HubSpot + salesforce

LIVRE BLANC

HUBSPOT + SALESFORCE COMMENT RÉUSSIR LE MARIAGE PARFAIT ?



mdc mydigicompany

Sommaire

Introduction - - - - - 3

1. Pourquoi déployer HubSpot au sein d'un environnement Salesforce ? - - - - - 7
   - Les avantages fonctionnels d'HubSpot - - - - - 8
   - Étude de cas : Esri France - - - - - 11

2. La migration - - - - - 13
   - Les 5 questions essentielles à se poser pour se préparer à la migration - - - - - 14
   - 5 pièges à éviter - - - - - 15
   - 5 conseils pratiques - - - - - 17

3. La synchronisation HubSpot – Salesforce - - - - - 18
   - Choisir entre API et connecteur - - - - - 19
   - Paramétrage du connecteur HubSpot - - - - - 21
   - Exemples de process - - - - - 25

4. Le déploiement - - - - - 27
   - Préparation au déploiement - - - - - 28
   - Les clés d'un déploiement réussi - - - - - 29
   - Les pièges à éviter - - - - - 31

5. La méthode MyDigiCompany - - - - - 33

6. FAQ - - - - - 40

Introduction

Au fur et à mesure que le marketing digital évolue, les outils deviennent de plus en plus sophistiqués et interconnectés. Parmi eux, **HubSpot** et **Salesforce**, des leaders incontestés dans leurs domaines respectifs.

HubSpot, avec sa suite complète d'outils marketing, automation et CRM, a su conquérir le cœur des marketeurs grâce à sa simplicité d'utilisation et sa puissance fonctionnelle.

De son côté, **Salesforce** reste le choix privilégié des équipes commerciales pour la gestion de la relation client, et offre une flexibilité et une robustesse inégalées.

Mais que se passe-t-il lorsque ces deux géants se rencontrent ?

Est-il possible de tirer parti du meilleur des deux mondes en combinant HubSpot et Salesforce ?

Ce livre blanc a pour vocation de répondre à cette question. À travers des **conseils pratiques**, des **retours d'expérience concrets** et une **méthodologie éprouvée**, nous vous invitons à envisager **l'intégration de ces deux outils**, afin de maximiser la performance de vos équipes marketing et commerciales.



Pourquoi lire et aller jusqu'au bout de ce livre blanc ?

L'objectif de ce livre blanc est simple : **vous guider pas à pas dans l'intégration de HubSpot au sein d'un environnement Salesforce.** Que vous soyez en pleine réflexion sur la pertinence de cette combinaison, ou que vous soyez déjà convaincu(e) et que vous cherchiez à éviter les écueils classiques, ce document est fait pour vous.

Au programme, des **experts chevronnés** qui partagent leurs connaissances, leurs astuces, et leurs mises en garde. Au fil de votre lecture, vous découvrirez pourquoi tant d'entreprises choisissent cette voie, comment elles ont mené leur projet à bien et surtout, comment vous pouvez en faire de même.

Ce document se veut être un compagnon de route pour réussir ce que nous appelons le « mariage parfait » entre HubSpot et Salesforce.

Prêt à passer la bague au doigt ?

Faites connaissance avec les experts

La réussite d'une **intégration HubSpot et Salesforce** repose sur l'expérience, la connaissance approfondie des outils et la compréhension des enjeux métier. Pour réaliser ce livre blanc, nous avons réuni une équipe d'experts qui, chacun dans leur domaine, apportent une **perspective unique** et une **expertise précieuse.**



Directeur Marketing et Communication chez Esri France, éditeur de logiciels de cartographie, Jean-Michel Cabon est un professionnel aguerri du B2B. Il a sollicité l'agence MyDigiCompany pour la migration de leur ancien outil vers HubSpot Marketing. Son expérience concrète de l'intégration HubSpot-Salesforce au sein d'un environnement d'entreprise complexe fait de lui un témoin clé dans notre exploration de ce « mariage parfait ».
Retrouvez ses commentaires et remarques tout au long de ce livre blanc.



Directeur associé et directeur de production chez MyDigiCompany, Nathanaël Le Scouarnec possède une vision stratégique globale des projets d'intégration CRM. Avec Clémence, il a co-animé le webinaire sur l'intégration d'HubSpot et Salesforce, partageant son expertise en gestion de projets et en déploiement de solutions CRM.



Avec plus de huit années passées chez HubSpot, Benjamin Masse est un véritable pilier de l'entreprise. Actuellement Sales Engineer, il a accompagné de nombreuses organisations dans leur adoption d'HubSpot, en les aidant à exploiter pleinement la puissance de cet outil pour répondre à leurs besoins spécifiques. Son rôle ? Transformer les défis techniques en solutions concrètes.



Spécialiste en stratégie digitale chez MyDigiCompany, Clémence German est le lien entre la technologie et l'humain. Son expertise en animation de sessions interactives et en gestion de la relation client, combinée à une maîtrise des outils de marketing automation, fait d'elle une voix précieuse pour ceux qui cherchent à naviguer dans le processus d'intégration.

À propos ! Avez-vous participé au webinaire ?
Souhaiteriez-vous le voir en replay ?
C’est par ici !



Dans ce livre blanc, nos experts vous offrent une **vision complète et nuancée des enjeux et des opportunités offertes par l’intégration de HubSpot et Salesforce**.

Maintenant que nous avons fait connaissance, êtes-vous prêt(e) à entrer dans le vif du sujet ? Suivez-nous !

1.

Pourquoi déployer HubSpot au sein d'un environnement Salesforce ?



HubSpot et Salesforce sont deux outils puissants et chacun possède ses propres atouts.

Salesforce, reconnu pour sa robustesse et sa flexibilité, est le choix naturel des équipes commerciales pour la gestion de la relation client.

