



HubSpot presenta en INBOUND 2021 una plataforma CRM más personalizable, más conectada y más centrada en el cliente

- *La personalización avanzada, la administración, los informes y mucho más están ahora disponibles en toda la plataforma HubSpot.*

CAMBRIDGE, MA - 14 de octubre de 2021 - [HubSpot](#), la plataforma líder en Customer Relationship Management (CRM) para las empresas en crecimiento, anunció en INBOUND 2021 [nuevas funciones y actualizaciones de nivel empresarial](#) para ayudar a las empresas a alinear mejor sus datos, canales y equipos y adaptarse fácilmente a cada fase de crecimiento.

Entre las recientes mejoras de HubSpot se introduce la personalización y controles más avanzados para los clientes, incluyendo la capacidad de mejorar informes y un nuevo nivel empresarial de su producto "Operations Hub". La compañía también ha introducido nuevas características que mejoran la experiencia del cliente, como **Pagos de HubSpot** —la cual estará disponible sólo en Estados Unidos pero próximamente a nivel global—, encuestas personalizadas y portales de clientes.

"Un CRM ya no es sólo una herramienta de ventas, es el corazón de las empresas que escalan. Como tal, una plataforma de CRM debe ser fácil de adoptar, alinear y adaptar, lo suficientemente flexible como para unir a los equipos y desenfrenar los conocimientos de los clientes, lo que permite a las empresas crecer más, más rápido y más fuerte, sin importar los desafíos que puedan surgir", dijo **Yamini Rangan, CEO de HubSpot**. *"Eso no se puede lograr con una plataforma de CRM que se improvisa a través de la adquisición. En HubSpot, hemos invertido en la elaboración de nuestra plataforma CRM de forma interna para permitir la personalización sin complejidad. Estas actualizaciones garantizan que cada cliente pueda personalizar el uso de la plataforma de HubSpot de forma que permita a su equipo prosperar."*

Una plataforma CRM más conectada

A principios del 2021, HubSpot avanzó en la oferta de una plataforma de CRM más profundamente conectada con el lanzamiento de [Operations Hub Free, Starter y Professional](#), una nueva oferta para los equipos de operaciones de ingresos que conecta y limpia los datos de una empresa para que el negocio pueda mantenerse alineado y eficiente a medida que escala.

La elaboración de informes sigue siendo un punto conflictivo para muchos equipos de operaciones que buscan obtener una visión completa del cliente, por lo que HubSpot está ampliando su oferta con **Operations Hub Enterprise**, que llegará al mercado global a partir del 1 de noviembre, sin embargo, el resto de las funciones ya se encuentran disponibles en el catálogo de HubSpot.

Este nuevo producto permitirá al sistema de registro unificado llegar al siguiente nivel con una nueva función de inteligencia empresarial llamada conjuntos de datos. Los conjuntos de datos permitirán a los analistas y a los equipos de operaciones recopilar colecciones de datos —incluyendo cálculos y campos preseleccionados— para que los usuarios posteriores elaboren informes, lo que permitirá la elaboración de informes más conectados y coherentes.

Operations Hub Enterprise también proporcionará una experiencia más conectada a los equipos que buscan mantener su solución de inteligencia empresarial existente con **Snowflake Data Share**:



una nueva función que proporciona una forma rápida, automatizada y lista para conectar los datos de HubSpot con el almacén de datos líder del sector. Esta función estará disponible únicamente en Estados Unidos y se espera el anuncio mundial en los próximos meses.

Además de Operations Hub, HubSpot también ha anunciado el lanzamiento de la API de eventos de comportamiento personalizados, que permite a los clientes de **Marketing Hub Enterprise** rastrear e informar sobre datos de comportamiento clave, independientemente de si esos datos provienen de HubSpot o de otra aplicación de terceros.

Una plataforma CRM más personalizable

Para la mayoría de las ofertas de software, añadir personalización puede a menudo inyectar complejidad. Las nuevas características de personalización de **HubSpot** adoptan un enfoque diferente al basarse en las características existentes de la empresa, manteniendo la interfaz de usuario y la experiencia consistente mientras se añaden nuevas y potentes capacidades.

La plataforma HubSpot se ha ampliado para permitir a los administradores de cuentas un control más granular sobre su instancia de HubSpot para asegurarse de que su CRM refleja mejor la forma en que funciona su negocio. Con las mejoras de asociación (ahora en beta pública), HubSpot ofrece a los clientes la flexibilidad de asociar varias empresas a un solo contacto, asociar varias empresas a un solo acuerdo, entre otros, para que los administradores de cuentas puedan mantenerse efectivamente al día con modelos de negocio más complejos que cambian y evolucionan con el tiempo.

