



Rapport annuel HubSpot sur le retour sur investissement

2023



Table des matières

01 Points forts du rapport

02 Marketing Hub

- Génération de leads
- Marketing automation
- Études de cas

03 Outils de contenu

04 Sales Hub

- Prospection
- Gestion des transactions
- Études de cas

05 Service Hub

- Centre de support
- Libre-service
- Études de cas

06 La plateforme client de HubSpot

- Marketing Hub + Sales Hub
- Marketing Hub + Sales Hub + Service Hub
- Partenaires solutions HubSpot
- Études de cas

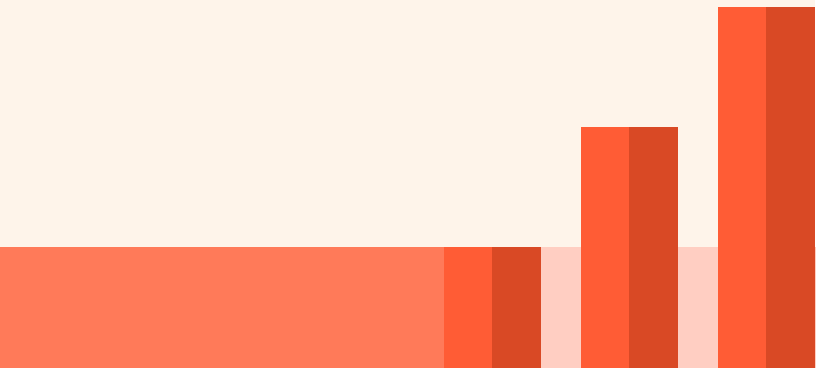
07 Conclusion

08 Annexe

- Méthodologie des données
- Données par secteur, région et taille d'entreprise



HubSpot a aidé plus de **184 000** clients à favoriser les connexions et à se développer tout au long de leur parcours client.



Après 1 an, les clients de HubSpot...

Attirent

114 %

plus de trafic sur le web¹

Gènèrent

129 %

plus de leads inbound²

Concluent

55 %

plus de transactions avec un taux de conclusion de 105 % supérieur³

Résolvent

43 %

plus de tickets par agent⁴ à un taux 32 % plus élevé⁵

¹ Augmentation du trafic mensuel sur le site web 12 mois après l'achat pour les clients possédant le Marketing Hub ou le CMS Hub (n=64 160).

² Augmentation des soumissions de formulaires 12 mois après l'achat pour les clients possédant le Marketing Hub (n=53 811).

³ Augmentation du taux de conclusion des transactions (n=46 874) et des affaires conclues (n=46 626) 12 mois après l'achat pour les clients possédant le Sales Hub.

⁴ Sur la base des tickets fermés par licence utilisateur attribuée pour les clients qui possédant le Service Hub pendant 1 à 6 mois (n=1 438) contre 7 à 12 mois (n=1 447).

⁵ Augmentation du taux de clôture des tickets pour les clients possédant le Service Hub (n=11 608).

Marketing Hub :

La connectivité au service de la commercialisation



Avec le Marketing Hub, les clients de HubSpot peuvent :



Augmenter le chiffre d'affaires grâce à des prospects de qualité

129 %

plus de leads inbound générés¹

40 %

d'augmentation du nombre de transactions créées¹

50 %

plus de transactions conclues¹



Gagner du temps et des ressources grâce à l'automatisation et aux campagnes optimisées par l'IA

68 %

d'accélération pour le lancement des campagnes²

26 %

de réduction des dépenses consacrées à l'acquisition de leads²



Optimiser les investissements en marketing

505 %

de ROI réalisé sur 3 ans²

¹ Basé sur l'augmentation des soumissions de formulaires (n=53 811), des transactions créées (n=43 332) et des transactions conclues (n=42 561) 12 mois après l'achat pour les clients possédant le Marketing Hub depuis au moins 12 mois.

² Livre blanc IDC réalisé à la demande de HubSpot. Business Value of HubSpot Marketing Hub. Doc. #US51220423. septembre 2023



Marketing Hub

Génération de leads

Le Marketing Hub permet aux clients d'acquérir efficacement des leads sur plusieurs canaux : e-mail, pages de destination, réseaux sociaux, publicités, blogs, et plus encore.

Augmentation du nombre de leads inbound :

↑ **105 %**
dans les 6 mois¹

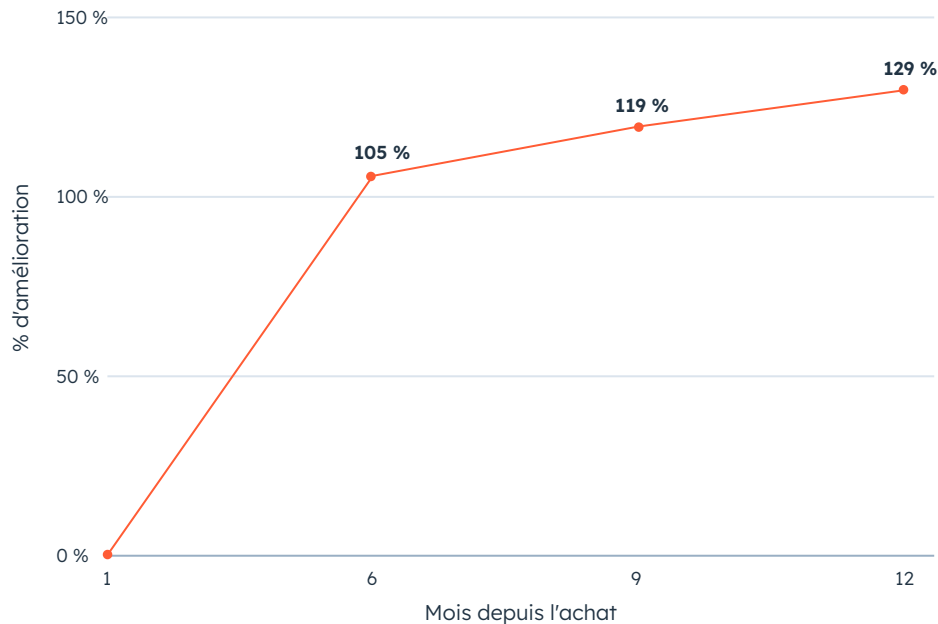
↑ **129 %**
après 1 an¹

↓ **26 %**
de réduction des coûts
d'acquisition des
leads²

Résultats par secteur d'activité, région et taille
d'entreprise :

[Voir page 42 →](#)

Leads inbound depuis l'achat¹



¹ Basé sur les soumissions de formulaires mensuelles pour les clients possédant le Marketing Hub depuis au moins 12 mois (n=53 811).

² Livre blanc IDC réalisé à la demande de HubSpot. Business Value of HubSpot Marketing Hub. Doc. #US51220423, septembre 2023



Marketing Hub

Génération de leads

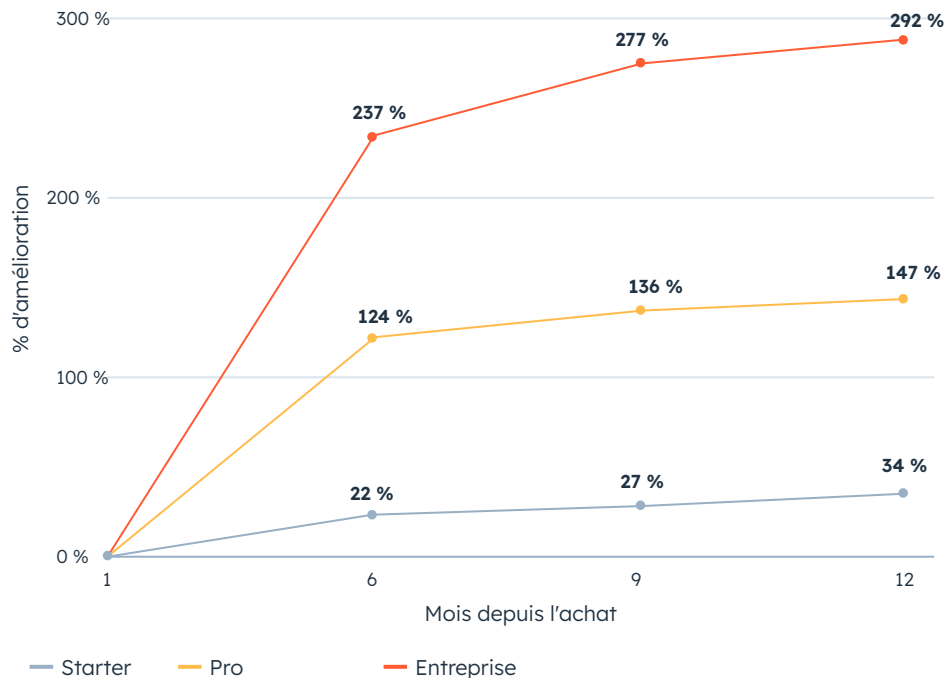
Les clients du Marketing Hub créent efficacement des leads par le biais de formulaires de pages de destination, de réseaux sociaux et de publicités, le tout géré à partir d'un centre de campagne unifié.



