



Le moment de la réinvention est arrivé : nouveau Service Hub et plus de 100 nouveautés et mises à jour produits présentés avec Spotlight

Découvrez les nouveaux logiciels Service Hub et Content Hub, des mises à jour majeures apportées au Commerce Hub, de nouvelles fonctionnalités HubSpot AI et plus de 100 mises à jour produits pour aider les entreprises à se réinventer.

Les produits accompagnés du symbole  sont optimisés par HubSpot AI.

Paris, France - 24 avril 2024 - Entre les crises économiques et l'arrivée de nouveaux réseaux sociaux, les entreprises doivent suivre l'air du temps et s'adapter en permanence. Mais l'avènement de l'IA ouvre également de nouvelles opportunités. Face à une nouvelle réalité, les entreprises doivent faire bien plus que s'adapter, elles doivent se réinventer.

HubSpot aide les entreprises à se projeter dans l'avenir avec une plateforme client et des produits qui transforment les équipes clients et stimulent la croissance. Et pour les accompagner encore mieux, HubSpot lance [Spotlight](#), un événement semestriel conçu pour mettre en avant toutes les dernières innovations de l'entreprise en faveur des entreprises.

« Les équipes marketing, commerciales et de service client sont en train de vivre un bouleversement majeur avec l'évolution des technologies et des attentes des clients. Si ces équipes ne disposent pas des bons outils pour interagir avec leurs clients, leur entreprise ne se développera pas », explique Andy Pitre, vice-président exécutif de la division Produits à HubSpot. « Aujourd'hui, des innovations autrefois développées sur des années peuvent l'être en quelques jours seulement. Si cela constitue une opportunité de taille pour les entreprises, suivre le rythme effréné de ces innovations peut également être un véritable défi. C'est pourquoi HubSpot lance Spotlight, un événement pensé comme une vitrine de toutes les innovations développées par HubSpot dont les clients peuvent tirer parti pour se réinventer. »

Le tout nouveau Service Hub transforme l'expérience client pour la génération de revenus

L'expérience client doit être repensée. Après l'achat, la plupart des clients n'ont plus de contact avec l'entreprise jusqu'à ce qu'ils rencontrent un problème. Cette approche réactive ne fonctionne pas, et les entreprises doivent vraiment se concentrer sur la satisfaction de leurs clients existants, puisqu'il est avéré que l'acquisition d'un nouveau client peut leur

coûter jusqu'à 25 fois plus cher.* C'est l'une des nombreuses raisons pour lesquelles les équipes d'accompagnement et de support client jouent un rôle essentiel sur les résultats d'une entreprise. Alors pourquoi le secteur a-t-il connu si peu d'innovation ?


Les solutions HubSpot ne sont pas seulement centrées sur l'expérience client. Elles ont été conçues pour connecter le service client avec le marketing et les ventes, et ainsi le faire passer de centre de coûts à générateur de revenus. Le tout nouveau Service Hub, optimisé par HubSpot AI, est l'unique solution qui rassemble pour la première fois le support client et l'accompagnement client, permettant aux leaders de l'expérience client d'offrir un support à grande échelle tout en favorisant la rétention.




Pour permettre un support à grande échelle, le Service Hub inclut désormais : • **Le centre de support** : un espace de travail conçu pour optimiser la productivité des agents, qui bénéficient d'un aperçu complet des éléments les plus importants pour l'expérience client, des mises à jour des tickets en temps réel aux conversations omnicanales, ainsi que des possibilités d'organisation, de recherche et de filtrage pour améliorer la découverte.

- Des outils pour assurer un support d'exception :
 - **Des accords de niveau de service avancés** pour des rapports et des opérations plus efficaces et plus complexes.
 - **Des outils de transfert robustes** pour assurer que les tickets sont assignés au bon agent, au bon moment.
 - **Des outils de gestion des effectifs** sous forme de paramètres et d'API pour définir la disponibilité, les horaires de travail et les compétences des utilisateurs.