De son côté, **HubSpot s'est imposé comme une solution incontournable pour le marketing**, grâce à sa **suite d'outils intégrés, intuitifs et puissants.**

Mais alors... **pourquoi envisager de déployer HubSpot** au sein d'un environnement déjà dominé par Salesforce ? Pourquoi oser remplacer **Pardot, le compagnon d'automation B2B intégré dans Salesforce** ? La réponse réside dans **la complémentarité unique qu'offrent ces deux plateformes** lorsqu'elles sont bien intégrées.

a. Les avantages fonctionnels d'HubSpot

Rigueur des données

HubSpot regroupe les fonctionnalités de plusieurs outils en un seul CRM. Cette **centralisation** est impérative pour que les informations restent synchronisées et cohérentes avec Salesforce. Une fois les deux plateformes intégrées, vos données restent en phase, les doublons sont éliminés et la qualité des données est irréprochable. Dans le cadre d'opérations spécifiques, comme le lead nurturing, la segmentation, ou encore le suivi des contacts et entreprises, la **rigueur** est un atout particulièrement précieux.

Puissance fonctionnelle

HubSpot évolue constamment pour rester à la pointe de la technologie. Ses fonctionnalités incluent, entre autres, l'A/B testing, la signature électronique des devis, des outils SEO en partenariat avec SEMrush, et une intégration poussée avec les réseaux sociaux et les plateformes publicitaires comme Google Ads et LinkedIn.

Et ce n'est pas tout ! HubSpot intègre désormais **l'intelligence artificielle** pour générer du contenu, résumer des échanges ou analyser des interactions.

Le CRM est en constante évolution, de nouvelles bêtas et itérations de fonctionnalités sont proposées tous les jours afin de répondre aux retours utilisateurs.



Jean-Michel Cabon,
Directeur Marketing et Communication, Esri France

« Avec notre expérience, le problème vient très souvent de la connexion entre outils et solutions. Je vais prendre un exemple très concret : je veux faire des surveys, je veux interroger une base d'utilisateurs, envoyer des sondages par exemple à l'issue d'un webinaire, utiliser une solution externe, la "brancher". Qui dit "branchement" dit à un moment donné "problème", parce que finalement les outils ne vont pas forcément évoluer à la même vitesse. Lorsque nous avons découvert HubSpot, nous avions été très impressionnés ! Que ce soit les surveys, le chat, les bots, les prises de rendez-vous, le ticketing, le reporting... Tout est intégré. Ceci veut dire aussi que l'information finalement reste agrégée directement au sein du CRM et nous n'avons plus à nous préoccuper de tout rapprocher ! »

Intuitivité

L'un des grands atouts d'HubSpot est son **interface intuitive**, qui ne nécessite pas de compétences en codage. Vous souhaitez concevoir des newsletters, créer des landing pages dynamiques, ou automatiser des workflows complexes ? HubSpot vous permet de réaliser tout cela rapidement, de manière naturelle et fluide. Un jeu d'enfant qui contraste fortement avec d'autres solutions – dont Pardot ou Marketo – souvent plus techniques.

Autonomie et personnalisation

L'approche no-code évoquée plus haut et les API ouvertes d'HubSpot confèrent une **grande autonomie** à ses utilisateurs. Les entreprises peuvent personnaliser l'interface CRM en fonction de leurs besoins, et même ajouter des objets personnalisés sans avoir besoin de développeur. Cette flexibilité permet d'adapter l'outil aux spécificités de chaque organisation, tout en garantissant une intégration parfaite avec Salesforce.



Jean-Michel Cabon,
Directeur Marketing et Communication, Esri France

« Avec HubSpot, nous avons découvert l'immensité des ressources disponibles en ligne, non seulement la base de connaissance, mais aussi le HubSpot Academy qui permet de grandir et qui va même au-delà de l'outil. Le support auquel nous avons accès nativement est très réactif, ce qui est également très appréciable ! »

Rentabilité

HubSpot présente un **excellent rapport qualité-prix**, surtout si l'on considère les coûts supplémentaires souvent associés à d'autres outils marketing, tels que les frais de support ou de développement. N'oublions pas le déploiement de l'outil, rapide et intuitif, qui facilite l'adoption par les équipes et maximise ainsi le retour sur investissement (ROI).

À propos : HubSpot est un outil orienté KPI, statistiques et prévisions. Il permet, par exemple, d'analyser le retour sur investissement des campagnes publicitaires en liant les résultats à des données concrètes issues de Salesforce. Résultat : une vue claire et sans équivoque sur les performances.

Évolutivité

HubSpot est conçu pour **évoluer avec les besoins de votre entreprise**. La bonne nouvelle est que, grâce à l'optimisation des résultats, le rapprochement entre les équipes marketing et ventes se fait de manière organique. Les uns reçoivent des leads mieux qualifiés, tandis que les autres obtiennent un feed-back instantané des transactions. Tout le monde est gagnant !
L'évolutivité d'HubSpot passe également par la mise à disposition des multiples connecteurs déjà existants sur la marketplace. Très facilement, HubSpot peut ainsi se connecter aux différents outils utilisés dans votre entreprise, comme Outlook, Gmail, Teams, Wordpress et autres.



Jean-Michel Cabon,
Directeur Marketing et Communication, Esri France

« L'approche omnicanale est essentielle aussi, puisque aujourd'hui, nous diffusons nos posts sur les réseaux sociaux, nous gérons nos campagnes SEA/SEO... et ce directement depuis HubSpot. Nous suivons aussi désormais la fréquentation de nos sites web depuis HubSpot qui centralise nos analyses et notre point de vue sur nos actions ».

