

The Ultimate HubSpot Marketing & Sales Guide for B2B entrepreneurs

Skalieren mit HubSpot
ohne 6-stellige Fehler



Manuel Hartmann

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 1: Status Quo zwischen Tool-Zoo und Excel-Hölle

Fallstudie: Der Fall „TechWerk GmbH“

Der Tool-Zoo – ein typisches B2B-Symptom

Warum der Status quo gefährlich ist

Kapitel 2: Warum HubSpot die ideale Lösung für B2B

Software-Unternehmen mit 10–200 MA ist

Vergleich: Salesforce, Pipedrive & Co

HubSpot als modulare Plattform

Technologischer Vorteil: Alles in einem System

Integrationen & Erweiterbarkeit

Praxisbeispiel: Von Tool-Chaos zu Effizienz

Bonus: Mobile App & Reporting in Echtzeit

Kapitel 3: 50 % weniger Zeitaufwand durch Automatisierung

Kapitel 4: CRM-Implementierung in 5 Wochen

Phase 1: Zieldefinition & Team-Alignment (Woche 1)

Phase 2: Prozessanalyse & CRM-Mapping (Woche 2)

Phase 3: Datenmigration & Bereinigung (Woche 3)

Phase 4: Automatisierung & Konfiguration (Woche 4)

Phase 5: Schulung, Testing & Go-Live (Woche 5)

Tipps für nachhaltige Einführung

Beispiel aus der Praxis

Kapitel 5: „Single Source of Truth“ – Zentrale Informationsstruktur

Was du brauchst:

Beispiele für integrierte HubSpot-Funktionen (statt externer Tools):

Taktiken zur Umsetzung:

Praxisbeispiel:

Kapitel 6: +50 % mehr Vertriebszeit für echte Verkaufsaktivitäten

Kapitel 7: Datenbasiert entscheiden – statt aus dem Bauch heraus

Warum Reporting für B2B Software-Unternehmen entscheidend ist

5 wichtige Reporting-Bausteine in HubSpot

Automatisierung & Alerts

Praxisbeispiel: Vom Blindflug zum Steuerpult

Was du sofort umsetzen kannst

Kapitel 8: Automatisierung als Hebel für Effizienz und Wachstum

Warum Automatisierung der Schlüssel für kapitaleffizientes Wachstum ist

Praxis-Workflows, die Zeit & Geld sparen

Automatisierung ersetzt manuelles

Mikromanagement

Kombinierte Scoring-Modelle als Automationsbasis

Blueprint für kapitaleffiziente Automatisierung
Top Workflows laut SalesPlaybook:

Kapitel 9: Erfolgsgeschichten aus der DACH-Region

Case Study A: Von Excel zur skalierbaren
Vertriebsarchitektur

Case Study B: HealthTech-Startup beschleunigt mit
SPICED

Case Study C: Maschinenbau skaliert ohne
IT-Abteilung

Case Study D: SaaS-Unternehmen ersetzt 7 Tools
durch

HubSpot

Erkenntnisse aus den Projekten

Kapitel 10: Häufige Fehler und wie man sie vermeidet

Die 20 häufigsten HubSpot-Fehler – inklusive
potenzieller

Kosten und konkreter Handlungsempfehlung

Was bleibt: Eine kompakte Zusammenfassung

Für schnell wachsende B2B Software-Unternehmer:innen mit 10-200 Vollzeitstellen, die Marketing & Sales schnell & effizient ohne 6-stellige Fehler skalieren wollen, indem sie qualifizierte Pipelines generieren & größere Deals schneller abschliessen.

Status Quo zwischen Tool-Zoo und Excel-Hölle

Viele B2B-Software-Unternehmen befinden sich in einem Zustand operativer Überlastung. Zwischen Tool-Zoo, ineffizientem Datenhandling und ständigem „Firefighting“ im Vertrieb geht die strategische Skalierbarkeit verloren. Dieses E-Book zeigt, wie HubSpot als zentrales CRM-System helfen kann, Prozesse zu automatisieren, die Vertriebszeit zu maximieren und klare Entscheidungsgrundlagen zu schaffen – ohne laufend mehr Mitarbeitende einstellen zu müssen.

Die Realität: In vielen B2B Software-Unternehmen existieren Sales-Prozesse nur im Kopf einzelner Teammitglieder. CRM-Systeme sind nicht einheitlich genutzt oder bestehen aus isolierten Tools, die nicht integriert sind. Die Folgen:

- Unstrukturierte Datenhaltung
- Hoher Zeitverlust durch manuelle Pflege
- Keine zentrale Sicht auf Kundenbeziehungen

Insider Insight: Studien zeigen, dass nur 27 % der Zeit eines durchschnittlichen Vertrieblers für echte Verkaufsaktivitäten genutzt wird.

CRM Pain Points:

- „Zu teuer“, „zu komplex“, „niemand nutzt es wirklich“
- Mangelnde UX → geringe Adoption
- Kein klarer ROI

Fallstudie: Der Fall „TechWerk GmbH“

Die TechWerk GmbH, ein IT-Dienstleister mit 18 Mitarbeitenden, nutzte bis 2023 Google Sheets, Trello, ein separates E-Mail-System und ein kostenloses CRM. Vertriebsprozesse verliefen asynchron – Kundendaten wurden mehrfach eingegeben, Follow-ups wurden vergessen und das Management konnte den Sales-Forecast nur über Bauchgefühl einschätzen.