Pour favoriser la rétention des clients, le Service Hub inclut désormais :

- **Un espace de travail pour les équipes d'accompagnement client** : pour la première fois, les équipes d'accompagnement client disposent d'un espace dédié dans HubSpot, disponible en version bêta. Les Customer Success Managers peuvent gérer l'ensemble de leurs comptes dans un espace centralisé et disposer de données exploitables et d'une segmentation personnalisée. Cet espace inclut :
 - **L'activité des comptes et pipelines** spécifiques pour le portefeuille de chaque CSM afin d'accéder facilement aux informations les plus importantes.
 - **Le score d'activité client** pour identifier les risques de perte de clients, prioriser les contacts avec lesquels communiquer et répondre aux besoins des clients de façon proactive.
 - **Des intégrations d'analyse de l'utilisation du produit** à l'aide d'[applications essentielles](#) comme Pendo, Amplitude, Segment, ou l'API d'événements personnalisés de HubSpot.

Le Service Hub propose plus d'une douzaine d'outils optimisés par l'IA, y compris : • **Un chatbot basé sur la technologie GPT**  pour un support continu qui permet aux agents de se concentrer sur les questions les plus complexes.

- **Des réponses recommandées par l'IA en temps réel**  et des **résumés de conversations**  pour accélérer les délais de résolution, y compris le support multilingue .

- **Des recommandations d'étapes à suivre** ♦ pour aider à la prise de décision après les appels clients.

« Le Service Hub a permis à nos agents d'être opérationnels très rapidement, grâce à une vue complète du parcours client, explique Jennifer Cummings, Directrice de l'engagement client à Kaplan. Depuis que nous avons rassemblé nos équipes marketing, ventes et de service client sur HubSpot, nos équipes dirigeantes disposent d'une visibilité complète sur l'ensemble des opérations et n'ont plus à se poser de questions : ils savent que nos clients obtiennent rapidement ce dont ils ont besoin. »

Pour en savoir plus sur le Service Hub, rendez-vous sur la [page de présentation du produit](#). Une fois encore, HubSpot réinvente le marketing de contenu avec le

Content Hub

Aujourd'hui, les clients sont présents partout. Leur parcours d'achat est fragmenté sur un nombre toujours croissant de canaux, et les marketeurs font désormais face à deux défis majeurs : la portée et la pertinence. Et si le marketing continue d'être le moteur principal du ROI des entreprises de B2B, la barre est toujours plus haute pour les équipes qui doivent communiquer de façon efficace avec les clients où qu'ils se trouvent, en proposant du contenu de qualité qui reflète l'image de leur marque tout en apportant une valeur ajoutée. Des exigences auxquelles plus de la moitié des marketeurs de contenu peinent à répondre.*** En moyenne, ils doivent produire cinq types de contenu différents, souvent sur cinq outils différents.**

Lorsque HubSpot a inventé la méthodologie inbound marketing, les marketeurs ont découvert une meilleure façon de réussir leur croissance. Aujourd'hui, HubSpot vient une nouvelle fois leur proposer une solution conçue pour relever leurs défis actuels. Le Content Hub est une solution de marketing de contenu tout-en-un, optimisée par HubSpot AI, pour créer et gérer du contenu tout au long du parcours client.

Le Content Hub inclut les outils suivants :

- **L'outil Création de contenu IA** ♦ facilite la création de contenu multilingue de qualité, de la génération d'idées à la rédaction d'articles de blog en passant par la création d'images.
- **L'outil Réutilisation de contenu IA** ♦ permet de créer facilement un pipeline complet de contenu basé sur une ressource unique. 65 % des marketeurs confirment que ce type d'outil est exactement ce dont ils ont besoin.**
- **L'outil Ton de voix** ♦ aide à définir et à générer du contenu dont le ton est cohérent à travers l'ensemble des supports, qu'il s'agisse d'un article de blog, d'un post sur les réseaux sociaux ou d'un e-mail.
- **Des outils audio** permettent d'héberger ou de distribuer des **podcasts** ♦ et la **narration d'articles de blog** ♦ aide à transformer du texte en audio et ainsi à améliorer l'accessibilité du contenu.
- **Les articles de blog réservés aux abonnés** et la **bibliothèque de contenu accessible via l'envoi d'un formulaire** aident à gérer du contenu, à proposer

du contenu premium et à facilement capturer des leads.