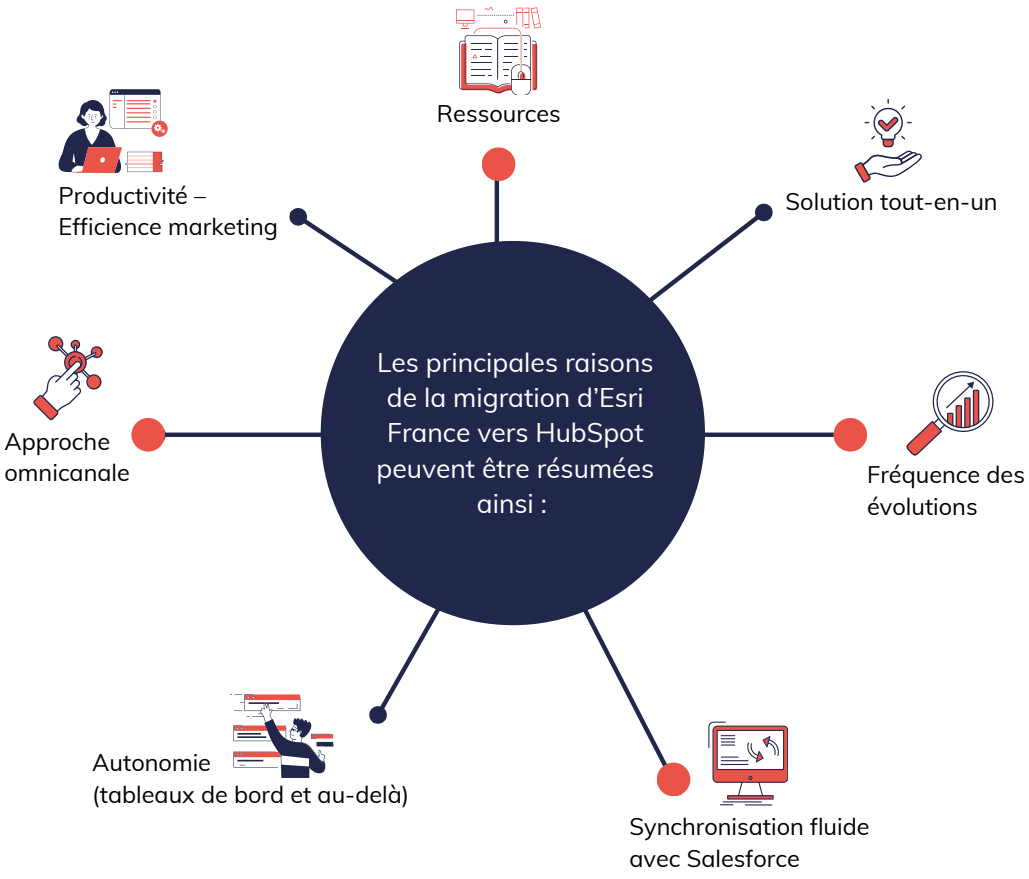
b. Étude de cas : Esri France

Pour illustrer nos propos, nous nous sommes tournés vers l'un de nos clients : Esri France, représenté dans ce livre blanc par Jean-Michel Cabon. L'expérience d'Esri France illustre en effet très bien les avantages de la migration vers HubSpot dans un environnement Salesforce

Quelques mots sur Esri France et ses besoins

Esri France, éditeur de logiciels de cartographie en B2B, utilisait un ancien outil pour son marketing automation. Cependant, confrontée à une interface vieillissante, une faible puissance marketing et un manque de liberté pour les utilisateurs non-techniciens, l'entreprise a décidé de **basculer vers HubSpot**.

Pour Esri France, HubSpot n'était pas seulement une alternative plus moderne et puissante, mais une **solution « tout-en-un »** capable de se connecter facilement aux autres outils déjà utilisés par l'entreprise, comme GetQuanty, Inwink, ou MixData.



Jean-Michel Cabon, Directeur Marketing et Communication d'Esri France, a vécu de près la transition et l'intégration des deux outils. Son retour d'expérience témoigne des bénéfices concrets d'une telle opération, notamment en termes de gain de temps, de simplification des processus, et d'amélioration de la qualité des leads.

Jean-Michel Cabon,
Directeur Marketing et Communication, Esri France

« Le premier point essentiel, c'est de gagner en productivité. Cela fait maintenant plus de huit ans que nous mettons en œuvre une solution de marketing automation, et nous avons découvert qu'avec Hubspot, nous pourrions encore être plus productif, plus efficient, que nous pouvions gagner du temps sur des opérations, sur des tâches qui restent encore répétitives. Je dirais que pour nous, cela a été l'un des premiers "drivers" de cette recherche d'une solution différente de celle que nous utilisions précédemment. »



Le rôle de MyDigiCompany a été de faciliter cette intégration et d'accompagner Esri France dans le choix des fonctionnalités et la mise en place de l'environnement HubSpot adapté aux besoins spécifiques de l'entreprise.

Vous l'aurez compris : l'intégration de HubSpot dans un environnement Salesforce n'est pas seulement possible : elle peut être extrêmement bénéfique, tant sur le plan opérationnel que stratégique. En tirant parti des forces de chaque outil, vous pourrez créer une synergie au sein de votre entreprise, afin de booster l'efficacité de vos équipes marketing et commerciales, tout en offrant une expérience client fluide et cohérente.



Vous reconnaissez-vous dans cette étude de cas ?
Parlons de vos besoins !

2. La migration



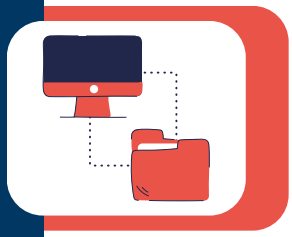
Migrer vers HubSpot, surtout lorsqu'on utilise déjà Salesforce, peut sembler être un défi de taille. Pourtant, avec une **préparation adéquate** et une **méthodologie éprouvée**, la transition peut se dérouler en douceur et offrir des bénéfices considérables.

Explorons maintenant les étapes essentielles pour réussir cette migration, les pièges à éviter, et quelques conseils pratiques pour vous assurer un passage sans encombre.

a. Les 5 questions essentielles à se poser pour se préparer à la migration

Avant de se lancer tête baissée dans la migration, il est important de **bien préparer le terrain**. Cette étape de préparation est comparable à un audit de votre infrastructure actuelle. Vous devez vous poser les bonnes questions et établir une stratégie claire pour guider vos actions.

01



Quels sont les objets concernés par la migration ?

Il s'agit de déterminer quels types de données (contacts, entreprises, etc.) seront transférés vers HubSpot.

02



Les objets sont-ils standards ou personnalisés ?

Si vous avez créé des objets personnalisés dans votre outil marketing actuel, il faudra envisager la manière de les migrer vers HubSpot.

03



Quels champs/propriétés doivent être recréés pour chaque objet ?