Konkrete Probleme:

- Leads gingen verloren, da es keine zentrale Erfassung gab
- Kampagnen-Erfolge ließen sich nicht bewerten, da keine einheitliche Attribution genutzt wurde
- Das Vertriebsteam investierte über 50 % der Zeit in nicht wertschöpfende Tätigkeiten (z. B. doppelte Dateneingabe, Meetings zur Statusklärung, manuelle Reports)

Zitat der Vertriebsleitung:

„Wir hatten mehr Tools als Leute. Keiner wusste, was eigentlich der aktuelle Stand bei einem Lead war.“

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

Der Tool-Zoo – ein typisches B2B-Symptom

In vielen Unternehmen existieren parallele Systeme für Mails, Meetings, Aufgaben, Vertrieb und Marketing. Diese Systeme wachsen oft historisch, aber nicht strategisch. Es fehlt:

- Eine gemeinsame Datenstruktur
- Eine übergreifende Customer Journey Map
- Ein Ownership-Modell für Leads und Opportunities

Was fehlt, sind Antworten auf einfache Fragen:

- „Wie viele echte Opportunities haben wir aktuell?“
- „Was sind die häufigsten Verlustgründe?“
- „Wie viel Zeit vergeuden wir mit manuellen Aufgaben?“

Warum der Status quo gefährlich ist

Ohne Prozess und Daten ist Wachstum Glückssache. Unternehmen geraten in einen Teufelskreis aus:

- Mehr Aufwand bei stagnierendem Output
- Höherer Personalbedarf bei sinkender Effizienz
- Erhöhtem Frust im Team → steigende Fluktuation

Dieses Kapitel legt den Grundstein für den Wandel: Weg vom „Kreativ-Chaos“ hin zu einem skalierbaren, datenbasierten Vertriebsansatz mit HubSpot als zentraler Plattform.

Vorschau: In den nächsten Kapiteln zeigen wir, wie ein sauberes Setup aussieht, warum Automatisierung der erste Effizienzhebel ist – und wie du Schritt für Schritt raus aus der Tool-Wildnis kommst.

Die Realität: In vielen B2B Software-Unternehmen existieren Sales-Prozesse nur im Kopf einzelner Teammitglieder. CRM-Systeme sind nicht einheitlich genutzt oder bestehen aus isolierten Tools, die nicht integriert sind. Die Folgen:

- Unstrukturierte Datenhaltung
- Hoher Zeitverlust durch manuelle Pflege
- Keine zentrale Sicht auf Kundenbeziehungen

Insider Insight: Studien zeigen, dass nur rund 30% der Arbeitszeit¹ eines durchschnittlichen Vertrieblers für echte Verkaufsaktivitäten genutzt wird

CRM Pain Points:

- „Zu teuer“, „zu komplex“, „niemand nutzt es wirklich“
- Mangelnde UX → geringe Adoption
- Kein klarer ROI

¹ <https://blog.hubspot.com/sales/hubspot-sales-strategy-report>

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

Warum HubSpot die ideale Lösung für B2B Software-Unternehmen mit 10–200 MA ist

In einer Welt voller digitaler Lösungen sticht HubSpot besonders für kleine und mittelständische Unternehmen (B2B Software-Unternehmen) heraus – vor allem, wenn es darum geht, Marketing, Sales und Serviceprozesse zentral zu steuern und skalierbar zu gestalten. Während viele CRM-Systeme mächtig, aber schwer zugänglich sind, bietet HubSpot ein durchdachtes, modulares System mit niedrigem Einstieg und hohem strategischen Mehrwert.

Vergleich: Salesforce, Pipedrive & Co.

- **Salesforce** punktet mit Funktionstiefe, ist aber teuer und in der Einrichtung komplex. Oft braucht es ein ganzes RevOps-Team zur Pflege.
- **Pipedrive** ist ein gutes Einsteiger-CRM für reine Sales-Pipelines, stößt jedoch schnell an Grenzen bei komplexeren Prozessen.
- **HubSpot** bietet eine Kombination aus Benutzerfreundlichkeit, integrierter Marketing- und Sales-Funktionalität sowie Skalierbarkeit – ohne von Beginn an hohe Lizenzkosten zu verursachen.

HubSpot als modulare Plattform

- **Marketing Hub:** Mit dem Marketing Hub lassen sich Kampagnen effizient planen und zentral verwalten – von der Lead-Generierung über Landingpages bis hin zu E-Mail Nurturing und Lead Scoring. UTM-Tracking, Source Attribution und A/B-Testing sind nativ verfügbar.
- **Sales Hub:** Zentrale Steuerung des gesamten Vertriebsprozesses – von der automatisierten Lead-Zuweisung über Meetingbuchungen bis hin zur Deal-Pipeline mit Forecasting und Reporting.
- **Service Hub:** Ticketing-System, Wissensdatenbank, Kundenfeedback-Tools und Chatbots. Ideal, um auch nach dem Kauf einen reibungslosen Service sicherzustellen.
- **CMS Hub:** Website-Builder mit Drag-and-Drop-Funktion, dynamischen Inhalten und Personalisierung. Besonders wertvoll für B2B Software-Unternehmen, die ihre Webpräsenz ohne externe Agentur betreuen möchten.

Technologischer Vorteil: Alles in einem System

Mit HubSpot entfällt das aufwendige Zusammenspiel von Einzeltools. Alles ist miteinander verbunden:

- Automatisierungen greifen über Hubs hinweg
- Kontakte behalten ihre Historie – von Erstkontakt bis Renewal
- Dashboards lassen sich übergreifend gestalten (z. B. MQL zu SQL, SQL zu Won, Service Cases pro Kunde)

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

Integrationen & Erweiterbarkeit

Auch wenn HubSpot eine vollständige Plattform bietet, ist es offen für Schnittstellen. Über 1.500 native Integrationen und Tools wie Zapier, Make oder n8n sorgen dafür, dass auch externe Systeme eingebunden werden können – z. B. Apollo, Slack, Google Ads, LinkedIn oder Pandadoc.

Praxisbeispiel: Von Tool-Chaos zu Effizienz

Ein B2B-Startup im HR-Tech-Bereich nutzte vorher Trello, Mailchimp, Typeform und ein einfaches Sales-Tool. Nach der Einführung von HubSpot:

- Reduktion von 6 Tools auf eine zentrale Plattform
- +43 % höhere Conversion Rate durch bessere Nurturing-Strecken
- 80 % der Standardaufgaben automatisiert (Follow-ups, Terminversand, Deal-Erstellung)

Bonus: Mobile App & Reporting in Echtzeit

Mit der mobilen App behalten Sales-Reps und Führungskräfte auch unterwegs den Überblick. Zudem lassen sich individuelle Dashboards je Rolle erstellen – z. B. für Account Executives, SDRs oder CSMs.

