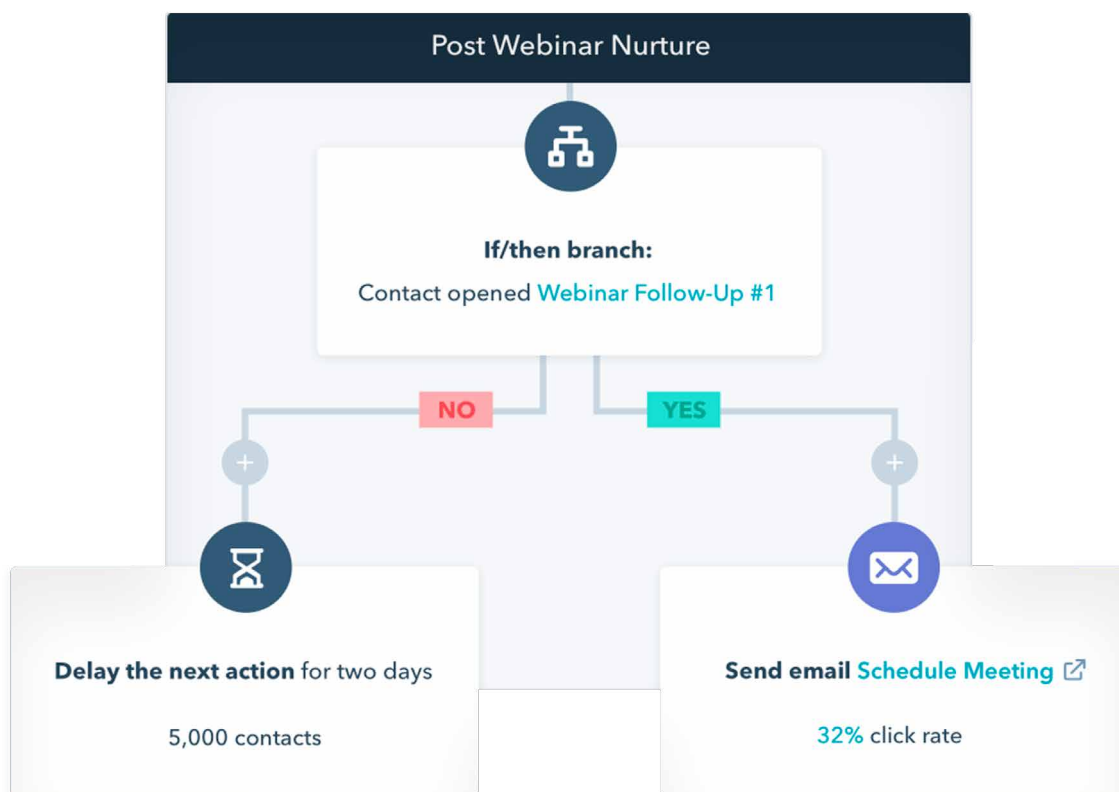
4. Nem onboarding og oplæring af nye medarbejdere

HubSpot er et brugervenligt system. Og selvom der er mange muligheder, er systemet intuitivt designet, så I lettere kan oplære nye medarbejdere i platformen. I de fleste tilfælde vil afdelingerne selv kunne oplære nye kollegaer, så I kan få tid til jeres andre opgaver.

5. Mulighed for custom coding

Er der funktioner, der ikke er en del af den faste pakke hos HubSpot eller kan tilføres via integrationer, er der mulighed for selv at kode det. HubSpot har en åben API, hvilket giver jer rig mulighed for selv at udvikle tilføjelser.

[Læs mere om HubSpot-onboarding.](#)