Par exemple, pour les contacts, au-delà des classiques noms et prénoms, quelles autres informations seront nécessaires dans HubSpot ?

04



Quel est le volume de données à transférer ?

Il est essentiel de comprendre l'ampleur de la tâche pour mieux planifier la migration.

05



Faut-il transférer des activités ou des documents ?

Attention, certaines activités comme les notes, appels, ou mails peuvent être plus complexes à migrer, notamment en ce qui concerne les documents stockés dans votre outil actuel.

b. 5 pièges à éviter

Jean-Michel Cabon,
Directeur Marketing et Communication, Esri France



« Nous sommes passés à l'action fin octobre, juste après notre conférence annuelle. Et c'était presque une "joke" en interne, parce que lorsque nous interrogions les parties prenantes au sein d'Esri France « Est-ce que vous avez entendu parler de la migration » la réponse était « Non ? Eh bien, elle a eu lieu ! ». Et je pense que le fait de ne pas en avoir parlé était la meilleure des choses, HubSpot s'est substitué en douceur à notre précédente solution tout en nous apportant beaucoup plus. »

Négliger les associations d'objets :

1

Les records (c'est-à-dire les enregistrements, comme les contacts, les entreprises, etc.) sont liés entre eux par des identifiants uniques (ID), par exemple, un contact peut avoir plusieurs entreprises. HubSpot permet de créer ses propres libellés d'association, ainsi que la création d'objets personnalisés. Il est donc important de bien comprendre les associations entre chaque objet et réfléchir à l'ensemble de vos besoins avant de les recréer dans HubSpot.

2

Migrer tous les contacts en "contacts marketing" :

HubSpot facture uniquement les contacts auxquels vous envoyez des communications marketing, ce sont les "contacts marketings". Vous l'aurez compris, tous vos contacts n'ont pas besoin d'être étiquetés comme « contacts marketing ». Il est donc important de les identifier avec précision pour éviter des coûts supplémentaires inutiles.

Ne pas s'adapter à la philosophie HubSpot :

3

Ne cherchez pas à reproduire à l'identique vos anciens processus dans HubSpot. La migration, c'est aussi une occasion d'en profiter pour moderniser et simplifier vos opérations en vous adaptant aux fonctionnalités natives de HubSpot.Vous pouvez, par exemple, réfléchir à la conversion de vos process et des informations de votre outil actuel vers des étapes de la phase du cycle de vie HubSpot.

4

Ne pas prêter attention à vos doublons :

HubSpot utilise l'e-mail pour dédoublonner les contacts et l'URL / le nom de domaine pour les entreprises. Assurez-vous de bien gérer ces aspects pour éviter des *records* en double afin d'éviter des erreurs de valeurs lors de la fusion automatique des doublons par HubSpot.

Chercher à tout conserver :

La migration, c'est aussi l'occasion de faire du tri. Ne cherchez pas à tout transférer à tout prix ; privilégiez les informations qui seront réellement utiles dans le nouveau système. Cela vous permettra de mieux structurer vos données à travers des propriétés dédiées.

5



Dans ce webinaire, Nat présente les pièges à éviter avec des exemples concrets.
Regardez-le en replay pour en savoir plus !

c. 5 conseils pratiques

1. Listez vos propriétés par objet

Créez un inventaire détaillé, par objet, de vos données actuelles pour faciliter leur transfert vers HubSpot. Notre recommandation : 1 feuille xls par objet

2. Utilisez le bac à sable de HubSpot

Réalisez un transfert test dans un environnement de préproduction, tel que la sandbox HubSpot, pour anticiper les éventuels problèmes et affiner votre processus.

3. Profitez-en pour nettoyer vos données

On ne le dira jamais assez : simplifiez et uniformisez vos informations avant la migration. Sachez que HubSpot peut vous aider dans ce processus avec des workflows dédiés !

4. Convertissez vos abonnements RGPD

Assurez-vous de conserver les préférences d'abonnement de vos contacts, en utilisant les workflows HubSpot pour adapter les informations importées.

5. Faites un plan de déploiement détaillé

Un planning bien structuré est indispensable pour coordonner les différentes étapes de la migration et assurer une déploiement sans accroc.

La migration vers HubSpot, bien que complexe, peut être réalisée sans douleur si elle est bien préparée et exécutée méthodiquement. En suivant ces étapes et en tenant compte des pièges à éviter, vous pourrez passer en toute confiance de votre ancien système à HubSpot, tout en bénéficiant pleinement de ses capacités. Vous êtes maintenant prêt(e) à entamer cette transition et à en récolter les fruits.

Avant de continuer à lire, vous avez peut-être des questions ?
Prenez rendez-vous avec un de nos experts en CRM



3.

La synchronisation HubSpot – Salesforce



L’étape qui suit est critique : il s’agit d'assurer une **synchronisation fluide et efficace entre HubSpot et Salesforce**. Ce travail aboutit en une véritable force motrice pour votre entreprise. C’est cette même force qui vous permettra de maximiser l'efficacité de vos équipes tout en offrant une expérience client cohérente et harmonieuse.

Dans cette section, nous présentons les différentes **options de synchronisation**, les étapes de **paramétrage**, et quelques exemples de **processus** pour illustrer la manière de tirer le meilleur parti de cette intégration.

a. Choisir entre API et connecteur

API ou connecteur ? Connecteur ou API ? C'est très probablement la première question qu'il faut se poser lors de l'intégration de HubSpot avec Salesforce. Vous avez le choix entre l'utilisation :

→ D'une API développée sur mesure

→ Du connecteur natif proposé par HubSpot

À chaque option correspondent des avantages : le choix dépendra de vos besoins spécifiques et de la complexité de votre infrastructure.

Le connecteur HubSpot

Le **connecteur HubSpot** est souvent la solution privilégiée pour la majorité des entreprises. Voici pourquoi :

- Il est gratuit, car inclus dans les abonnements HubSpot Pro ou Entreprise.



- Il est rapide à déployer, car il ne nécessite pas de développement spécifique.