Conseil :

Les clients qui utilisent des outils de génération de leads multicanaux génèrent **71 % de leads inbound** en plus².

Leads inbound depuis l'achat¹



¹ Basé sur les soumissions de formulaires mensuelles pour les clients Starter (n=31 080), Pro (n=19 803) et Entreprise (n=2 998) possédant le Marketing Hub depuis au moins 12 mois.

² Basé sur les soumissions de formulaires pour les clients Pro et Entreprise qui utilisent les campagnes, les publicités, le SEO, les outils de réseaux sociaux et les pages de destination (n=3 008) par rapport à la moyenne de tous les clients Pro et Entreprise (n=28 633).



Marketing Hub

Génération de leads

Le Marketing Hub permet aux équipes marketing d'être plus productives et de lancer des campagnes rapidement.

L'expérience des clients de Marketing Hub :



73 %

d'augmentation de la productivité de l'équipe marketing¹



68 %

de réduction du délai de lancement des campagnes marketing¹



52 %

d'augmentation du nombre de campagnes multi-canales lancées par an¹

¹ Livre blanc d'IDC réalisé à la demande de HubSpot. Business Value of HubSpot Marketing Hub. Doc. #US51220423. septembre 2023



Marketing Hub

Automatisation

Les clients du Marketing Hub utilisent des campagnes d'e-mail automatisées, le lead nurturing et la segmentation des clients pour créer un marketing personnalisé et ciblé à grande échelle, ce qui se traduit par un engagement plus important des prospects et une augmentation du chiffre d'affaires.

Après seulement 6 mois, les clients du Marketing Hub constatent...



58 %

d'augmentation du taux de clics/ouvertures¹



21 %

de transactions supplémentaires¹



76 %

d'augmentation du taux de conclusion des transactions¹



32 %

plus de transactions conclues¹

¹ Basé sur l'augmentation du taux de clics sur les e-mails (n=39 871), des transactions créées (n=43 332), du taux de conclusion (n=42 738) et des transactions conclues (n=42 561) 6 mois après l'achat pour les clients possédant le Marketing Hub depuis au moins 12 mois.



Marketing Hub

Automatisation

Avec le Marketing Hub, les équipes marketing personnalisent les communications à grande échelle, ce qui rend les e-mails plus pertinents pour les prospects et augmente la probabilité d'engagement.

Amélioration du taux de clics/ouvertures des e-mails :

↑ **58 %**
dans les 6 mois¹

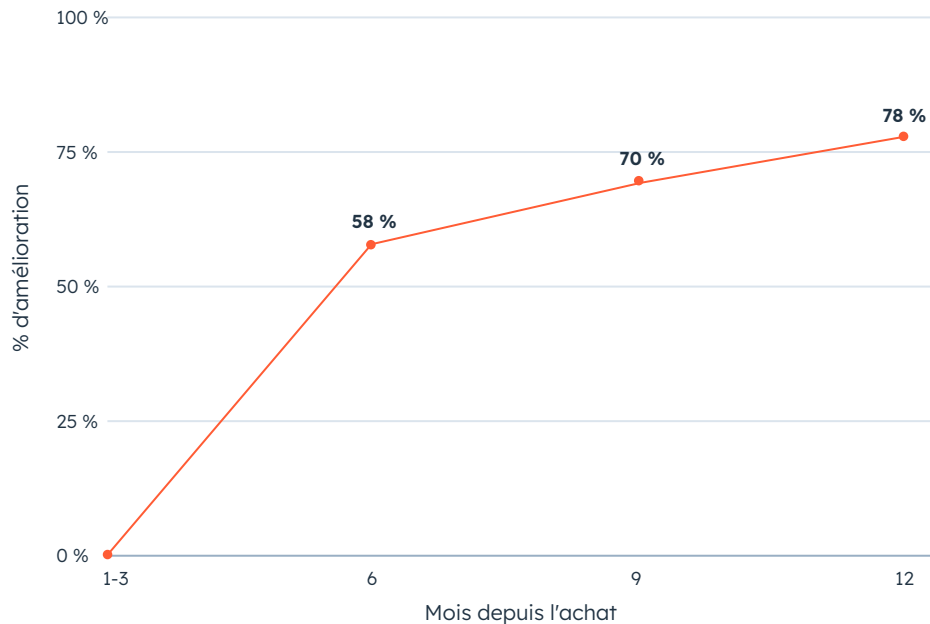
↑ **78 %**
après 1 an¹



Conseil :

Les clients qui utilisent les outils de marketing automation obtiennent un taux de clics/ouvertures par e-mail **70 % plus élevé.**²

Taux de clics/ouvertures des e-mails depuis l'achat¹



¹ Basé sur le taux de clics/ouvertures mensuel sur les e-mails des clients possédant le Marketing Hub depuis au moins 12 mois (n=39 871).

² Basé sur le taux de clics/ouvertures sur les e-mails des clients Pro et Entreprise dont les workflows sont activés (n=27 463) par rapport à ceux dont les workflows ne sont pas activés (n=2 012).



Marketing Hub

Automatisation

Les outils de gestion et d'automatisation des campagnes du Marketing Hub permettent aux spécialistes du marketing de transformer en toute transparence les prospects en nouveaux clients, éliminant ainsi le besoin de processus manuels et les risques d'erreur.

Augmentation du nombre de transactions créées :

↑ **21 %**
dans les 6 mois¹

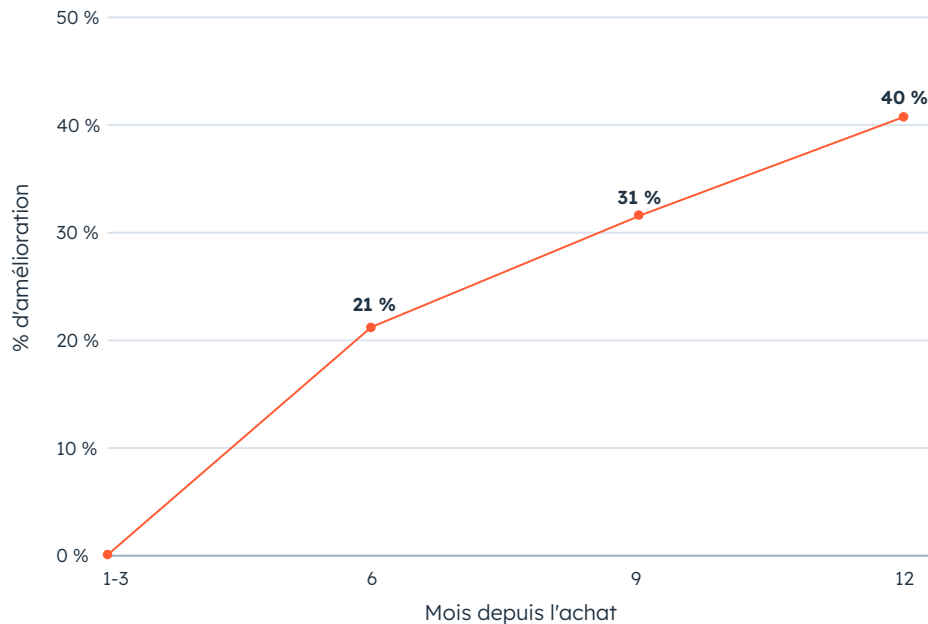
↑ **40 %**
après 1 an¹



Conseil :

Les clients qui utilisent les fonctionnalités de marketing automation, de gestion des campagnes et de reporting marketing créent **16 % plus** de transactions par mois.²

Transactions créées depuis l'achat¹



¹ Basé sur le nombre de transactions créées mensuellement pour les clients possédant le Marketing Hub depuis au moins 12 mois (n=43 332).

² Basé sur le nombre de transactions créées par les clients Pro et Entreprise dont les workflows, les campagnes et les rapports marketing sont activés (n=18 342) par rapport à la moyenne de l'ensemble des clients Pro et Entreprise (n=23 190).



Marketing Hub

Automatisation

Le Marketing Hub permet aux spécialistes du marketing de préparer les équipes de vente à la réussite. Grâce à ses outils d'automatisation, les équipes assurent le nurturing et le scoring des leads, et obtiennent des leads de haute qualité, maximisant à la fois le nombre de transactions conclues et les taux de conclusion.