Pour en savoir plus sur le Content Hub, rendez-vous sur la [page de présentation du produit](#).

Le Commerce Hub devient disponible à l'international grâce au partenariat de HubSpot avec Stripe

L'expérience de paiement B2B est actuellement cloisonnée, ce qui rend la conversion, l'un des aspects les plus importants pour qu'une entreprise se développe, bien plus difficile qu'elle ne devrait l'être. Le Commerce Hub unifie l'expérience de paiement avec le reste des équipes de mise sur le marché, afin que les clients B2B puissent acheter leurs produits quand et comme ils le souhaitent.

Aujourd'hui, HubSpot propose aux entreprises une expérience de paiement unifiée en rendant le Commerce Hub accessible aux utilisateurs gratuits, ainsi qu'aux utilisateurs internationaux en partenariat avec Stripe, pour offrir à davantage d'entreprises des moyens de paiements locaux et le paiement dans plusieurs devises. Les clients de HubSpot peuvent utiliser l'outil [Financial Connections](#) de Stripe pour proposer des paiements à l'aide de compte bancaires, et Payment Element, un composant de la suite d'outils de paiements optimisée, qui permet aux clients d'afficher les méthodes de paiement les plus pertinentes en fonction de différents facteurs tels que le type d'appareil, l'emplacement géographique ou encore la langue.

Le Commerce Hub inclut :

- Des outils améliorés pour gérer les **factures**, les **abonnements** et les **échelonnements de paiement**.
- Des **méthodes de paiement locales** pour une plus grande flexibilité, avec le paiement par carte ou virement bancaire.
- Une nouvelle intégration **Quickbooks** qui prend en charge la synchronisation bi-directionnelle pour les factures et les paiements afin d'offrir davantage d'options aux équipes chargées des finances et de la comptabilité.
- Une nouvelle **API pour les paiements, les factures et les abonnements** pour rendre le Commerce Hub encore plus puissant.

Pour en savoir plus sur le Commerce Hub, rendez-vous sur la [page de présentation du produit](#).

Pour en savoir plus sur ces lancements et sur la centaine de mises à jour réalisées à l'échelle de la plateforme client de HubSpot, rendez-vous sur hubspot.fr/spotlight.

*[Harvard Business Review](#)

**Recherche propriétaire de HubSpot sur les outils de marketing de contenu

***[MarketingProfs](#)

À propos de HubSpot

HubSpot est la plateforme client qui aide les entreprises à réussir leur croissance. HubSpot permet aux équipes de renforcer leurs connexions avec les clients en proposant une plateforme unifiée optimisée par l'IA qui inclut des logiciels d'engagement client, un CRM intelligent, un écosystème connecté fort de plus de 1 500 intégrations au sein de sa [marketplace d'applications](#), une communauté dynamique, ainsi que des formations et ressources pédagogiques avec [HubSpot](#)

[Academy](#). Aujourd'hui, plus de 205 000 clients tels que DoorDash, Reddit, Eventbrite et Tumblr, répartis dans plus de 135 pays, utilisent HubSpot pour attirer les clients, interagir avec eux et les fidéliser. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.hubspot.fr

HubSpot a été récompensé pour sa culture par les sociétés Glassdoor, Great Place to Work, Comparably, Fortune, ou encore Entrepreneur, Inc. HubSpot a été fondé en 2006 et son siège se situe à Cambridge dans le Massachusetts. Les milliers d'employés de HubSpot travaillent dans le monde entier dans les bureaux de l'entreprise et à distance.

Contact presse

AxiCom pour HubSpot

hubspotPR.france@axicom.com