Best Practice: Hybrid-Source-Attribution mit Self-Reported & Software-basiertem Tracking steigert die Conversion um bis zu 25 %.

Fazit: HubSpot ist mehr als ein CRM. Es ist die Betriebsplattform für modernes, digitales Go-to-Market – und bietet gerade B2B Software-Unternehmen eine praxisnahe, bezahlbare Lösung, um Sales & Marketing effizient zu skalieren.

Vergleich:

- Salesforce → stark, aber teuer und komplex
- Pipedrive → günstig, aber eingeschränkt
- HubSpot → intuitiv, modular, sofort nutzbar

Vorteile für B2B Software-Unternehmen:

- Out-of-the-Box-UX für Teams
- Klare Lifecycle-Stages & Lead-Priorisierung
- Integrationen mit Tools wie Apollo, Pandadoc, Slack
- Marketing, Sales & Service auf einer Plattform

Best Practice: Hybrid-Source-Attribution mit Self-Reported & Software-basiertem Tracking steigert Conversion um bis zu 25 %.

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

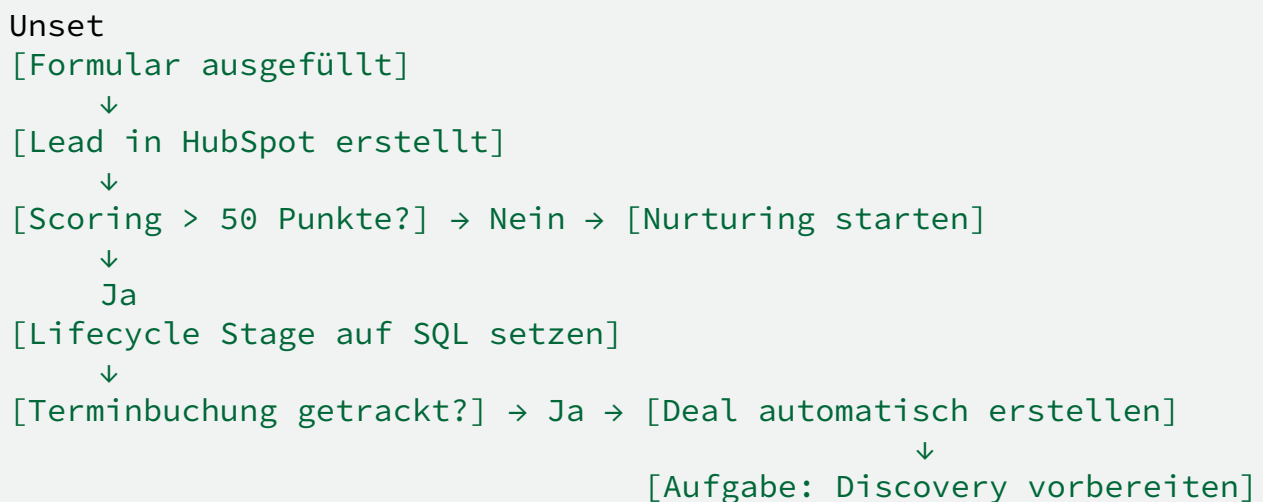
50 % weniger Zeitaufwand durch Automatisierung

Einer der größten Hebel zur Effizienzsteigerung im Vertrieb ist die Automatisierung repetitiver Tätigkeiten. Mit HubSpot lassen sich viele manuelle Aufgaben eliminieren – vom Deal-Setup über Erinnerungen bis hin zu Follow-ups. So bleibt mehr Zeit für das Wesentliche: den Kunden.

Hands-On Beispiele:

- **Automatische Deal-Erstellung:** Wenn ein Meeting gebucht wird, legt HubSpot automatisch einen Deal im CRM an – inklusive vorausgefüllter Felder wie Kontakt, Deal-Owner und Pipeline.
- **Lifecycle-Stages via Workflow:** Leads durchlaufen automatisch die definierten Lifecycle-Stages (Lead, MQL, SQL, etc.) basierend auf Verhalten und Datenqualität.
- **Aufgabenautomatisierung:** Wichtige nächste Schritte werden automatisiert als Aufgaben für den zuständigen Sales-Mitarbeiter angelegt – z. B. „Folgeanruf nach 3

Ablaufdiagramm eines typischen Automations-Workflows:



Dashboard-Tipp: Visualisiere alle Deals ohne nächste Aktivität, offene Tasks & vergessene Follow-ups mit einem CRM Hygiene Dashboard [\[25+ Sales Reporting\]](#). Dies ermöglicht dem Team und Management, auf einen Blick zu erkennen, wo Handlungsbedarf besteht.

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

Tool Stack Empfehlung:

- **HubSpot Workflows:** Die native Automatisierungseengine mit IF/THEN-Logik und Trigger-basierten Aktionen.
- **n8n / Zapier:** Für komplexere Szenarien oder Integrationen mit Dritttools.
- **Slack-Integration:** Automatische Benachrichtigungen für neue Deals, abgeschlossene Phasen oder Follow-up-Erinnerungen.

Best Practice aus der Praxis: Ein Software-Anbieter konnte durch einfache Automationen (z. B. Reaktivierung nach Inaktivität, automatische Deal-Erstellung bei Demo-Buchung) die Anzahl manuell erstellter Tasks um 72 % reduzieren – und gleichzeitig die Pipeline-Konvertierung um 31 % steigern.

Fazit: Automatisierungen sparen nicht nur Zeit, sondern sorgen für Konsistenz, Verlässlichkeit und eine bessere User Experience im gesamten Team.

Hands-On Beispiele:

- Automatische Deal-Erstellung bei Meetingbuchung
- Lifecycle-Stages via Workflow
- Aufgabenautomatisierung bei Qualifizierungsstatus

Dashboard-Tipp: Visualisiere alle Deals ohne nächste Aktivität, offene Tasks & vergessene Follow-ups.