↑ **50 %**
d'augmentation du
nombre de
transactions conclues
après 1 an¹

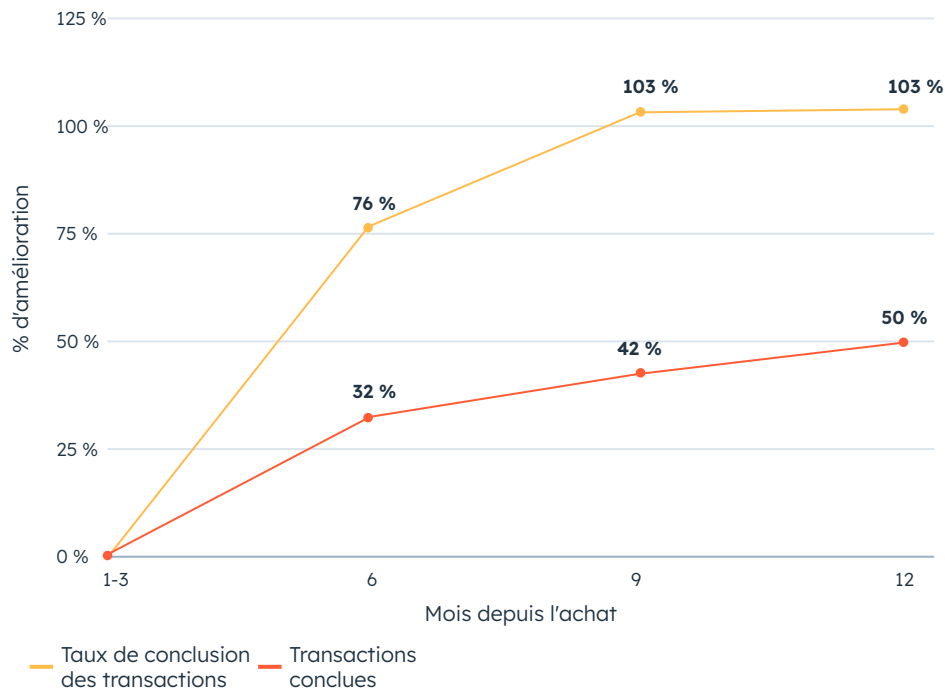
↑ **103 %**
d'augmentation du
taux de conclusion
des transactions
après 1 an¹



Conseil :

Les clients qui utilisent les fonctionnalités de marketing automation, de gestion des campagnes et de reporting marketing concluent **17 % de transactions supplémentaires** par mois² et affichent un taux de conclusion **10 % plus élevé.**²

Transactions depuis l'achat¹



¹ Sur la base du taux de conclusion de transactions mensuel (n=42 738) et du nombre de transactions conclues pour les clients possédant le Marketing Hub depuis au moins 12 mois (n=42 561).

² Basé sur le nombre de transactions créées par les clients Pro et Entreprise dont les workflows, les campagnes et les rapports marketing sont activés (n=18 342) par rapport à la moyenne de l'ensemble des clients Pro et Entreprise (n=23 190).

Marketing Hub

Études de cas

Génération de leads

zapier

Zapier double son
taux de conversion
avec HubSpot

[Voir l'étude de cas →](#)

Marketing automation

lendio

Lendio conclut 58 % de
transactions en plus grâce
aux fonctionnalités
d'automatisation du
Marketing Hub

[Voir l'étude de cas →](#)

Marketing automation

SPOC

Comment SPOC
Automation a économisé
140 000 \$ le premier mois
avec HubSpot

[Voir l'étude de cas →](#)

Calculez votre ROI potentiel avec le Marketing
Hub en utilisant le calculateur de ROI de HubSpot

[Calculer le retour sur investissement](#)

Outils de contenu :

Créer et gérer des expériences de contenu personnalisées



Les équipes marketing qui utilisent les outils de contenu de HubSpot favorisent les relations avec les clients et la croissance de l'entreprise.

Après seulement 6 mois, les clients qui utilisent des outils de contenu constatent...



114 %

d'augmentation du trafic web¹



251 %

d'augmentation du nombre de vues de pages de destination¹



337 %

d'augmentation du nombre de vues de pages de blog¹



99 %

d'augmentation du nombre de leads inbound¹

¹ Augmentation du trafic mensuel sur le site web (n=64 160), du nombre de vues des pages de destination (n=34 333), du nombre de vues de pages de blog (n=17 367) et des soumissions de formulaires (n=57 468) 6 mois après l'achat pour les clients possédant le Marketing Hub ou le CMS Hub depuis au moins 12 mois.



Outils de contenu

Les outils de contenu de HubSpot permettent aux spécialistes du marketing de concevoir sans effort du contenu personnalisé et ciblé pour les sites web, les blogs et les pages de destination afin d'attirer le public idéal.

↑ **143 %**
d'augmentation du trafic sur le site web après 1 an¹

↑ **300 %**
d'augmentation du nombre de vues de pages destination après 1 an¹

↑ **646 %**
d'augmentation du nombre de vues de pages de blogs après 1 an¹



Conseil :

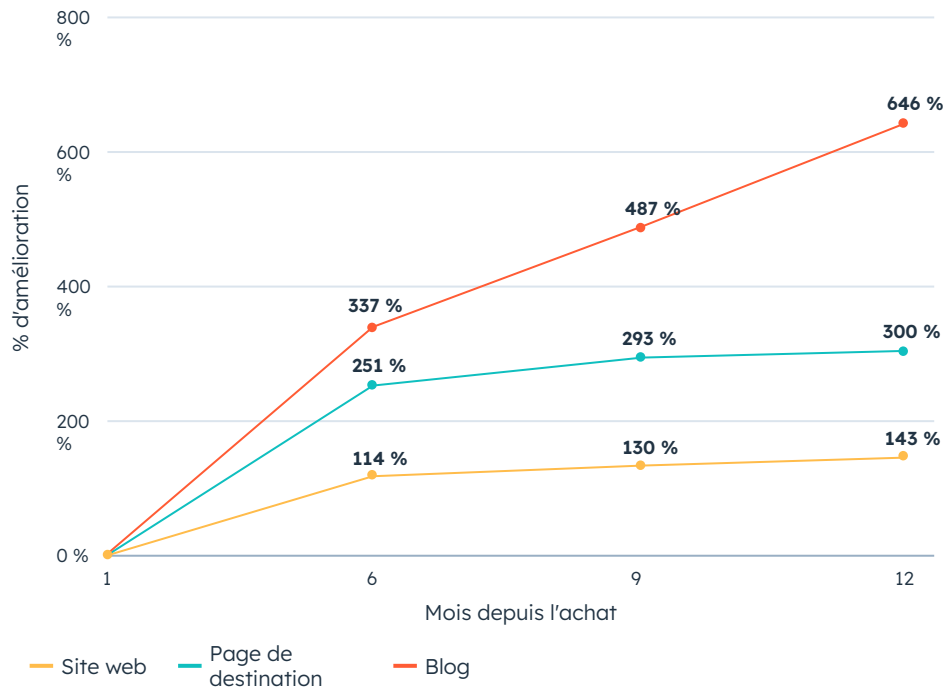
Les clients qui utilisent des outils SEO constatent...

6x plus de trafic sur le site web²

4x plus de vues de pages de destination³

4,5x plus de vues de pages de blog⁴

Trafic depuis l'achat¹



¹ Basé sur le trafic mensuel du site web (n=64 160), le nombre de vues de pages de destination (n=34 333) et le nombre de vues de pages de blogs (n=17 376) pour les clients possédant le Marketing Hub ou le CMS Hub depuis au moins 12 mois.

² Basé sur le trafic du site web pour les clients ayant activé les outils SEO (n=7 194) par rapport à ceux qui ne les utilisent pas (n=86 891).

³ Basé sur les vues de pages de destination des clients dont les outils SEO sont activés (n=6 163) par rapport à ceux qui n'utilisent pas ces outils (n=33 943).

⁴ Basé sur les vues de pages de blogs des clients ayant activé les outils SEO (n=4 662) par rapport à ceux qui ne les utilisent pas (n=14 239).



Outils de contenu

Les spécialistes du marketing utilisent les outils de contenu de HubSpot pour tisser des liens plus étroits avec les clients, en créant un contenu attrayant et pertinent et en utilisant des outils d'expérimentation avancés pour améliorer les taux de conversion.