- Il ne nécessite pas d'hébergeur dédié, contrairement à une API personnalisée.



- Il est évolutif, HubSpot ne cessant jamais d'améliorer le connecteur avec de nouvelles fonctionnalités et mises à jour.



- Il offre une synchronisation en temps réel ; un atout majeur pour maintenir la cohérence des données entre les deux systèmes.



L'API personnalisée

Pour les entreprises ayant des besoins très spécifiques ou complexes, l'utilisation d'une API personnalisée peut s'avérer plus appropriée. Parmi les avantages de cette approche :

- 100% personnalisable, l'API offre une flexibilité maximale pour adapter l'intégration à vos besoins spécifiques.
- Compatible avec tous les plans, l'API peut être utilisée, quel que soit le plan HubSpot choisi (y compris les versions de base).
- Filtrage et synchronisation avancés qui permettent de configurer des règles de synchronisation très fines, en fonction de critères spécifiques.
- Possibilité de combiner l'API avec le connecteur, pour venir en complément du connecteur et ajouter des fonctionnalités supplémentaires.



Jean-Michel Cabon,
Directeur Marketing et Communication, Esri France

« Avec MyDigiCompany, nous avons pris le parti d'utiliser le connecteur natif, parce que Salesforce, c'est notre CRM. Le connecteur est vraiment très adapté, nous n'avons pas eu besoin de faire des développements spécifiques et cela est à la fois est très confortable et gage de pérennité. »

b. Paramétrage du connecteur HubSpot

Si vous optez pour le connecteur HubSpot, le paramétrage se présente comme une étape clé pour assurer une synchronisation fluide et sans accrocs.

Voici 5 points à considérer pour un paramétrage optimal :

Étape 1

Comprendre la structure des objets



Salesforce sépare les « pistes » des « contacts », alors que HubSpot ne fait pas cette distinction. Il est important de décider comment vous souhaitez mapper ces objets pour que la synchronisation se fasse correctement, si vos nouveaux contacts HubSpot seront de nouveaux leads ou de nouveaux contacts dans Salesforce.

Étape 2

Utilisation des nouvelles fonctionnalités pour les activités



Depuis fin 2023, le connecteur permet la synchronisation bidirectionnelle des activités telles que les tâches, les rendez-vous, les appels, et les e-mails. Assurez-vous de bien configurer ces synchronisations pour qu'elles reflètent correctement les interactions dans les deux outils.

Étape 3

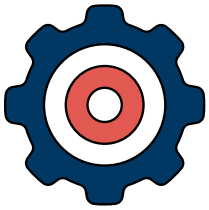
Mise en place d'une liste d'inclusion



Une bonne pratique consiste à créer une liste d'inclusion dans HubSpot pour filtrer les contacts à synchroniser avec Salesforce. Par exemple, vous pourrez décider que seuls les contacts ayant atteint une certaine phase du cycle de vie (comme SQL) peuvent être envoyés à Salesforce. Cette pratique permet de maintenir un pipeline propre et pertinent.

Étape 4

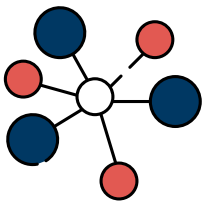
Gestion des types de synchronisation



Chaque champ ou propriété doit être configuré pour définir quelle source de données prévaut en cas de conflit : Salesforce, HubSpot, ou une synchronisation bidirectionnelle où le dernier mis à jour l'emporte.

Étape 5

Utilisation de l'embed Visualforce pour une intégration fluide



Visualforce permet d'intégrer des fonctionnalités HubSpot directement dans Salesforce. Il facilite ainsi l'adoption de l'outil par les équipes commerciales. Cela permet également de mutualiser les informations et d'améliorer la collaboration entre les équipes marketing et ventes.

5 pièges à éviter

Toujours pour éviter d'être pris de court lors du paramétrage, voici les pièges à éviter :

1

Confondre les types de champs lors du mapping

Salesforce et HubSpot n'utilisent pas toujours les mêmes types de champs ou le même libellé pour des informations similaires. Par exemple, un champ texte dans Salesforce pourrait ne pas se synchroniser correctement avec un champ de type liste déroulante dans HubSpot. Assurez-vous que les champs mappés sont compatibles pour éviter des erreurs de synchronisation !

2

Ne pas prêter attention aux doublons

Nous l'avons pour la migration, les doublons de contacts ou d'entreprises peuvent créer des conflits de synchronisation. HubSpot se base sur l'adresse e-mail pour les contacts et sur l'URL pour les entreprises afin d'éviter les doublons. Avant de lancer la synchronisation, vérifiez que vos bases de données sont bien nettoyées et qu'il n'y a pas de doublons non résolus.

3

Ignorer les erreurs de synchronisation

Le connecteur HubSpot-Salesforce signale les erreurs de synchronisation, telles que des champs manquants ou des valeurs incorrectes. Même s'il est tentant de les ignorer ou de procrastiner, nous vous conseillons vivement de corriger ces erreurs dès que possible, et ce pour assurer une synchronisation fluide et éviter des problèmes de données incohérentes.

4 Ne pas tenir compte des limitations des champs Salesforce

Salesforce impose des limitations sur certains champs, comme la longueur des chaînes de texte. Si vous ne tenez pas compte de ces restrictions, vous risquez de rencontrer des erreurs lors de la synchronisation des données.

5 Activer le connecteur en environnement de production trop tôt

Activer la synchronisation en production sans avoir testé le paramétrage dans un portail de test peut entraîner des erreurs massives, impacter les données réelles et perturber vos opérations commerciales. Chaque chose en son temps : testez d'abord dans le bac à sable (ou portail de test), puis vérifiez chaque configuration avant de la déployer en production.