Tool Stack Empfehlung:

- HubSpot Workflows
- n8n / Zapier für Schnittstellen
- Slack-Integrationen für automatische Updates

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

CRM-Implementierung in 5 Wochen

Eine CRM-Einführung muss nicht Monate dauern. Mit einem strukturierten, fokussierten 5-Wochen-Plan ist es möglich, HubSpot in kurzer Zeit live zu bringen – auch in kleinen und mittleren Unternehmen mit begrenzten Ressourcen.

Phase 1: Zieldefinition & Team-Alignment (Woche 1)

- **Ziele festlegen:** Was soll mit dem CRM erreicht werden? (z. B. mehr Leads, kürzere Saleszyklen, weniger Admin-Aufwand)
- **Stakeholder involvieren:** Vertrieb, Marketing und Customer Success sollten von Anfang an eingebunden sein.
- **Tipps:** Kick-off-Workshop mit CRM-Verantwortlichen und ggf. externem Consultant

Phase 2: Prozessanalyse & CRM-Mapping (Woche 2)

- **Buyer Journey modellieren:** Vom Erstkontakt bis zur Kundenbindung alle Touchpoints definieren
- **Pipeline-Design:** Definition der Deal-Stages, Lifecycle-Stages und Übergabepunkte zwischen Teams
- **Tool-Empfehlung:** Nutze Miro oder FigJam zur Visualisierung

Phase 3: Datenmigration & Bereinigung (Woche 3)

- **Datenexport:** Altdaten aus Excel, Pipedrive, Outlook etc. konsolidieren
- **Validierung:** Deduplizieren, Pflichtfelder prüfen, Segmentierung vorbereiten
- **Import:** Nutzung von HubSpot-Importfunktionen inkl. Zuordnung zu Feldern und Objekten

Phase 4: Automatisierung & Konfiguration (Woche 4)

- **Workflows aufsetzen:** z. B. Lead-Zuweisung, Termin-Erinnerungen, Follow-ups
- **Benutzerrollen:** Erstellung von Views, Berechtigungen & Dashboards je Rolle
- **Quick Wins:** Automatische Deal-Erstellung, Reminder bei Inaktivität, Nurturing-Strecken

Phase 5: Schulung, Testing & Go-Live (Woche 5)

- **Onboarding:** Interaktive Live-Demos & Playbooks pro Rolle (SDR, AE, CSM)
- **Testing:** Nutzung von Testdaten für Pipelines, Workflows, Reports
- **Go-Live:** Offizielle Umstellung mit wöchentlichem CRM-Review und Support-Backlog

Tipps für nachhaltige Einführung

- **Champions benennen:** Interne Power-User für jede Abteilung
- **Feedbackzyklen etablieren:** z. B. wöchentlicher Input aus dem Team für Iterationen
- **Dokumentation erstellen:** CRM-Wiki inkl. Loom-Videos, Vorlagen und FAQ

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

Beispiel aus der Praxis

Ein 25-köpfiges SaaS-Unternehmen führte HubSpot in 4 Wochen ein. Durch klare Verantwortlichkeiten, gezielte Automationen (z. B. automatische MQL-Erkennung) und teamgerechte Dashboards konnte die Time-to-Value auf unter 30 Tage gesenkt und die Vertriebsproduktivität um 38 % gesteigert werden.

Fazit: Mit einer klaren Struktur und einem realistischen Zeitplan lässt sich auch in kleinen Organisationen ein leistungsfähiges CRM in 5 Wochen implementieren – ohne Chaos und Überforderung.

5-Phasen-Setup:

1. Zieldefinition & Team-Alignment
2. CRM-Prozessmapping (Buyer Journey, Lifecycle, Pipelines)
3. Migration & Datenbereinigung
4. Automatisierung & UX-Optimierung
5. Interaktive Schulungen, Reviews, Go-Live

Fallbeispiel: SaaS-Firma implementiert CRM in 3 Wochen, spart 40 % Administrationszeit.

Quick Win: Start mit 3-4 Automationen → Lead-Zuweisung, Re-Engagement, Follow-up-Erinnerung, Nurturing

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

„Single Source of Truth“ – Zentrale Informationsstruktur

Viele Unternehmen bauen ihren Go-to-Market Stack aus einer Vielzahl einzelner Tools: Calendly für die Terminbuchung, Mailchimp fürs E-Mail-Marketing, DocuSign für Vertragsunterzeichnung, Databox für Analytics und viele mehr. Die Folge? Datenchaos, Medienbrüche und hohe Kosten durch redundante Software.

Mit HubSpot ist das nicht notwendig. Die Plattform vereint alle zentralen Tools in einem Ökosystem – ohne Schnittstellenprobleme oder Systembrüche. Das ermöglicht eine wirklich zentrale Informationsstruktur, die alle Teams – von Marketing über Vertrieb bis Kundenservice – gemeinsam nutzen.

Was du brauchst:

- **Klare Pflichtfelder:** Deal Amount, Lead Source, ICP-Fit – damit wichtige Infos nicht fehlen
- **Datenhygiene-Dashboards:** „Wall of Zeros“ zur Visualisierung von Lücken
- **Rollenbasierte Layouts:** Sales, CSM & Marketing bekommen genau die Infos, die sie brauchen

Beispiele für integrierte HubSpot-Funktionen (statt externer Tools):

- **Calendly?** HubSpot Meetings Tool – mit individueller Buchungsseite, Round-Robin, Kalenderabgleich
- **Mailchimp?** HubSpot Marketing Hub – für E-Mail-Kampagnen, Automationen, Newsletter, A/B-Tests
- **DocuSign?** HubSpot Quotes + eSignature – eIDAS-konforme fortgeschrittene eSignature für die Angebotsunterzeichnung direkt im CRM
- **Databox?** HubSpot Dashboards & Reports – Reporting für alle Teams, vollständig konfigurierbar
- **Typeform?** HubSpot Forms – inklusive intelligentem Routing, Progressive Fields, Embedded Design

Taktiken zur Umsetzung:

- **Naming Conventions:** Einheitliche Benennung („{Purpose} | {Trigger} | {Name}“) für Workflows, Properties, Reports
- **Backup-Workflows:** Wichtige Felder regelmäßig sichern, bevor Anpassungen vorgenommen werden
- **Team-Personalisation:** Jeder User sieht nur die für ihn relevanten Eigenschaften und Ansichten

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

Praxisbeispiel:

Ein B2B-Dienstleister hatte 11 Tools im Einsatz – darunter separate Lösungen für Terminvereinbarung, Reporting, Lead-Nurturing und Signatur. Durch den Umstieg auf HubSpot konnten 8 Tools ersetzt werden. Das Ergebnis: Ein zentrales System, bessere Datenqualität, weniger Kontextwechsel und jährlich über 25.000 € eingesparte Lizenzkosten.