Augmentation du nombre de leads inbound :

↑ **99 %**
dans les 6 mois¹

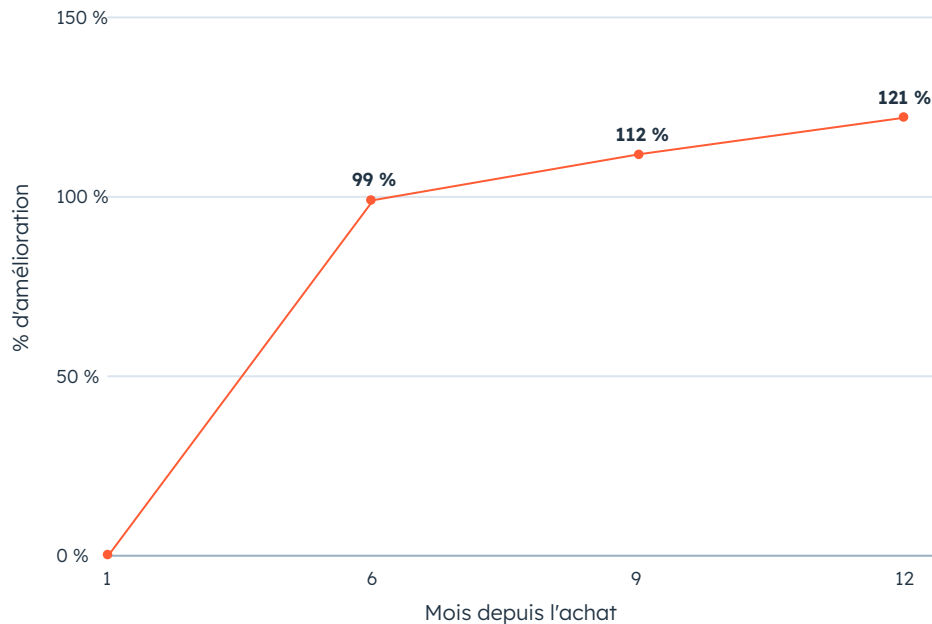
↑ **121 %**
après 1 an¹



Conseil :

Les clients constatent un taux de conversion **237 % plus élevé** lorsqu'ils utilisent des tests adaptatifs²

Leads inbound depuis l'achat¹



¹ Basé sur les soumissions de formulaires mensuelles pour les clients possédant le Marketing Hub ou le CMS Hub depuis au moins 12 mois (n=57 468).

² Basé sur le taux de soumission des formulaires de la page destination pour les clients Entreprise ayant activé les tests adaptatifs (n=317) par rapport à ceux qui ne l'ont pas fait (n=3 708).

Sales Hub :

**Favoriser la
productivité
par la pertinence**



Avec le Sales Hub, les clients peuvent...



Prospecter plus intelligemment

28 %
d'augmentation du nombre de transactions créées¹



Développer leurs activités en s'appuyant sur les données

105 %
d'augmentation du taux de conclusion des transactions¹

1,4x
plus de transactions conclues par représentant²



Accélérer la croissance des revenus

55 %
plus de transactions conclues¹

13 %
d'augmentation du chiffre d'affaires³

¹ Augmentation des transactions créées (n=46 874), du taux de conclusion des transactions (n=46 874) et des transactions conclues (n=46 626) 12 mois après l'achat pour les clients possédant le Sales Hub pendant au moins 12 mois.

² Sur la base des transactions conclues par représentant pour les clients possédant le Sales Hub pendant 1 à 6 mois (n=6 662) par rapport à 7 à 12 mois (n=7 241).

³ [Rapport d'impact sur les revenus par Beall Research pour le compte de HubSpot](#)



Sales Hub

Prospection

Le Sales Hub dote les représentants chargés de la prospection des outils d'interaction commerciale personnalisés dont ils ont besoin pour entamer des conversations significatives et remplir leur pipeline.

Un engagement plus élevé

90 %
d'augmentation du
nombre d'ouvertures
des e-mails¹

53 %
plus de réponses
aux e-mails¹

128 %
d'augmentation de
la participation aux
réunions¹

Un pipeline plus rempli

28 %
plus de transactions
créées¹

¹ Augmentation du nombre d'ouvertures d'e-mails dans des séquences (n=16 280), de réponses aux e-mails de séquences (n=16 280), du nombre de réunions suivies (n=38 537) et de transactions créées (n=46 874) 12 mois après l'achat pour les clients possédant le Sales Hub pendant au moins 12 mois.



Sales Hub

Prospection

Les séquences automatisées et les modèles d'e-mails du Sales Hub stimulent l'efficacité et la productivité des vendeurs, tandis que des fonctionnalités telles que le planificateur de réunions et les workflows améliorent considérablement les chances que les prospects planifient des réunions et y assistent.

↑ **128 %**
d'augmentation de la présence aux réunions après 1 an¹

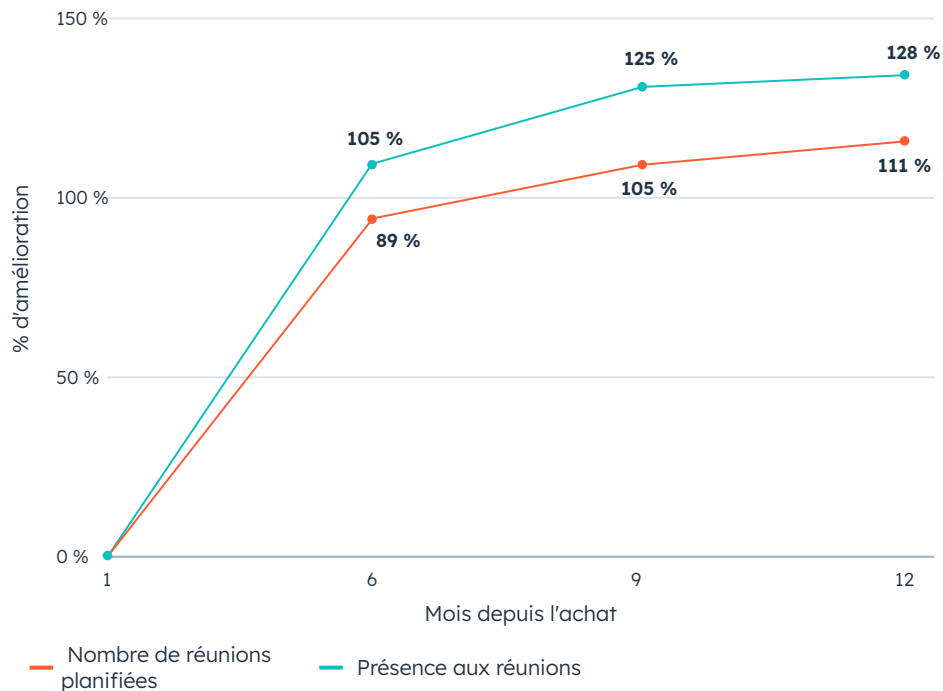
↑ **111 %**
d'augmentation du nombre de réunions planifiées après 1 an¹



Conseil :

Les clients qui utilisent des outils de prospection obtiennent **25 % de réunions supplémentaires**² et constatent une hausse de **33 % de la présence aux réunions**.³

Réunions depuis l'achat¹



¹ Basé sur le nombre mensuel de réunions programmées (n=37 830) et tenues pour les clients possédant le Sales Hub pendant au moins 12 mois (n=38 579).

² Basé sur le nombre de réunions programmées (n=12 204) pour les clients Pro et Entreprise utilisant les séquences, modèles, workflows et e-mails de vente, par rapport à la moyenne de l'ensemble des clients Pro et Entreprise (n=23 860).

³ Basé sur le nombre de réunions tenues pour les clients Pro et Entreprise qui utilisent les séquences, les modèles, les workflows et les e-mails de vente (n=12 230) par rapport à la moyenne de tous les clients Pro et Entreprise (n=23 932).



Sales Hub

Prospection

Les outils de prospection de Sales Hub rationalisent les opérations, maintiennent l'attention des représentants, améliorent l'organisation et augmentent l'efficacité. Cela permet aux représentants de consacrer leurs efforts à la création d'un pipeline qualifié et à fort taux de conversion.

Augmentation du nombre de transactions créées :

↑ **13 %**
dans les 6 mois¹

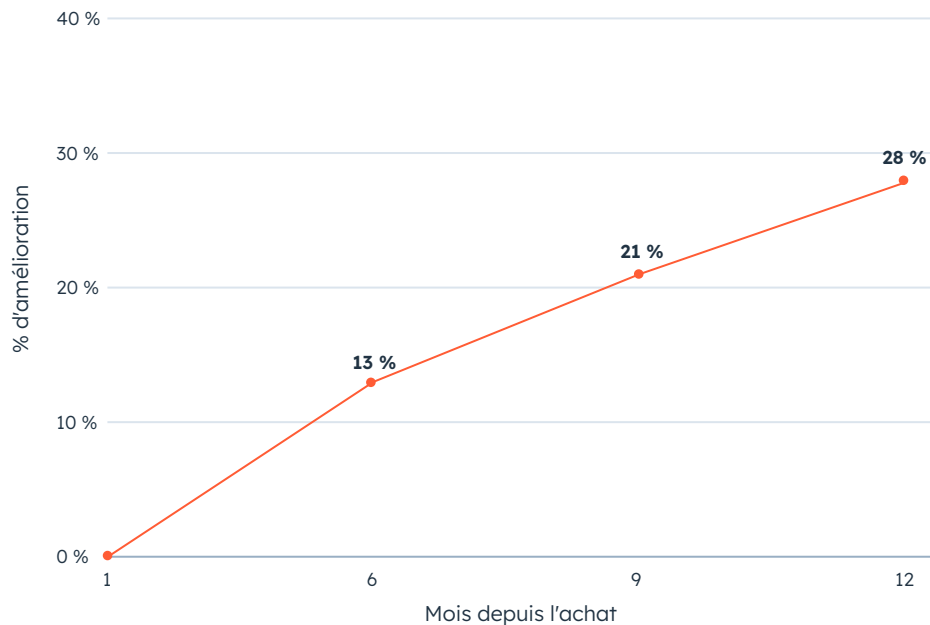
↑ **28 %**
après 1 an¹



Conseil :

Les clients qui utilisent des outils de prospection créent **30 % plus de transactions** par mois², tandis que ceux qui utilisent le score des leads créent **120 % plus de transactions** par mois³

Transactions créées depuis l'achat¹



¹ Basé sur le nombre de transactions créées mensuellement pour les clients possédant le Sales Hub depuis au moins 12 mois (n=46 874).