Notre conseil :

Si vous ne travaillez pas en sandbox lors de vos tests, pensez à désactiver le connecteur ! Sinon, vous risquez d'avoir des conséquences sur votre environnement Salesforce

c. Exemples de process

Vous souhaitez maintenant avoir une idée concrète sur la manière dont l'intégration HubSpot-Salesforce peut transformer vos opérations au quotidien ? Il suffit de demander ! Voici quelques exemples de cas métiers couramment utilisés :

Automatisation de la création de leads chauds dans Salesforce



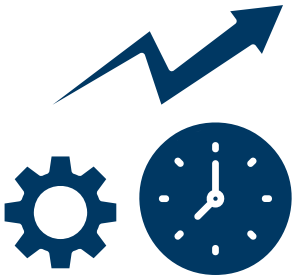
Lorsqu'un contact interagit avec votre site web via un chat HubSpot ou un formulaire, ses actions sont suivies et enregistrées dans HubSpot. Si son score ou sa phase du cycle de vie atteint un certain seuil, il est automatiquement transféré à Salesforce en tant que lead, avec les informations pertinentes qui l'accompagnent. Une tâche est ensuite créée pour le commercial responsable, qui peut voir tout le parcours du contact grâce à Visualforce.

Lancement de campagnes marketing par les sales



Les commerciaux peuvent ajouter des contacts à des campagnes spécifiques dans Salesforce. HubSpot détecte cette action et intègre automatiquement les contacts à une liste dynamique dédiée, déclenchant l'envoi de mails personnalisés avec des CTA pour prendre rendez-vous ou découvrir un produit. L'agenda du commercial est synchronisé, et hop ! une tâche est créée pour préparer la démonstration.

Optimisation du temps de transformation des leads en clients



Grâce à la synchronisation des opportunités de Salesforce, l'équipe marketing peut analyser le temps moyen passé par les contacts à chaque étape du cycle de vie. Ces données permettent notamment d'optimiser les processus et de proposer des recommandations pour accélérer la transformation des leads en clients.

À quel cas en particulier pensez-vous pour votre entreprise ?
Parlons-en !



4. Le déploiement



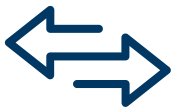
Après avoir préparé la **migration de vos données** et **la synchronisation** entre **HubSpot** et **Salesforce**, il s'agit de passer au **déploiement**. Retenez ceci : un déploiement bien planifié et exécuté dans les règles de l'art garantit que votre équipe pourra commencer à **travailler avec les nouveaux outils** sans interruption et en tirant immédiatement parti **des améliorations apportées**.

Dans cette section, nous vous guidons à travers les étapes essentielles pour réussir votre déploiement, avec des **points clés à considérer** et **les pièges à éviter.**

a. Préparation au déploiement

Avez-vous remarqué que, **tout au long de ce livre blanc, nous vous conseillons de prendre le temps de préparer et planifier les choses avec méthode** ? **La préparation** est tout simplement la **clé du succès** ; et cela vaut bien évidemment pour **le déploiement**. Alors, avant de commencer, **répondez à quelques questions fondamentales** pour vous assurer que **toutes les bases sont couvertes** :

01



S'agit-il d'une migration à isopérimètre ou non ?

02



Que faire des campagnes en cours ?

Avez-vous des campagnes marketing en cours sur votre ancien outil ? Dans ce cas, il est indispensable de planifier leur transition ou leur reprise dans HubSpot pour éviter toute interruption dans vos communications.

03



Quelle date choisir pour le déploiement ?

La date de déploiement doit être choisie avec soin pour minimiser les perturbations. Vérifiez également les engagements contractuels avec votre ancien fournisseur d'outils marketing.

04



Quels sont les processus métiers à reproduire dans HubSpot ?

Cartographiez vos processus actuels, idéalement avec des diagrammes UML, pour identifier ce qui doit être recréé dans HubSpot. Profitez-en pour simplifier ou moderniser ces processus en tirant parti des fonctionnalités avancées d'HubSpot.

05



Quels services sont concernés par ce déploiement ?

HubSpot progressivement, service par service, ou procéder à un déploiement global ? Chaque approche a ses avantages, en fonction de la taille de votre entreprise et de la complexité de vos processus.

b. Les clés d'un déploiement réussi

Pour garantir un déploiement fluide et efficace, voici cinq points clés à considérer :

1 Soyez organisé(e)

Établissez un **plan de déploiement détaillé** par étapes. Ce plan doit inclure toutes les phases du projet, de la configuration initiale aux tests finaux, ainsi que les étapes post-déploiement, comme l'activation des nouvelles fonctionnalités.



2 Impliquez des ambassadeurs métiers

Les **utilisateurs finaux** connaissent mieux que quiconque leurs besoins quotidiens. Impliquez-les dans les ateliers de configuration pour s'assurer que les solutions mises en place répondent à leurs attentes. Leur participation facilitera également l'adoption de l'outil par l'ensemble des équipes.



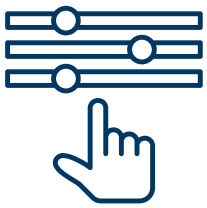
3 Intégrez HubSpot au cœur de votre écosystème

Assurez-vous que **HubSpot est bien intégré avec les autres outils** clés de votre entreprise, comme Slack, Teams, Gmail ou Outlook. Cette intégration permet d'optimiser les flux de travail et de centraliser l'information.



4 Personnalisez HubSpot

HubSpot offre une grande **flexibilité pour personnaliser son interface** en fonction des besoins spécifiques de vos équipes. Créez des interfaces dynamiques qui s'adaptent à différents types d'utilisateurs ou de contacts pour améliorer l'efficacité et l'adoption de l'outil.



5 N'ayez pas peur de pratiquer !

HubSpot est un outil intuitif, mais **la pratique est indispensable** pour en tirer le meilleur parti. Organisez des sessions de formation pratiques, idéalement dans un environnement de test, pour que vos utilisateurs se familiarisent avec le système avant son déploiement final.



Jean-Michel Cabon,
Directeur Marketing et Communication, Esri France

« L'autonomie sur les tableaux de bord est très importante pour nous également ; c'est la capacité à mesurer par nous-même beaucoup de choses. Comprendre et mesurer, cela nous ouvre des horizons infinis. Il y a énormément de possibilités… La question, ce n'est pas de se dire « est-ce qu'on peut le faire », mais plutôt « comment on va le faire ».»



c. Les pièges à éviter

Voici cinq erreurs courantes à éviter pour assurer un déploiement réussi :

Ne vous précipitez pas !