Fazit: HubSpot ist mehr als CRM – es ist deine zentrale Plattform für alle kundenbezogenen Prozesse. Weniger Tools bedeuten weniger Chaos, geringere Kosten und ein stärkeres Fundament für datenbasiertes Wachstum.

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

+50 % mehr Vertriebszeit für echte Verkaufsaktivitäten

Problem: Studien zeigen, dass nur rund 27 % der Arbeitszeit im B2B-Vertrieb tatsächlich für Verkaufsgespräche und Closing genutzt wird. Der Rest fällt auf administrative Aufgaben, Meeting-Koordination, CRM-Pflege und interne Abstimmungen.

Lösungen mit HubSpot:

- **Round-Robin-Zuweisung für Leads:** Automatische Verteilung neu eingehender Leads an das Vertriebsteam reduziert manuelles Lead-Routing um 90%.
- **Snippets & Templates für E-Mails:** Standardisierte Textbausteine verkürzen die E-Mail-Erstellung um durchschnittlich 40%.
- **Meeting-Links:** Automatisiertes Scheduling mit HubSpot ersetzt externe Tools wie Calendly – inklusive Reminderfunktion und Zeitblocker.
- **Deal Stages mit Pflichtfeldern:** Verhindern, dass Deals inaktive Stadien durchlaufen oder mit fehlenden Infos weitergereicht werden.

Vorher-Nachher-Kennzahlen (Praxisbeispiel):

- **Time-to-Close:** Reduziert von Ø 39 auf 24 Tage
- **Conversion Rate (SQL → Won):** Steigerung von 18% auf 33%
- **Aktive Verkaufszeit pro Woche:** Erhöht von 11,5 auf 17,8 Stunden
- **Admin-Aufwand:** Reduktion manueller Follow-ups um 68%

Beispiel aus der Praxis: Ein Softwareunternehmen implementierte HubSpot inkl. automatischer Aufgaben-Workflows, Lead-Scoring und Templates. Ergebnis nach 6 Wochen:

- +55% mehr abgeschlossene Deals
- +34% höhere durchschnittliche Dealgröße
- Sales-Reps konnten ihre Abschlussquote pro Woche fast verdoppeln

Fazit: Der gezielte Einsatz von HubSpot-Features kann die Netto-Vertriebszeit drastisch erhöhen – und damit direkt auf Umsatz, Forecast-Genauigkeit und Mitarbeiterzufriedenheit einzahlen.

Problem: 73% der Zeit in Meetings, Admin, CRM-Nachpflege

Lösungen mit HubSpot:

- Round-Robin-Zuweisung für Leads
- Snippets & Templates für E-Mail-Kommunikation
- Deal Stages mit Pflichtfeldern = keine „Deal-Leichen“ mehr

Beispiel: Firma erhöht Win-Rate durch „Lead Scoring + Nurturing“ von 15 % auf 31%.

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

Datenbasiert entscheiden – statt aus dem Bauch heraus

Nur mit akkuraten und konsistenten Daten, einfach verständlichen, automatisiert aktualisierten Reports und übersichtlichen Dashboards können wichtige Entscheide innert Tagen statt Monaten datengetrieben und erfolgreich getroffen werden. Gerade in schnelllebigen Märkten entscheiden Geschwindigkeit und Präzision – zwei Dinge, die ohne ein fundiertes CRM-Reporting kaum möglich sind.

Warum Reporting für B2B Software-Unternehmen entscheidend ist

Viele Unternehmen verlassen sich nach wie vor auf Bauchgefühl, statt auf objektive Daten. Doch die Folge ist oft:

- Investitionen in die falschen Kanäle
- Überlastung der Sales-Teams mit unqualifizierten Leads
- Verzögerte Entscheidungen durch fehlende Datenkonsistenz

Ein gutes Reporting schafft Klarheit: Wer performt? Welche Deals stocken? Wo ist die Pipeline überfüllt – oder leer?

5 wichtige Reporting-Bausteine in HubSpot

1. **Lead-zu-Deal-Konversion:** Wie viele Leads werden qualifiziert? Wie hoch ist die MQL→SQL-Quote?
 2. **Forecasting auf Basis gewichteter Pipeline:** Prognosen basierend auf Deal-Stage-Wahrscheinlichkeiten und Owner
 3. **Pipeline-Gesundheit:** Übersicht über überfällige Deals, fehlende Aktivitäten, Stagnation
 4. **Sales-Performance:** Calls, Meetings, Abschlussraten je Teammitglied oder Segment
 5. **Revenue-Dashboards:** ARR/MRR-Zuwachs, Bestandsumsatz, neue Kunden, Upsells
Best Practice: Dashboards für verschiedene Rollen
- **Management:** Umsatzentwicklung, Zielerreichung, Funnel-Konversionen
 - **Account Executives:** Deal Velocity, Forecast, Closing Ratio, Aufgaben
 - **Sales Development Reps:** Kontaktversuche, Terminbuchungen, Qualifizierungsquote
 - **Customer Success:** Churn-Risiko, Verlängerungen, Ticket-Volumen

HubSpot bietet die Möglichkeit, individuelle Dashboards mit Drag-and-Drop zu erstellen – inklusive Filter für Zeiträume, Regionen oder Produktlinien. So hat jeder Nutzer genau die Infos, die er braucht.