² Basé sur le nombre de transactions créées par les clients Pro et Entreprise qui utilisent les séquences, workflows, modèles, réunions et appels (n=8 973) par rapport à la moyenne de tous les clients Pro et Entreprise (n=30 587).

³ Basé sur le nombre de transactions créées par les clients Entreprise utilisant le score des leads (n=1 121) par rapport à ceux qui ne l'utilisent pas (n=2 090).



Sales Hub

Gestion des transactions

Le Sales Hub équipe les vendeurs pour qu'ils concluent plus de transactions à un taux plus élevé grâce à des outils de gestion qui offrent des possibilités de contextualisation riche à grande échelle.

Avec le Sales Hub, les clients constatent...



105 %

d'augmentation du taux de conclusion des transactions¹



41 %

plus de transactions conclues par représentant²



26 %

de réduction des cycles de vente³



55 %

d'augmentation du nombre de transactions conclues¹

¹ Augmentation du taux de conclusion des transactions (n=46 874) et des transactions conclues (n=46 626) 12 mois après l'achat pour les clients possédant le Sales Hub pendant au moins 12 mois.

² Basé sur les transactions conclues par représentant pour les clients possédant le Sales Hub pendant 1 à 6 mois (n=6 662) par rapport à 7 à 12 mois (n=7 241).

³ [Rapport d'impact sur les revenus par Beall Research pour le compte de HubSpot](#)



Sales Hub

Gestion des transactions

Les outils de gestion des transactions du Sales Hub, notamment les devis, le suivi des documents, les pipelines de transactions et l'outil de planification de réunions, rationalisent le processus de vente afin d'assurer une transition fluide de prospect qualifié à client.

Augmentation du taux de conclusion :

↑ **79 %**
dans les 6 mois¹

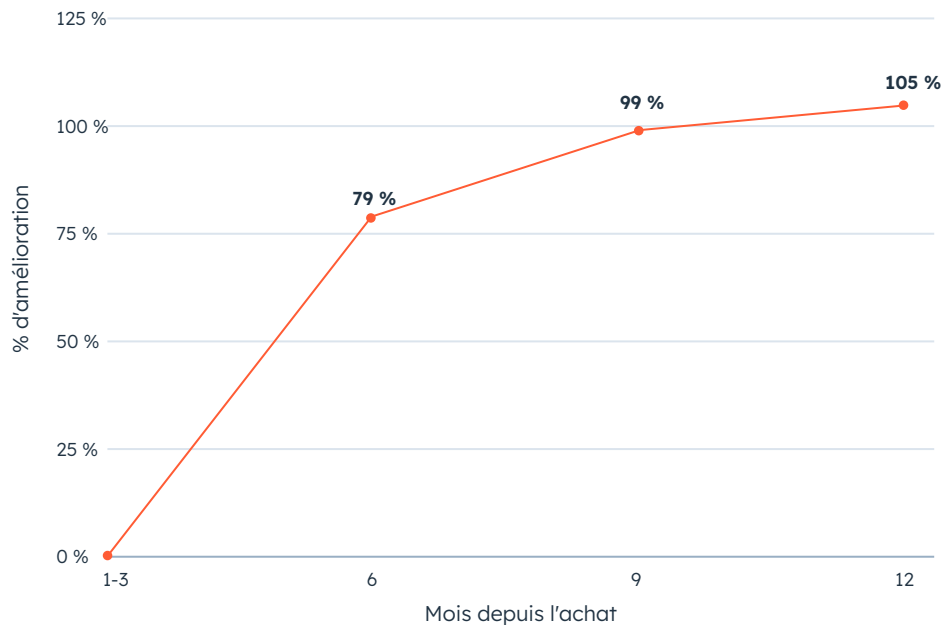
↑ **105 %**
après 1 an¹



Conseil :

Les clients constatent **une augmentation des taux de conclusion de 45 %** grâce aux outils de gestion des transactions², **de 36 %** grâce aux guides conversationnels³ et **de 57 %** grâce aux outils de paiement de HubSpot⁴

Taux de conclusion des transactions depuis l'achat¹



¹ Basé sur le taux mensuel de transactions conclues pour les clients possédant le Sales Hub pendant au moins 12 mois (n=46 874).

² Basé sur le taux de conclusion des transactions pour les clients Pro et Entreprise utilisant les séquences, les devis, les produits, les modèles, les documents, les e-mails de vente, les appels, le CRM et les réunions (n=3 811) par rapport à la moyenne de tous les clients Pro et Entreprise (n=30 587).

³ Basé sur le taux de conclusion des transactions pour les clients Entreprise utilisant les guides conversationnels (n=1 724) par rapport à ceux qui ne les utilisent pas (n=1 487).

⁴ Basé sur le taux de conclusion des transactions pour les clients utilisant les outils de paiement (n=4 083) par rapport à ceux qui ne les utilisent pas (n=42 855).



Sales Hub

Gestion des transactions

Le Sales Hub permet aux représentants de se concentrer davantage sur les ventes et moins sur la navigation dans les systèmes grâce à une interface intuitive, une base de contacts unifiée et des processus automatisés.



41 %

plus de transactions conclues par représentant¹

26 %

de réduction des cycles de vente²

¹ Basé sur les transactions conclues par représentant pour les clients possédant le Sales Hub pendant 1 à 6 mois (n=6 662) par rapport à 7 à 12 mois (n=7 241).

² [Rapport d'impact sur les revenus par Beall Research pour le compte de HubSpot](#)



Sales Hub

Gestion des transactions

Avec le Sales Hub, les représentants alimentent un pipeline qualifié, atteignent des taux de conclusion plus élevés et voient leur productivité augmenter, ce qui se traduit par des résultats exceptionnels :

↑ **55 %**
plus de transactions conclues¹

↑ **13 %**
augmentation du chiffre d'affaires²

Résultats par secteur d'activité, région et taille d'entreprise :

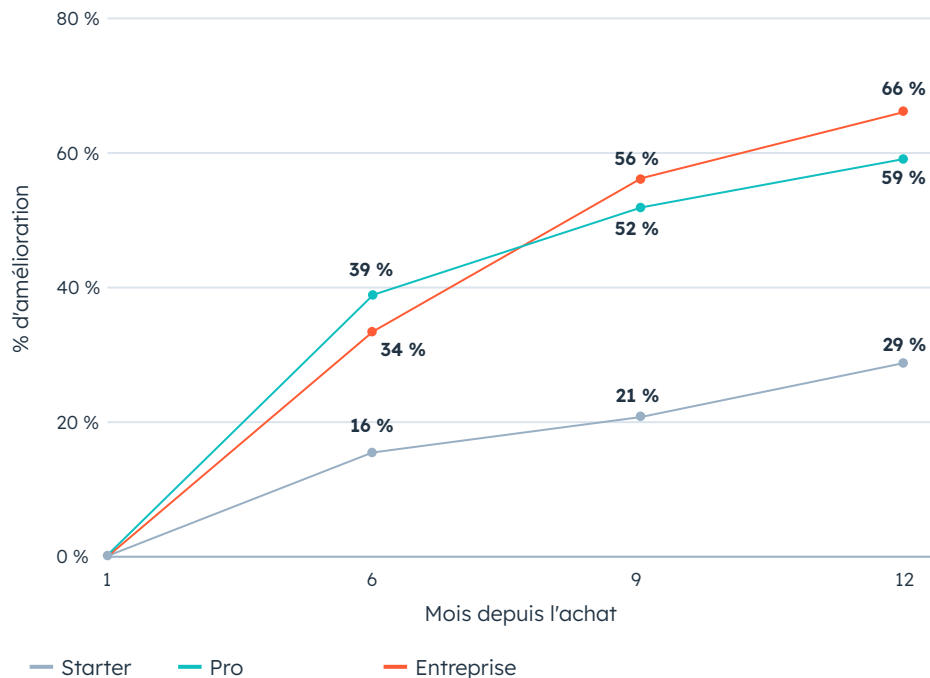
[Voir page 43 →](#)



Conseil :

Les clients qui utilisent les outils de gestion des transactions constatent une **augmentation de 65 % des transactions conclues**³

Transactions conclues depuis l'achat¹



¹ Basé sur les transactions conclues mensuellement pour les clients possédant le Sales Hub Starter (n=25 435), Pro (19 307), Enterprise (n=1 884), ou n'importe quel abonnement (n=46 626) pendant au moins 12 mois.