Con las unidades de negocio, los clientes de Marketing Hub Enterprise pueden gestionar varias marcas para garantizar una experiencia más coherente y específica para sus audiencias. El nuevo complemento permite a los clientes realizar campañas de venta cruzada y de aumento de ventas para llegar a todos los segmentos de su audiencia, hacer un seguimiento de las interacciones de los contactos y de las preferencias de comunicación con cada marca, y elaborar informes sobre el rendimiento tanto en toda la empresa como en marcas específicas.

Además, la gestión de los usuarios nunca ha sido tan fácil con las nuevas funciones de gobernanza a nivel empresarial, como los conjuntos de permisos, la suplantación de usuarios, el registro de auditorías, la gestión de firmas y mucho más. Estas actualizaciones ya se encuentran disponibles dentro del catálogo de HubSpot.

HubSpot también ha anunciado un nuevo **Entorno de Pruebas**, disponible para todos los clientes Enterprise, que permite a los administradores de cuentas y a los desarrolladores probar, experimentar e iterar antes de desplegar los cambios a la organización o a la base de clientes más amplia. Estas nuevas características ahorran un tiempo precioso al aliviar la necesidad de que los clientes creen cuentas de prueba separadas y copien sus configuraciones y definiciones. Aunque este lanzamiento será solo para Estados Unidos, se esperan novedades a nivel global próximamente.

"Los **Entornos de Prueba** han sido transformadores para nuestro uso diario de HubSpot", dijo João Dobbin, gerente de habilitación de negocios de RockContent. *"Hemos podido probar más integraciones como Stripe, algunas reglas diferentes de enrutamiento de clientes potenciales, el enriquecimiento de Clearbit y otros despliegues que eran clave para nosotros en el entorno del sandbox, sin afectar a nuestra cuenta de producción."*



Una plataforma CRM más centrada en el cliente

En el último año, las expectativas de los compradores han cambiado drásticamente, ya que las empresas de todo el mundo han tenido que adaptarse a hacer negocios en línea. Ser capaz de crear una experiencia digital notable es esencial para cualquier empresa que busque diferenciarse de la competencia y retener a sus clientes.

Para ayudar a las empresas a adaptarse a este cambio, HubSpot ha invertido en nuevas capacidades para ayudar a las empresas a mejorar la experiencia del cliente. La primera de estas mejoras está en sus productos de **Service Hub**, que ya se encuentran disponibles, e incluyen encuestas personalizadas y un nuevo portal de clientes, ahora en beta pública. Conectado a una bandeja de entrada compartida, el nuevo portal de clientes mantiene las conversaciones sobre los tickets entre los clientes y los representantes, ofrece acceso a la base de conocimientos de la empresa y puede personalizarse para crear una experiencia óptima para el cliente. La nueva funcionalidad de encuestas personalizadas también permite a los clientes obtener la información exacta que desean, utilizando una amplia gama de tipos de preguntas y respuestas ilimitadas.

Pagos de HubSpot será la nueva opción de pago nativa de la compañía, también está construida para mejorar la experiencia del cliente. Esta herramienta permite a las empresas eliminar la fricción del proceso de compra, permitiendo a sus clientes pagar sin problemas y de forma segura. Con ella, las empresas pueden comenzar fácilmente a vender en línea con enlaces de pago, y aceptar el pago a través de las herramientas de cotización de HubSpot, permitiendo el cobro sin contacto de pagos únicos y recurrentes a través de una variedad de canales. Además, ofrece un moderno proceso de pago desde dentro del CRM, lo que permite a las empresas acelerar el crecimiento de los ingresos y crear una experiencia de compra extraordinaria.

Para ayudar a los clientes a ponerse en marcha, HubSpot también está renunciando a las tarifas de los primeros 50.000 dólares de transacciones ACH procesadas a través de *esta opción* cada mes. **Pagos de HubSpot** está actualmente en versión beta pero por el momento, estará disponible sólo para clientes de Estados Unidos, pero para más información consulta [aquí](#).

"Cada una de estas características ha sido elaborada con un objetivo específico", dijo Lou Orfanos, GM y VP de Sales Hub. "HubSpot ha visto cómo los CRM se han vuelto más complejos y rígidos, lo que sólo ralentiza a los equipos y resta rendimiento. Al construir productos con los objetivos claros de la personalización, la conexión y un enfoque centrado en el cliente, hemos sido capaces de ofrecer potentes características que se pueden formar para adaptarse a cualquier negocio."

Puede encontrar más información sobre estas funciones, así como sobre otras herramientas que HubSpot tiene previstas, en www.hubspot.com/new.