Automatisierung & Alerts

- Wöchentliche Reports per E-Mail an das Team
- Alerts bei stagnierenden Deals (>14 Tage in einer Phase)
- Erinnerungen für verpasste Ziele oder ablaufende Verträge

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

Praxisbeispiel: Vom Blindflug zum Steuerpult

Ein Scale-up im E-Commerce-Bereich hatte zuvor nur manuelle Excel-Reportings. Nach Einführung strukturierter HubSpot-Dashboards:

- Verkürzung der Reporting-Zyklen von monatlich auf wöchentlich
- Entdeckung von Bottlenecks: 34 % der Deals blieben über 20 Tage in der Qualifizierungsphase
- Anpassung der Prozesse führte zu +27 % schnellerem Abschlusszyklus und +19 % mehr Abschlussquote

Was du sofort umsetzen kannst

- **Standard-Dashboards:** Nutze die HubSpot-Bibliothek als Startpunkt
- **Conversion-Funnel:** Verfolge Konversionen von Lead zu Abschluss in jeder Phase
- **Datenqualität checken:** Nutze das CRM Hygiene Dashboard [25†Sales Reporting]
- **Forecasts kalibrieren:** Review mit den Sales-Leads mindestens 1× pro Woche

Profi-Tipp: Nutze Pipeline-Segmentierung für Forecast-Genauigkeit (Good Case, Best Case, Commit) – und kombiniere das Ganze mit Szenarienplanung.

Fazit: Reporting ist nicht nur ein Management-Werkzeug, sondern operativer Kompass für jedes Teammitglied. Wer seine Zahlen kennt, kann schneller handeln, besser priorisieren und nachhaltig wachsen.

Nur mit akkuraten und konsistenten Daten, einfach verständlichen, automatisiert aktualisierten Reports und übersichtlichen Dashboards können wichtige Entscheide innert Tagen statt Monaten datengetrieben und erfolgreich getroffen werden.

Muss-Reports:

- Forecast basierend auf gewichteter Pipeline
- Verkaufszyklusdauer
- Deal-Fortschritt nach Owner
- MQL → SQL → WON Konversion

Dashboard-Typen:

- AE / SDR / CSM-spezifisch (Bowtie Model Mapping)
- Aktivitätsreports: Calls, Meetings, Aufgaben pro Woche
- Churn-Analyse & Upsell-Potenzial

Profi-Tipp: Nutze Pipeline-Segmentierung für Forecast-Genauigkeit (Good Case, Best Case, Commit)

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

Automatisierung als Hebel für Effizienz und Wachstum

In der aktuellen B2B-Landschaft stehen insbesondere Softwareunternehmen unter einem immensen Effizienzdruck. Die letzten Jahre waren von Überinvestitionen und Personalaufbau geprägt – heute lautet die Devise: kapitaleffizient wachsen. Das bedeutet: Mit weniger Personal mehr erreichen – und das gelingt nur, wenn Prozesse automatisiert sind.

HubSpot bietet genau dafür die perfekte Basis. Die Plattform ermöglicht es, wiederkehrende Aufgaben entlang der gesamten Customer Journey zu automatisieren – von der Lead-Generierung über Qualifizierung bis hin zum Onboarding und der Betreuung von Bestandskunden.

Warum Automatisierung der Schlüssel für kapitaleffizientes Wachstum ist

- Weniger Headcount-Bedarf bei gleichbleibendem Output
- Reibungslose Übergaben zwischen Teams (SDR → AE → CSM)
- Schnellere Reaktionszeiten gegenüber Leads und Kunden
- Geringerer Schulungsaufwand durch klar definierte Abläufe

Praxis-Workflows, die Zeit & Geld sparen

- **Lead-Nurturing:** E-Mail-Workflows, die automatisch je nach Engagement-Level und Thema gesteuert werden
- **Lifecycle-Stages:** Automatische Updates bei Scoring-Schwellenwerten oder Formularinteraktionen
- **Demo-Follow-ups:** Automatisierte Erinnerungen & Inhalte nach Produktdemos
- **Reaktivierung:** Wiederansprache inaktiver Leads durch Trigger-basierte Sequenzen
- **Kundenbindung:** Renewal-Reminder, Onboarding-Serien, Upsell-Angebote

Automatisierung ersetzt manuelles Mikromanagement

Was früher durch Sales-Assistenz, SDRs oder Marketing-Manager erledigt wurde, läuft heute vollautomatisiert:

- Aufgabe erstellen → Follow-up senden → Lead aktualisieren → Deal anlegen → Forecast updaten

Ein Beispiel: Ein SaaS-Unternehmen automatisierte mit nur 9 Workflows mehr als 60 % der täglichen Aufgaben im Vertrieb und senkte die Quote „vergessener Follow-ups“ von 42 % auf unter 5 %.

Kombinierte Scoring-Modelle als Automationsbasis

Moderne Automatisierung beruht nicht nur auf Triggern, sondern auch auf Datenintelligenz:

- **Engagement-Score:** basierend auf Klicks, Seitenbesuchen, Mails
- **Fit-Score:** basierend auf Branche, Job-Titel, Unternehmensgröße

Wenn Score > Schwelle: → Übergabe an Vertrieb, Anlegen eines Deals, Notification an AE

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

Blueprint für kapitaleffiziente Automatisierung

1. Quick Wins identifizieren:

- Demo gebucht → Deal + Aufgabe + E-Mail
- Lead inaktiv → Reaktivierungs-Flow starten

2. Wiederverwendbare Vorlagen nutzen:

- Snippets, Templates, Vorlagen für Tasks, Mails, Meeting-Einladungen

3. Reporting & Optimierung:

- Monatliche Analyse: Welche Workflows bringen den meisten Einfluss auf SQL-Rate oder Time-to-Close?

Top Workflows laut SalesPlaybook:

1. Leadpflege
2. Themen-Trigger
3. Renewal-Erinnerung
4. Cross-Selling-Angebote
5. Onboarding-Sequenzen

Fazit: Wer heute ein B2B-Softwareunternehmen skaliert, muss nicht zuerst an mehr Menschen denken – sondern an bessere Prozesse. Mit automatisierten Workflows lassen sich Aufgaben priorisieren, standardisieren und in großem Umfang bewältigen – ohne dass die Qualität oder Geschwindigkeit leidet.