² [Rapport d'impact sur les revenus par Beall Research pour le compte de HubSpot](#)

³ Basé sur le nombre de transactions conclues pour les clients Pro et Ent utilisant les séquences, les devis, les produits, les modèles, les documents, les e-mails de vente, les appels, le CRM et les réunions (n=3 811) par rapport à la moyenne de tous les clients Pro et Enterprise (n=30 587).

Sales Hub

Études de cas

Prospection



Ceros a utilisé HubSpot pour atteindre 180 % d'augmentation des transactions grâce à une prospection plus intelligente

[Voir l'étude de cas →](#)

Gestion des transactions



Réussir sa croissance grâce aux données avec le Sales Hub : comment Knowledge Academy a augmenté ses ventes de 192 %

[Voir l'étude de cas →](#)

Gestion des transactions



Teamwork.com rend son équipe de vente 50% plus efficace avec HubSpot

[Voir l'étude de cas →](#)

Calculez votre ROI potentiel avec le Sales Hub en utilisant le calculateur de ROI de HubSpot.

[Calculer le retour sur investissement](#)



Service Hub

**Assurer la satisfaction
et renforcer les liens
avec les clients**



Avec le Service Hub, les clients peuvent...



Fournir un service client exceptionnel

32 %
d'augmentation du taux de
fermeture des tickets¹

42 %
plus de tickets fermés par agent²



Donner aux clients les moyens de trouver eux-mêmes les réponses à leurs questions

79 %
moins de tickets créés³

5 %
de réduction des coûts⁴

¹ Augmentation du taux de fermeture des tickets pour les clients possédant le Service Hub pendant au moins 12 mois (n=11 608).

² Basé sur les tickets fermés par licence utilisateur assignée pour les clients possédant le Service Hub pendant 1 à 6 mois (n=1 438) contre 7 à 12 mois (n=1 447).

³ Basé sur les tickets créés pour les clients Pro et Entreprise utilisant une base de connaissances (n=4 504) par rapport à ceux qui n'en utilisent pas (n=12 593).

⁴ [Rapport d'impact sur les clients du Service Hub par Beall Research pour le compte de HubSpot](#)





Service Hub

Centre de support

Le Service Hub transforme le support client grâce à des outils rationalisés sur une plateforme centralisée, permettant aux équipes de fournir efficacement un service client personnalisé sur tous les canaux, en continu.

Les clients qui utilisent les outils de support du Service Hub constatent :



32 %
d'augmentation du taux de fermeture des tickets¹



42 %
plus de tickets fermés par agent²



13x
plus de rapidité dans les délais de résolution³



8 %
de temps gagné⁴

¹ Augmentation du taux de fermeture des tickets pour les clients possédant le Service Hub pendant au moins 12 mois (n=11 608).

² Basé sur les tickets fermés par licence utilisateur assignée pour les clients possédant le Service Hub pendant 1 à 6 mois (n=1 438) contre 7 à 12 mois (n=1 447).

³ Basé sur le temps moyen de résolution des tickets pour les clients Pro et Entreprise qui utilisent la boîte de réception des conversations, la base de connaissances, le portail client, la vue personnalisée et les workflows (n=8 693) par rapport à l'ensemble des clients Pro et Entreprise (n=15 409).

⁴ [Rapport d'impact sur les clients du Service Hub par Beall Research pour le compte de HubSpot](#)



Service Hub

Centre de support

Le Service Hub est entièrement intégré au CRM intelligent de HubSpot, ce qui permet aux agents de disposer d'un contexte significatif pour aider efficacement les clients, avec pour résultat des délais de résolution des tickets plus rapides.

↑ 42 %
plus de tickets fermés par agent³

Résultats par secteur d'activité, région et taille d'entreprise :

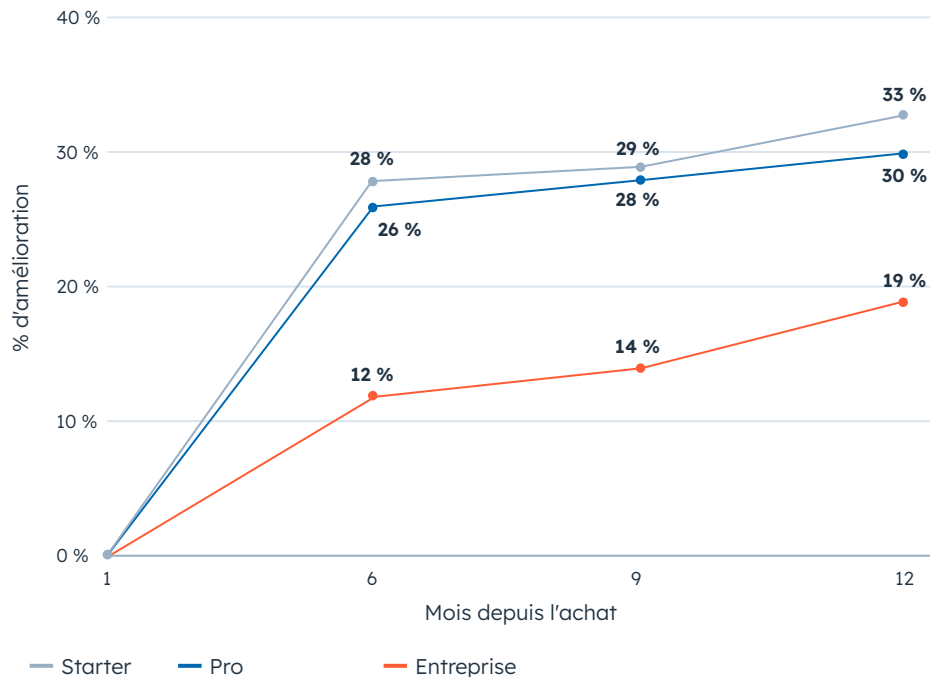
[Voir page 44 →](#)



Conseil :

Les clients qui utilisent les outils du centre de support et de libre-service multiplient par 13 **la vitesse de résolution des tickets**².

Taux de fermeture des tickets depuis l'achat¹



¹ Basé sur le taux de fermeture mensuel des tickets pour les clients possédant le Service Hub Starter (n=6 489), Pro (n=4 686), ou Entreprise (n=457) pendant au moins 12 mois.

² Basé sur le temps moyen de résolution des tickets pour les clients Pro et Entreprise utilisant la boîte de réception des conversations, la base de connaissances, le portail client, la vue personnalisée et les workflows (n=8 693) par rapport à l'ensemble des clients Pro et Entreprise (n=15 409).

³ Basé sur les tickets fermés par licence utilisateur assignée pour les clients possédant le Service Hub pendant 1 à 6 mois (n=1 438) contre 7 à 12 mois (n=1 447).



Service Hub

Libre-service

Les fonctions de libre-service du Service Hub permettent aux clients de résoudre les problèmes de manière autonome. Les outils tels que les bases de connaissances aident les clients à trouver rapidement des informations et offrent une expérience cohérente à grande échelle, ce qui augmente les chances de satisfaire les clients.

Réduction du nombre de tickets

79 %

moins de tickets créés lors de l'utilisation des outils de libre-service¹



Réduction des coûts

5 %

de réduction des coûts en moyenne, la plupart des clients réalisant des économies dans les 6 mois suivant l'achat²



¹ Sur la base des tickets créés pour les clients Pro et Entreprise utilisant une base de connaissances est activée (n=4 504) par rapport à ceux qui n'en utilisent pas (n=12 593).

² [Rapport d'impact sur les clients du Service Hub par Beall Research pour le compte de HubSpot](#)

Service Hub

Études de cas

Fidélisation des clients



YOGA INTERNATIONAL

Comment Yoga International a utilisé le Service Hub pour réduire la perte de clients de 20 %

[Voir l'étude de cas →](#)

Satisfaction des clients



The Royal Mint augmente son taux de recommandation net de 10 points avec HubSpot

[Voir l'étude de cas →](#)

Service client



Comment Santa Cruz Bicycles évalue la satisfaction de ses clients au fur et à mesure de sa croissance

[Voir l'étude de cas →](#)



La plateforme client de HubSpot

La connexion au service de la croissance



La plateforme client de HubSpot

Marketing Hub

Sales Hub

Lorsque les clients utilisent le Marketing Hub et le Sales Hub pour aligner leurs équipes de marketing et de vente, ils offrent une expérience d'achat plus transparente qui se traduit par plus d'opportunités, plus de transactions et plus de revenus.