Le déploiement doit être progressif et réfléchi. Évitez de vouloir tout déployer en même temps. Commencez par un minimum viable (MVP) et ajoutez progressivement des fonctionnalités.





Ne répétez pas les erreurs du passé.

Souvenez-vous du déploiement d'autres outils dans le passé... Par exemple, si des problèmes de permissions ont été rencontrés sur Salesforce, assurez-vous de configurer des permissions strictes et adaptées sur HubSpot dès le départ.

Ne vous laissez pas distraire par des cas particuliers.

Les exceptions doivent rester des exceptions ! Ne laissez pas des cas isolés vampiriser votre attention et compliquer inutilement le déploiement global.





N'automatisez pas tout dès le départ !

L'automatisation est une arme puissante, mais elle doit être utilisée avec discernement. Prenez le temps de maîtriser les processus manuellement avant de les automatiser.

Définissez clairement les rôles de chaque outil.

En effet, chaque outil a son rôle à jouer. Évitez les doublons fonctionnels. Par exemple, si vos devis sont gérés dans Salesforce, ne cherchez pas à les gérer simultanément dans HubSpot.

5

Le **déploiement de HubSpot dans votre environnement Salesforce** peut transformer votre manière de travailler, à condition qu'il soit bien préparé et bien exécuté. Suivez nos conseils pour être en mesure de mettre en place un système qui non seulement fonctionne, mais qui améliore réellement la productivité de vos équipes et la qualité de vos interactions avec les clients.



Le succès de votre déploiement est à portée de main !
Mais vous avez peut-être des questions ?
Prenons rendez-vous pour en discuter !

5

La méthode MyDigiCompany



L'intégration et le déploiement d'outils comme HubSpot et Salesforce sont des projets complexes qui nécessitent une **méthodologie** bien rodée pour garantir leur succès.

Chez MyDigiCompany, nous avons développé une approche structurée qui a fait – et continue de faire - ses preuves. Notre objectif est simple : permettre à nos clients de naviguer sereinement à travers chaque étape du processus, du choix des outils à leur mise en place opérationnelle.

Voici, dans les grandes lignes, la méthode que nous appliquons pour assurer une intégration harmonieuse et efficace.

1. Kick Off

Le **kick-off** est une étape essentielle où toutes les parties prenantes se rassemblent pour définir les rôles, les responsabilités, et les objectifs du projet. Cette réunion initiale permet de fixer un cadre clair pour le projet, de définir les attentes, et d'établir un calendrier des ateliers et des livrables.



- **Définition des rôles :** qui fait quoi ? Quelles sont les responsabilités de chacun ?
- **Fixation des objectifs :** quels sont les résultats attendus du projet ? Quels KPI seront utilisés pour mesurer le succès ?
- **Planification des ateliers :** quels sont les thèmes des ateliers à venir et quel sera leur calendrier ?

Jean-Michel Cabon,
Directeur Marketing et Communication, Esri France



« Ce qui est important dans l'accompagnement de MyDigiCompany, c'est que l'outil permet tellement de choses qu'avec le recul que j'ai aujourd'hui, le faire nous-même aurait été une hérésie. Nous n'en serions pas là aujourd'hui. On va beaucoup plus vite, on fait les bons choix. »

2. Ateliers de recueil des besoins et de conception

Ces ateliers sont le cœur de la méthode MyDigiCompany. Ils permettent d'identifier précisément les besoins de votre entreprise et de traduire ces besoins en fonctionnalités concrètes dans HubSpot et Salesforce.



- **Comprendre les besoins actuels et futurs :** chaque atelier est conçu pour explorer en profondeur les besoins des différents services de votre entreprise.
- **Exposer les possibilités offertes par HubSpot :** nous présentons les fonctionnalités disponibles et comment elles peuvent être utilisées pour répondre à vos besoins spécifiques.
- **Préparation du paramétrage :** à l'issue des ateliers, nous avons une vision claire de la configuration nécessaire pour HubSpot et Salesforce, pour un paramétrage optimal.

Jean-Michel Cabon,
Directeur Marketing et Communication, Esri France

« Ce que j'aime beaucoup dans la collaboration, qui se poursuit aujourd'hui, c'est que l'outil évoluant très vite et il arrive aux équipes MyDigiCompany de nous dire « c'est nouveau, on ne sait pas répondre, mais on va regarder et on va vous répondre» ce qui est une réponse enthousiasmante et qui nous correspond pleinement.. »



3. Paramétrage et tests

Une fois les besoins identifiés et les fonctionnalités définies, nous passons à la phase de paramétrage. Cette étape consiste à configurer HubSpot et Salesforce en fonction des spécifications établies lors des ateliers.



- **Setup global :** paramétrage des différents modules de HubSpot, configuration des workflows, des pipelines de ventes, et des intégrations avec Salesforces.
- **Tests rigoureux :** nous effectuons des tests exhaustifs pour vérifier que chaque fonctionnalité fonctionne comme prévu. Cela inclut des tests de synchronisation, de gestion des permissions, et de workflow.



Jean-Michel Cabon,
Directeur Marketing et Communication, Esri France

« MyDigiCompany nous a offert des options et nous faisons des choix avec nos collègues de la DSI et toutes les personnes concernées, l'idée ici est de choisir la meilleure option pour nous. »

4. Ateliers de formation et debrief



Après le paramétrage, il est indispensable de former vos équipes pour qu'elles puissent tirer le meilleur parti des nouveaux outils. MyDigiCompany organise des ateliers de formation pour assurer une transition en douceur.

- **Présentation du paramétrage :** lors des ateliers, le paramétrage réalisé sur l'ensemble des fonctionnalités est présenté au client.
- **Formation des utilisateurs :** ces sessions de formation couvrent toutes les fonctionnalités pertinentes pour les utilisateurs, avec des exercices pratiques pour s'assurer qu'ils sont à l'aise avec le nouvel environnement.

5. Déploiement



Le jour J du déploiement est une étape critique. Nous nous assurons que tout est en place pour que la transition se fasse sans accroc.