Praxis-Workflows:

- Nurturing: Welcome Flow, Reaktivierung, Demo-Nachverfolgung
- Automatisierte Segmentierung anhand von Lifecycle und Thema
- Lead-Scoring auf Engagement + ICP-Match

Top Workflows, um schnell Zeit "zurückzukaufen":

1. Leadpflege
2. Themen-Trigger
3. Renewal-Erinnerungen
4. Cross-Selling-Angebote
5. Onboarding-Sequenzen

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

Erfolgsgeschichten aus der DACH-Region

Erfolgsgeschichten zeigen, was möglich ist, wenn Prozesse, Tools und Menschen aufeinander abgestimmt sind. In den folgenden anonymisierten Case Studies aus der DACH-Region – basierend auf Kunden von SalesPlaybook – wird deutlich, wie Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen mit HubSpot nicht nur effizienter arbeiten, sondern kapitaleffizient skalieren.

Case Study A: Von Excel zur skalierbaren Vertriebsarchitektur

Ein IT-Dienstleister mit rund 25 Mitarbeitenden arbeitete zuvor mit Excel-Listen, Outlook und einer kostenfreien CRM-Lösung. Durch die Einführung von HubSpot inklusive strukturierter Deal-Pipeline, Automatisierungen und Forecast-Dashboard gelang in nur vier Wochen der Wandel:

- Umsatzwachstum: +38 % in 6 Monaten
- Vertriebsproduktivität: +44 % durch automatisierte Aufgaben und klare Zuständigkeiten
- Reporting-Zyklus: von monatlich manuell → wöchentlich automatisiert

Case Study B: HealthTech-Startup beschleunigt mit SPICED

Ein HealthTech-Unternehmen implementierte gemeinsam mit SalesPlaybook eine auf SPICED basierende Sales-Methodik in HubSpot. Ziel war es, das komplexe Buying Center besser zu strukturieren und datenbasierte Entscheidungen zu ermöglichen.

- Deal-Velocity: von 49 auf 28 Tage
- Win Rate: +21 % durch besseres Qualifikationsverständnis
- Forecast-Genauigkeit: +65 % durch nutzerzentrierte Pipeline-Konfiguration

Case Study C: Maschinenbau skaliert ohne IT-Abteilung

Ein traditionelles B2B-Industrieunternehmen wollte digitalisieren, aber verfügte weder über ein CRM noch eine eigene IT-Abteilung. Gemeinsam wurde ein Low-Touch-Onboarding umgesetzt, bei dem HubSpot in nur 20 Stunden Aufwand implementiert wurde:

- +31 % qualifizierte Leads innerhalb von 3 Monaten
- +48 % verbesserte Angebotsannahmerate
- Vollständige Marketing-to-Sales-Übergabe automatisiert

Case Study D: SaaS-Unternehmen ersetzt 7 Tools durch HubSpot

Ein SaaS-Unternehmen mit 40 Mitarbeitenden entschied sich für einen Fullstack-Rollout von HubSpot (CMS, Sales, Marketing und Service Hub). Im Zuge dessen wurden sieben Einzelsysteme abgelöst:

- Toolkosten: Reduktion um 22.000 € jährlich
- Teamzufriedenheit: +26 % laut interner Umfrage
- Time-to-Close: von 37 auf 21 Tage reduziert

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

Erkenntnisse aus den Projekten

- **Prozessorientierung schlägt Headcount:** In allen Fällen war nicht mehr Personal der Schlüssel, sondern bessere Prozesse.
- **Datenbasiertes Handeln steigert Abschlussraten:** Alle Projekte zeigten eine signifikante Verbesserung der Conversion Rates durch strukturierte CRM-Daten.
- **Change Management entscheidet:** Dort, wo Schulung, Playbooks und Champion-Konzepte umgesetzt wurden, war die Adoption überdurchschnittlich hoch.

Fazit: Erfolgreiches CRM ist kein Software-Thema – es ist eine Führungs- und Strukturfrage. Mit HubSpot und einem methodischen Vorgehen können Unternehmen messbare Ergebnisse innerhalb weniger Wochen erzielen – unabhängig von Größe oder Branche.

- **IT-Dienstleister:** 7-stelliger ARR nach Umstieg von Excel zu HubSpot in 4 Wochen
- **HealthTech-Startup:** +60 % Deal-Velocity durch SPICED-Framework-Implementierung
- **B2B SaaS-Firma:** 3 Touchpoints → 1 Buyer Journey → 0 Chaos

Key Learnings:

- Saubere Implementierung durch erfahrene Experten spart Monate
- Adoption = KPI + UX + Training
- Change Management ist kein Nice-to-have

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

Häufige Fehler und wie man sie vermeidet

Trotz guter Tools wie HubSpot scheitern viele CRM-Projekte an vermeidbaren Fehlern – mit teilweise sechsstelligen Folgekosten in verlorener Effizienz, schlechter Datenqualität und ungenutztem Umsatzpotenzial. Nach über 350 Projekten haben wir die 20 häufigsten Fehler identifiziert – und zeigen dir, wie du sie vermeidest.

Die 20 häufigsten HubSpot-Fehler – inklusive potenzieller Kosten und konkreter Handlungsempfehlung