Après 1 an, les clients constatent...

↑ **43 %**

plus de transactions créées
(augmentation de 64 % plus importante qu'avec le Marketing Hub seul)¹

↑ **64 %**

plus de transactions conclues
(augmentation de 68 % plus importante qu'avec le Sales Hub seul)²

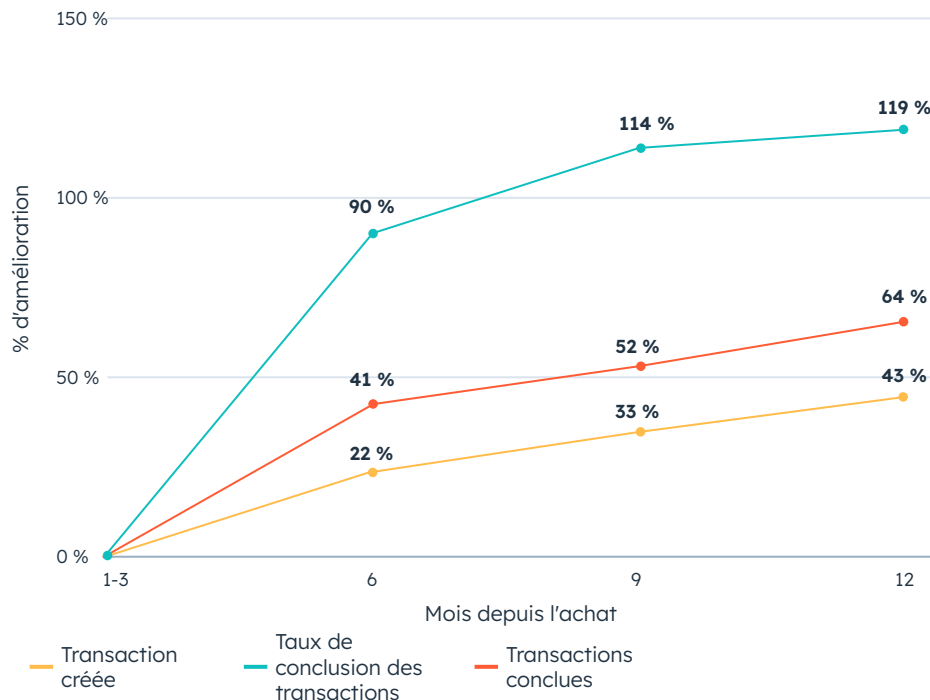
↑ **119 %**

d'augmentation du taux de conclusion³

↑ **13 %**

d'augmentation du chiffre d'affaires⁴

Transactions depuis l'achat



¹ Basé sur le nombre de transactions créées mensuellement par les clients possédant le Marketing Hub et le Sales Hub depuis au moins 12 mois (n=31 301) ; comparaison 12 mois après l'achat avec les clients possédant uniquement le Marketing Hub (n=12 031).

² Basé sur le nombre d'affaires conclues mensuellement par les clients possédant le Marketing Hub et le Sales Hub pendant au moins 12 mois (n=30 755) ; comparaison 12 mois après l'achat avec les clients possédant le Sales Hub uniquement (n=16 000).

³ Basé sur le taux de conclusion mensuel pour les clients qui possédant le Marketing Hub pendant au moins 12 mois (n=30 837).

⁴ [Rapport d'impact sur les revenus par Beall Research pour le compte de HubSpot](#)

La plateforme client de HubSpot

Marketing Hub

Sales Hub

Service Hub

Avec la plateforme HubSpot, les équipes de marketing, de vente et de service de nos clients sont connectées grâce à une vue complète du parcours du client, afin qu'elles puissent offrir une expérience client sans friction qui génère des résultats pour l'entreprise.

Après 1 an, les clients constatent...

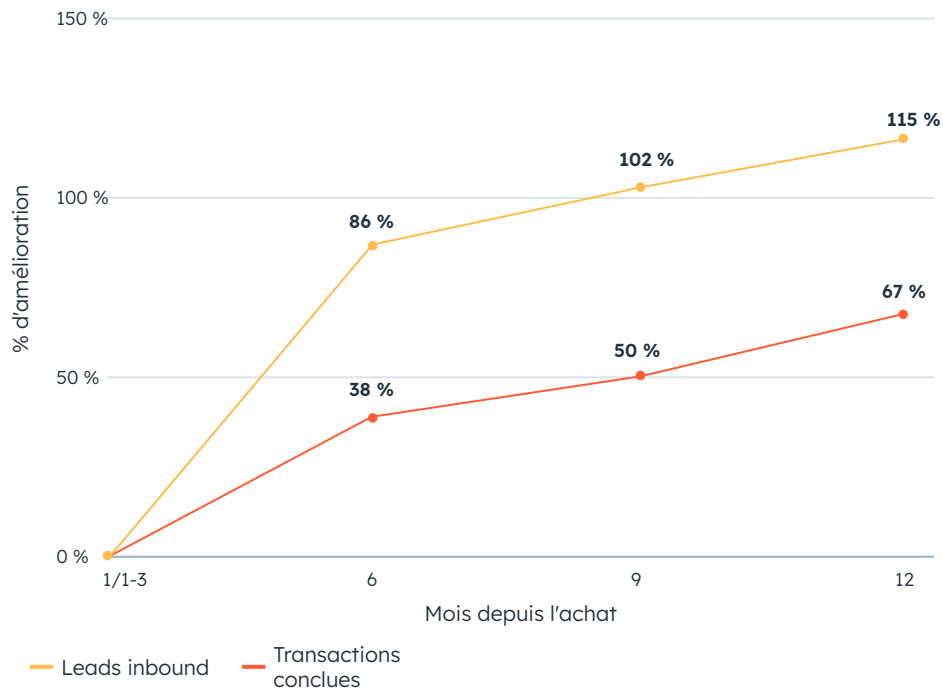
↑ **115 %**

plus de leads inbound
(soit une augmentation de 8 % supérieure à celle obtenue avec le Marketing Hub seul)¹

↑ **67 %**

plus de transactions conclues
(augmentation de 79 % plus importante qu'avec le Sales Hub seul)²

Leads et transactions depuis l'achat



¹ Basé sur le nombre de soumissions de formulaires mensuels pour les clients possédant le Marketing Hub, le Sales Hub et le Service Hub depuis au moins 12 mois (n=20 015) ; comparaison 12 mois après l'achat avec les clients possédant uniquement le Marketing Hub (n=20 281).

² Basé sur le nombre de transactions conclues mensuellement pour les clients possédant le Marketing Hub, le Sales Hub et le Service Hub pendant au moins 12 mois (n=18 699) ; comparaison 12 mois après l'achat avec les clients possédant uniquement le Sales Hub (n=15 263).

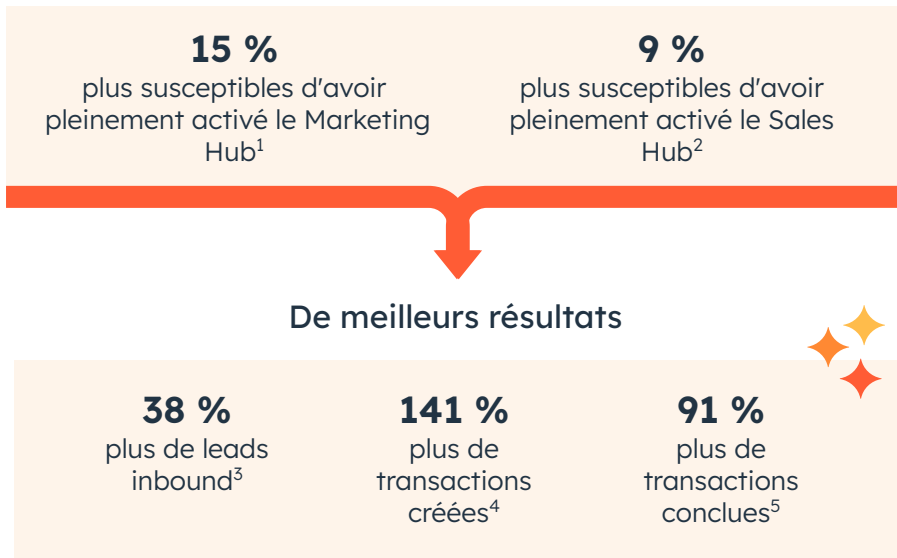
La plateforme client de HubSpot

Partenaires solutions

Les partenaires solutions aident les clients de HubSpot à atteindre leur plein potentiel avec un soutien dans le marketing, la mise en œuvre du CRM, l'aide à la vente, le développement de sites web, et bien plus encore.

Les clients qui travaillent avec des partenaires solutions constatent...

Une plus grande utilisation des produits



¹ Basé sur le pourcentage de clients travaillant avec un partenaire solutions (n=23 996) qui ont entièrement activé le Marketing Hub 6 mois après l'achat, comparé au pourcentage de ceux qui ne sont pas associés à un partenaire (n=66 736).

