



6 syytä vaihtaa!

Miksi vaihtaa Salesforce

HubSpot CRM -alustaan?



Kokosimme keskeisimmät syyt siihen, miksi yhä useampi yritys vaihtaa vanhan legacy-ohjelmiston ketterään, ja älykkääseen HubSpot CRM:ään.

Tämän kuuden kohdan listauksen tarkoituksena on **auttaa ymmärtämään siirtymisen hyödyt** – ja madaltaa mahdollista (ja usein väistämätöntä) pelkotilaa:

“Eikö siirtyminen ole valtava projekti?” **Ei ole!**

Hubit on auttanut useita yrityksiä siirtymään HubSpot CRM:ään – [sovi kanssamme esittely](#), niin osoitamme alla olevat väittämät todeksi ja avaamme projektin keskeisiä askeleita tarkemmin!

Käytettävyys

CRM-ohjelmistot on usein suunniteltu **liian monimutkaisiksi tavallisen käyttäjän näkökulmasta**. HubSpot on valittu toistuvasti [maailman intuitiivisimmäksi CRM:ksi](#).

HubSpot on alusta lähtien suunniteltu käyttäjiä varten, ja edelleen keskeisin kriteeri on **helppokäyttöisyys**. Käyttäjät pystyvät itse tekemään kaiken olennaisen lyhyen käyttöönotto-ohjelman pohjalta.

Entä hyötyykö myyjä siitä, että näkee asiakkaan kohdalla toteutetut markkinoinnin toimenpiteet, aktiiviset tiketit tai viimeiset verkkosivuvierailut? Tottakai. CRM:ää on mukavampi käyttää, kun **kaikki olennainen informaatio on helposti saatavilla**.

Käytettävyydeltään haastava ohjelmisto vaatii IT-tukea, ja usein rahaa joudutaan käyttämään suotta ulkopuolisiin kumppaneihin. **Etkö mieluummin käyttäisi alustaa, jota organisaatiosi voi itsenäisesti kehittää ja käyttää?**

Käyttöaste

Mikä on Salesforce'n suurin heikkous? Alhainen käyttöaste. Myyjät arvostavat helppoa käyttöliittymää, joka toimii loogisesti eikä vaadi tohtorin tutkintoa. Salesforce mahdollistaa paljon, mutta paketti on vaikeaselkoinen ja raskas.

Intuitiivisen ja modernin CX:n vuoksi **HubSpot CRM:n käyttöasteet ovat 20–80 % keskeisiä kilpailijoita paremmat**. Ja koska [myynnin, markkinoinnin ja asiakaspalvelun "hubit" on kaikki suunniteltu yhden ja saman käyttöliittymän päälle](#), on tuloksena yhtenäinen ja johdonmukainen käyttökokemus, jossa tiedot, raportointi ja yksittäiset työkalut ovat samankaltaisia ja toimivat saumattomasti yhdessä.

Myyjä huomaa eron heti ja puhuu samaa kieltä markkinoinnin ja asiakaspalvelun kanssa.

Korkean käytettävyyden myötä on helpompaa luoda yhtenäinen tapa toimia ja varmistaa että myynti kulkee samaan suuntaan.

Elinkaarikustannukset

Salesforcesta HubSpotiin siirtyneet asiakkaat kertovat, että **HubSpotin elinkaarikustannukset ovat helposti 1/6 Salesforcen vastaavista**. Keskimäärin voidaan varmasti todeta, että **säästöt ovat joka tapauksessa 40–60 % prosenttien luokkaa**.

Selkeä hinnoittelu, käyttöönoton nopeus, käytön helppous ja alustan itsenäinen räätälöitävyys kaikki vaikuttavat asiaan.

Salesforcen administraattoria ei tarvita, eikä esimerkiksi tuesta tarvitse maksaa lisää.

HubSpot'in elinkaarikustannukset on helppo laskea auki [täällä](#).

Kumppani- ja/tai IT-riippuvuus

CRM-alusta voi olla **helposti kustomoitavissa, eikä aina tarvita IT-asiantuntijaa tai kallista ulkoista kumppania pienten viilausten tekemiseen**. Tämä on HubSpot-filosofiaa parhaimmillaan ja säästää sekä aikaa että rahaa!

HubSpot tarjoaa Pro- ja Enterprise -tasoilla erinomaisen oman tuen, ja paikallisten kumppaneiden kautta saa tarvittaessa kehitystukea kustannustehokkaasti.

Käyttöönoton nopeus

Helppo käytettävyys? Se tarkoittaa, että **HubSpot CRM:n käyttöönotto on sekä myyjien että myynnin johdon näkökulmasta helppoa ja ketterää**. Koulutuksen lisäksi myyntiorganisaatioiden datamigraatiot ja integraatiot hoidetaan usein samalla, noin 2–4 kuukauden ohjelmalla.

Integraatioekosteemi

HubSpot on **ainoa CRM, joka palvelee lähtökohtaisesti markkinointia, myyntiä ja asiakaspalvelua** saman katon alla. Se sisältää myyjän kannalta lähes kaikki keskeiset työkalut sekä **vahvan AI:n ja automaatiokyvykkyyden**. Lisäksi HubSpotin voi käden käänteessä integroida LinkedIniin, Teamsiin, Googleen, ja noin 3500 muuhun natiiviin integraatioon HubSpot Market Placessä.

HubSpotin rajapinnat on laadukasti dokumentoitu, joten kustomoitujen integraatioiden tuottaminen on kustannustehokasta. **Pyydä akkreditoituneen HubSpot-integraatiokumppanin näkemystä aiheesta ja luo fiksumpi, ketterämpi tekkistäkki**.



Ensimmäinen askel?

Sovi tapaaminen Hubit Oy:n Salesforce-migraatiotiimin kanssa. Näytämme, miten siirtyminen HubSpotiin tapahtuu – tietysti keissien kera.

info@hubit.fi

[Hubit.fi](https://hubit.fi)