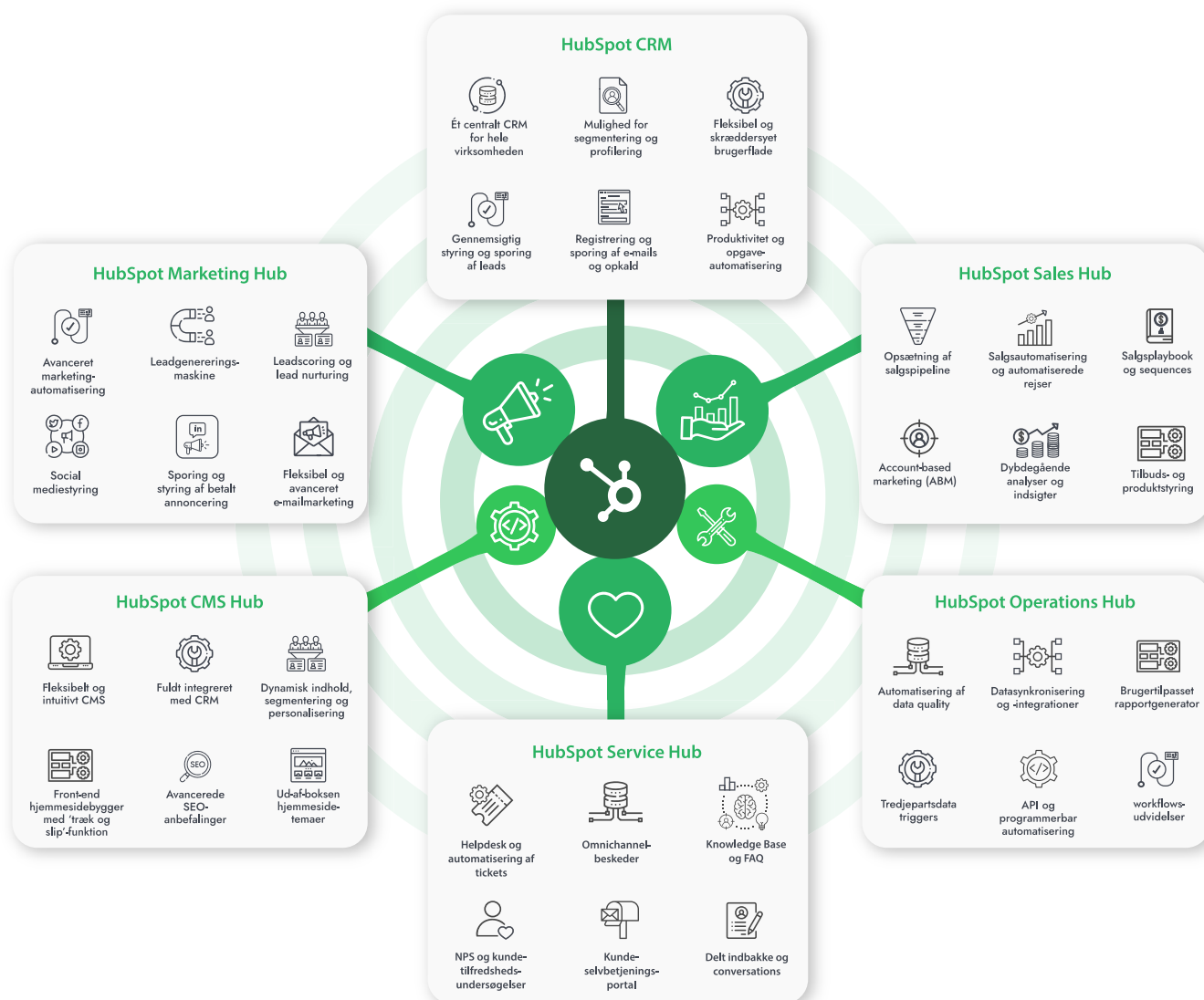
HubSpot's forskellige hubs



Brugervenlighed, datadeling & integrationsmuligheder

HubSpot er opbygget af forskellige hubs, der samles om kernen [HubSpot CRM](#). Tilpas din HubSpot-løsning med de hubs, der passer til jeres forretningsområder. De forskellige hubs findes i niveauerne Starter, Professional og Enterprise, der har forskellige funktioner og priser niveauer.

[Vi hjælper dig gerne med at finde frem til jeres behov.](#)



Få en gratis demo af HubSpot

Vil du vide mere om HubSpot, er den bedste måde uden tvivl med en demo. Vi giver dig en fuld gennemgang af HubSpots økosystem og viser dig brugerfladen, funktionerne og de mange muligheder i platformen.

Du vælger selv, hvilke dele af HubSpot du vil have en præsentation af. Vi kan vise dig både Marketing Hub, Sales Hub, Service Hub, CMS Hub og selvfølgelig HubSpots CRM.

[Book demo](#)



Vækst din virksomhed med inbound marketing og inbound salg - med os som partner

Itch Marketing er et dedikeret inbound bureau. Specialiseret i inbound marketing og inbound sales. Certificeret i HubSpot som HubSpot Platinum Partner.

Med engagerede specialister og kreative sjæle, hjælper vi danske virksomheder med at styrke det digitale setup med automatisering og effektivisering af CRM og salgs- og marketingaktiviteter.

Få vurderet dit potentiale af en inbound specialist

Få en uforpligtende og gratis vurdering af potentialet af inbound marketing, inbound salg, marketing automation, leadgenerering og leadscoring i netop din virksomhed?

Har du spørgsmål til HubSpot?

Tag endelig fat i mig.



Morten Staal
Partner & Head of CRM
and Implementation

morten@itchmarketing.dk
+45 2843 1813
itchmarketing.dk