² Basé sur le pourcentage de clients travaillant avec un partenaire solutions (n=18 086) qui ont entièrement activé le Sales Hub 6 mois après l'achat, comparé au pourcentage de ceux qui ne sont pas associés à un partenaire (n=67 235).

³ Basé sur le nombre de soumissions de formulaires pour les clients Marketing Hub Pro et Entreprise travaillant avec un partenaire solutions (n=11 750) par rapport à ceux qui ne sont pas associés à un partenaire (n=13 146).

⁴ Basé sur le nombre de transactions créées pour les clients Sales Hub Pro et Entreprise travaillant avec un partenaire solutions (n=9 743) par rapport à ceux qui ne sont pas associés à un partenaire (n=17 600).

⁵ Basé sur le nombre de transactions conclues pour les clients Sales Hub Pro et Entreprise travaillant avec un partenaire (n=9 252) par rapport à ceux qui ne sont pas associés à un partenaire (n=10 653).

La plateforme client de HubSpot

Études de cas

Marketing Hub

Sales Hub



Checkwriters augmente son chiffre d'affaires de 20 % en passant de Salesforce à HubSpot

[Voir l'étude de cas →](#)

Plate-forme complète



Liquidity Services réduit ses coûts de 50 % en consolidant ses activités sur HubSpot

[Voir l'étude de cas →](#)

Partenaire



Niswey accélère la croissance de son agence en tant que partenaire HubSpot

[Voir l'étude de cas →](#)

Conclusion

HubSpot a pour mission d'**aider des millions d'organisations à réussir leur croissance** en permettant une connexion plus profonde avec les clients.

Comme le montre ce rapport, en tirant parti des produits et des fonctionnalités de HubSpot, les clients de HubSpot génèrent de la croissance sur les indicateurs qui leur importent le plus.

Vous voulez en savoir plus sur la façon dont HubSpot peut transformer votre entreprise ?

[Contacter notre équipe de vente](#)

Vous pouvez également consulter ces outils gratuits :

[Calculateur de ROI HubSpot](#)

[Growth Grader](#)

[Calculateur du coût global d'utilisation HubSpot](#)

Annexe



Méthodologie des données

1. Comment HubSpot collecte-t-il les données clients utilisées dans ce rapport ?

Nous obtenons des données sur les clients en collectant des informations auprès des clients qui interagissent avec nous par le biais de nos sites web ou qui utilisent les services d'abonnement de HubSpot. Les détails de ce que nous collectons, la manière dont nous utilisons les informations, la manière dont nous les partageons et la manière dont les clients peuvent gérer leurs données sont tous décrits dans notre [politique de confidentialité](#).

Nos données sur l'expérience client proviennent de l'agrégation d'informations provenant de milliers de clients de HubSpot. Pour les tailles d'échantillon spécifiques et les détails concernant les critères utilisés pour inclure les clients dans chaque graphique ou statistique, veuillez vous référer à la description du graphique ou à la note de bas de page de la statistique correspondante.

2. Quels types de données sur les clients sont inclus dans ce rapport ?

Les données présentées dans ce rapport peuvent être classées en trois catégories :

- a. Données personnelles : il s'agit des informations définies dans l'[Accord sur le traitement des données de HubSpot](#). Nous collectons des données lorsque les clients remplissent des formulaires web, interagissent avec nos sites web, s'abonnent à un blog HubSpot, s'inscrivent à un webinaire, demandent du support, créent ou modifient des informations utilisateur, définissent des préférences ou fournissent toute autre information pertinente pour accéder à notre service d'abonnement ou l'utiliser.
- b. Données d'utilisation : il s'agit d'indicateurs et d'informations sur la manière dont les clients utilisent le service d'abonnement. Elles englobent des détails tels que les fonctionnalités de produits les plus fréquemment utilisées, la création et la conclusion d'objets (par exemple, les transactions) et la fréquence de déclenchement de certaines fonctionnalités (par exemple, les workflows) dans leur compte.
- c. Données de recherche : il s'agit des clients qui ont donné leur consentement et participé à une étude de marché réalisée ou demandée par HubSpot. Dans ces études, les données ont été collectées en posant aux clients utilisant le produit des questions relatives aux performances de leur entreprise, telles que le temps gagné, la croissance du chiffre d'affaires et d'autres paramètres pertinents.

3. Où puis-je en savoir plus sur les données utilisées dans ce rapport ?

Pour plus d'informations sur les données utilisées dans ce rapport, veuillez consulter la page consacrée aux [données d'expérience client HubSpot](#). Sur cette page, vous trouverez des questions fréquemment posées qui peuvent vous aider à mieux comprendre comment la performance est calculée, comment la précision est maintenue et comment les mesures sont définies.



Marketing Hub

Leads inbound par secteur d'activité, région et taille de l'entreprise

Basé sur le volume mensuel total des soumissions de formulaires 12 mois après l'achat pour les clients ayant possédé le Marketing Hub pendant au moins 12 mois entre janvier 2019 et septembre 2023.

Secteur d'activité	Augmentation du nombre de leads inbound	Taille de l'échantillon
Construction	133 %	555
Services d'éducation et de santé	248 %	1 686
Activités financières	228 %	1 694
Industries de l'édition (y compris les logiciels)	170 %	3 463
Loisirs et hospitalité	186 %	548
Industrie manufacturière	113 %	1 966
Autres services et administration publique	194 %	879
Services professionnels et commerciaux	147 %	5 938
Commerce, transports et services publics	138 %	1 446
Médias et télécommunications	142 %	850
Région	Augmentation du nombre de leads inbound	Taille de l'échantillon
EMEA	115 %	17 735
Amérique du Nord	146 %	24 474
Océanie	121 %	3 203
Asie	88 %	3 893
Amérique latine et Caraïbes	196 %	3 110
Taille de l'entreprise (nombre d'employés)	Augmentation du nombre de leads inbound	Taille de l'échantillon
0-5	44 %	8 448
6-10	82 %	17 235
11-25	102 %	6 405
26-50	132 %	7 800
51-200	165 %	6 986
201 et +	261 %	5 352



Sales Hub

Transactions conclues par
secteur d'activité, région et
taille de l'entreprise

Basé sur l'augmentation du nombre de transactions conclues 12 mois après l'achat pour les clients ayant possédé le Sales Hub pendant au moins 12 mois entre janvier 2019 et septembre 2023.

Secteur d'activité	Augmentation du nombre de transactions conclues	Taille de l'échantillon
Construction	51 %	579
Services d'éducation et de santé	74 %	1 151
Activités financières	79 %	1 335
Industries de l'édition (y compris les logiciels)	38 %	3 123
Loisirs et hospitalité	99 %	453
Industrie manufacturière	37 %	1 519
Autres services et administration publique	100 %	560
Services professionnels et commerciaux	52 %	4 803
Commerce, transports et services publics	44 %	1 284
Médias et télécommunications	47 %	649
Région	Augmentation du nombre de transactions conclues	Taille de l'échantillon
EMEA	53 %	15 868
Amérique du Nord	51 %	21 364
Océanie	76 %	3 033
Asie	42 %	3 013
Amérique latine et Caraïbes	75 %	3 140
Taille de l'entreprise (nombre d'employés)	Augmentation du nombre de transactions conclues	Taille de l'échantillon
0-5	37 %	7 642
6-10	43 %	16 599
11-25	45 %	6 213
26-50	58 %	7 024
51-200	59 %	5 682
201 et +	69 %	3 291



Service Hub

Taux de fermeture des tickets par secteur d'activité, région et taille de l'entreprise

Basé sur le taux de fermeture des tickets (nombre de tickets marqués fermés divisé par le nombre de tickets total) 12 mois après l'achat pour les clients ayant possédé le Service Hub pendant au moins 12 mois entre janvier 2019 et septembre 2023.

Secteur d'activité	Augmentation du taux de fermeture des tickets	Taille de l'échantillon
Services d'éducation et de santé	15 %	351
Activités financières	61 %	296
Information, médias et technologie	23 %	1 080
Loisirs et hospitalité	34 %	142
Industrie manufacturière	35 %	408
Autres services et administration publique	26 %	181
Services professionnels et commerciaux	26 %	981
Commerce, transports et services publics	17 %	415
Région	Augmentation du taux de fermeture des tickets	Taille de l'échantillon
EMEA	36 %	4 225
Amérique du Nord	28 %	4 744
Océanie	31 %	777
Asie	22 %	730
Amérique latine et Caraïbes	22 %	872
Taille de l'entreprise (nombre d'employés)	Augmentation du taux de fermeture des tickets	Taille de l'échantillon
0-5	27 %	1 808
6-10	28 %	4 045
11-25	40 %	1 595
26-50	30 %	1 757
51-200	21 %	1 367
201 et +	15 %	851