- **Exécution du plan de déploiement :** nous suivons le plan de déploiement établi pour garantir que toutes les étapes se déroulent comme prévu.
- **Supervision en temps réel :** nos équipes sont sur le pont pour surveiller le déploiement en direct, résoudre rapidement tout problème qui pourrait survenir, et assurer un démarrage en douceur.



Jean-Michel Cabon,
Directeur Marketing et Communication, Esri France

MyDigiCompany nous a accompagnés dans ces processus ; MyDigiCompany nous a poussés un peu dans nos retranchements, à réfléchir et à mettre les choses sur la table.

6. Hotline et suivi post-déploiement

Le déploiement n'est que le début d'une belle histoire. Chez MyDigiCompany, nous continuons à vous accompagner après la mise en service pour nous assurer que tout fonctionne comme prévu et pour vous aider à résoudre les éventuels problèmes qui pourraient survenir.



- **Hotline dédiée :** nous mettons en place une hotline dédiée pour répondre aux questions de vos utilisateurs et résoudre les problèmes techniques.
- **Suivi du déploiement :** nous restons en contact avec vous pour surveiller l'utilisation des outils, proposer des ajustements si nécessaire, et planifier les phases d'optimisation futures.

La **méthode MyDigiCompany**, agence partenaire HubSpot, est conçue pour rendre l'intégration et le déploiement de HubSpot et Salesforce aussi simples et efficaces que possible. En adoptant une approche structurée et en restant à vos côtés à chaque étape, nous nous assurons que vous obtenez le maximum de valeur de votre investissement.

Jean-Michel Cabon,
Directeur Marketing et Communication, Esri France

« L'accompagnement, tout ce qui a été présenté, la structuration, l'approche, la méthodologie, c'est aussi dans la démarche. MyDigiCompany nous challenge, nous amène à nous poser des bonnes questions au bon moment. »



6

FAQ



Voici un récapitulatif des questions fréquemment posées par nos clients.

Quels sont les principaux bénéfices d'une intégration HubSpot-Salesforce pour une entreprise B2B ?

L'intégration de HubSpot avec Salesforce permet de combiner la puissance marketing de HubSpot avec la robustesse CRM de Salesforce et de créer une synergie qui optimise les efforts des équipes marketing et commerciales. Elle améliore la gestion des leads, automatise les processus de nurturing, et offre une vision complète du parcours client.

Pour en savoir plus, rendez-vous dans la section 1a de ce document (Les avantages fonctionnels d'HubSpot)

HubSpot peut-il vraiment améliorer l'efficacité des équipes commerciales et marketing lorsqu'il est intégré à Salesforce ?

HubSpot centralise les outils marketing et optimise la qualité des leads transmis aux équipes commerciales. L'intégration avec Salesforce permet une synchronisation des données en temps réel, facilite la collaboration entre les équipes et améliore la réactivité face aux opportunités commerciales.

Pour en savoir plus, lisez l'étude de cas Esri France dans ce document

Quels sont les défis courants lors de la migration de Pardot vers HubSpot dans un environnement Salesforce ?

Les défis incluent la gestion des doublons, le maintien de la qualité des données, et l'adaptation des processus métiers existants à HubSpot. Il est essentiel de bien planifier la migration, de cartographier les données, et d'éviter de reproduire les erreurs passées lors du déploiement dans HubSpot.

Vous souhaitez en savoir plus ? C'est par ici !

Comment choisir entre l'utilisation de l'API HubSpot-Salesforce ou du connecteur natif ?

Le choix dépend des besoins spécifiques de l'entreprise. Le connecteur natif offre une solution clé en main, simple à configurer et à maintenir, tandis que l'API peut être plus flexible pour des intégrations personnalisées ou des cas d'utilisation complexes.

Dans la réalité, c'est un peu plus complexe : on vous explique tout !

Comment garantir la qualité des données lors de la synchronisation entre HubSpot et Salesforce ?

Pour garantir la qualité des données, il est impératif de mettre en place des règles de dédoublonnage, de synchroniser les champs clés de manière cohérente, et de régulièrement nettoyer et vérifier les bases de données des deux systèmes.

Besoin de précisions ? C'est par ici !

Quelles sont les meilleures pratiques pour éviter les doublons de contacts entre HubSpot et Salesforce ?

Les doublons peuvent être évités en utilisant des identifiants uniques comme l'email pour les contacts et le nom de domaine pour les entreprises. Il est recommandé de faire un tri préalable des données et d'utiliser des workflows dans HubSpot pour gérer les doublons avant la synchronisation avec Salesforce.

On vous en dit plus dans ce document !

Comment personnaliser HubSpot pour qu'il réponde aux besoins spécifiques d'une entreprise utilisant déjà Salesforce ?

HubSpot offre une grande flexibilité grâce à son interface no-code et ses API ouvertes. Les entreprises peuvent créer des objets personnalisés, paramétrer des workflows spécifiques, et adapter l'interface utilisateur pour répondre aux besoins uniques de leur organisation, tout en maintenant une intégration fluide avec Salesforce.

Besoin de plus de précisions ? Suivez le guide !

Quelles erreurs courantes doivent être évitées lors du paramétrage de la synchronisation HubSpot-Salesforce ?

La liste des erreurs courantes est longue... Par exemple, il est important de ne pas mélanger les types de champs entre les deux systèmes, de bien gérer les permissions de synchronisation, et d'éviter de synchroniser des données inutiles. Une attention particulière doit être portée à la configuration des mappings pour éviter des erreurs de synchronisation.

Plus de détails ? C'est par ici !

Comment assurer une transition en douceur pour les équipes lors du passage de Pardot (ou un autre outil) à HubSpot ?

Une transition réussie nécessite une formation adéquate des équipes, une communication claire sur les avantages de HubSpot, et un accompagnement personnalisé pour répondre aux questions et résoudre les problèmes qui peuvent survenir pendant la phase de migration.

Découvrez nos conseils pratiques !

Votre agence digitale

Vous avez d'autres questions ?
Nous serions ravis d'y répondre !
Prenons rendez-vous !