- 1. Zu viele Properties ohne Struktur** – Verursacht Chaos bei der Dateneingabe und bis zu 50k € bei Systemmigrationen.
Empfehlung: Lege ein zentrales Property-Mapping an und limitiere neue Felder auf klar definierte Ownerships.
- 2. Fehlende Pflichtfelder in wichtigen Phasen** – Führt zu unvollständigen Deals und Forecast-Fehlern bis 6-stellig.
Empfehlung: Definiere in jeder Pipeline-Phase Mindestinformationen, die zur Weiterverarbeitung notwendig sind.
- 3. Keine dokumentierte Buyer Journey** – Erhöht Konversionsverluste und Missverständnisse zwischen Marketing und Sales.
Empfehlung: Visualisiere Touchpoints in einem Bowtie-Canvas und stimme diese mit den Lifecycle-Stages ab.
- 4. Fehlendes Lead Scoring** – Sales-Team verschwendet Zeit auf unqualifizierte Leads, was Opportunitätskosten erzeugt.
Empfehlung: Implementiere Fit- und Engagement-Score und verknüpfe sie mit automatisierten Übergaben.
- 5. Manuelle Deal-Erstellung** – Verursacht Lead-Verluste und kostet potenziell 5–15 % Conversion Rate.
Empfehlung: Automatisiere die Deal-Erstellung bei Meetingbuchung oder bestimmten Lifecycle-Triggern.
- 6. Forecast-Modul nicht genutzt** – Keine verlässlichen Umsatzprognosen, Risiko von Fehlentscheidungen.
Empfehlung: Aktiviere Forecast-Ansichten pro Pipeline und stimme Gewichtungen mit historischen Daten ab.
- 7. Lifecycle-Stages ignoriert** – Unklare Ownerships und fehlender Status führen zu Kommunikationslücken.
Empfehlung: Nutze Lifecycle-Stages als KPI-Trichter und verknüpfe sie mit Workflows und Lead-Scoring.
- 8. Mehrere Pipelines für gleiche Motion** – Macht Reporting unmöglich und verlangsamt CRM-Nutzung.
Empfehlung: Führe redundante Pipelines zusammen und filtere in Ansichten, nicht in Struktur.
- 9. Keine Datenhygiene-Logik** – Verluste durch falsche Reports, inaktive Deals und schlechte Forecasts.
Empfehlung: Erstelle ein CRM-Hygiene-Dashboard und führe monatliche Reviews durch.

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

- 10. E-Mail- & Meeting-Tracking deaktiviert** – Keine Nachvollziehbarkeit = schlechter Forecast & Coaching.
Empfehlung: Stelle sicher, dass alle Benutzer die Tracking-Funktionen in ihren Tools aktiviert haben.
- 11. Keine Templates oder Snippets** – Ineffiziente Kommunikation kostet Stunden pro Woche & Fehlerquote steigt.
Empfehlung: Erstelle Teamvorlagen für alle Kern-Mails (Demo-Follow-up, Angebote, Erinnerungen).
- 12. Workflows ohne Exit-Kriterien** – Leads hängen ewig in Schleifen, was Reputation und Datenqualität schädigt.
Empfehlung: Ergänze jede Automation um klare Exit-Triggers oder Übergabe-Workflows.
- 13. SPICED- oder Discovery-Framework unvollständig eingebunden** – Inkonsistente CRM-Daten & schwieriges Coaching.
Empfehlung: Binde SPICED-Felder in Pflichtlogiken ein und nutze Snippets zur Orientierung im Gespräch.
- 14. Datenmigration ohne Testphase** – Risiko von Datenverlust oder unbrauchbaren Properties.
Empfehlung: Vor jedem Import: Mapping testen, Dummy-Import machen, Property-Bereinigungen durchführen.
- 15. Silos zwischen Marketing und Sales** – Führt zu verlorenen Leads & widersprüchlicher Kommunikation.
Empfehlung: Baue ein gemeinsames Funnel-Dashboard auf und definiere gemeinsame Ziele & Übergaben.
- 16. Kein CRM-Champion im Team** – Ohne Verantwortung scheitert Adoption oft nach 3–6 Monaten.
Empfehlung: Ernennung eines internen Owners je Team + monatlicher CRM-Check-In mit Verantwortung.
- 17. Onboarding nur einmalig statt kontinuierlich** – Neue Mitarbeiter sind ineffizient & überfordert.
Empfehlung: Baue ein skalierbares Onboarding-Playbook inkl. Loom-Videos und Quiz für jedes Rollenset.
- 18. Keine Slack-Integration für CRM-Alerts** – Verpasste Deals durch fehlende Echtzeit-Informationen.
Empfehlung: Richte Alerts bei Deal-Updates oder MQL-Eingang direkt im Team-Channel ein.
- 19. Kein Churn- oder Engagement-Reporting im CSM** – Kündigungsrisiken bleiben unbemerkt = Umsatzverlust.
Empfehlung: Baue ein CSM-Dashboard mit Login-Aktivität, Support-Kontakt und Verlängerungswahrscheinlichkeit.
- 20. CRM-Audit fehlt komplett** – Ohne Kontrolle entstehen stille Prozesslecks mit hohen Langzeitkosten.
Empfehlung: Führe alle 90 Tage einen strukturierten CRM-Audit durch inkl. Nutzerverhalten, Felder & Workflows.

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD

Eine kompakte Zusammenfassung

Kapitel 1: Status Quo – Zwischen Tool-Zoo und Excel-Hölle

Viele B2B-Software-Firmen arbeiten mit isolierten Tools und unsystematischen Prozessen – das führt zu Chaos, Zeitverlust und fehlender Skalierbarkeit. Dieses Kapitel zeigt, warum ein strategischer Umbau entscheidend ist.

Kapitel 2: Warum HubSpot die ideale Lösung ist

HubSpot vereint Marketing, Sales und Service in einem modularen System – intuitiv, skalierbar und mit starker Integration. Im Vergleich zu Salesforce oder Pipedrive ist es einfacher und schneller einsetzbar.

Kapitel 3: 50 % weniger Zeitaufwand durch Automatisierung

Workflows, automatische Aufgaben und Lead-Scoring reduzieren manuelle Arbeit spürbar. So bleibt mehr Zeit für das, was zählt: Kundenkontakt und Abschlüsse.

Kapitel 4: CRM-Implementierung in 5 Wochen

Ein strukturierter 5-Wochen-Plan macht HubSpot schnell einsatzbereit – von Zielsetzung über Migration bis Schulung. Erfolgreiche Beispiele belegen: Es funktioniert auch ohne monatelanges Projekt.

Kapitel 5: „Single Source of Truth“ – Zentrale Datenstruktur

Zentralisierte Daten und klare Prozesse schaffen Effizienz und Transparenz. HubSpot ersetzt viele Einzellösungen – und vereinfacht die Zusammenarbeit.

Kapitel 6: +50 % mehr Vertriebszeit für echte Verkaufsaktivitäten

Weniger Admin, mehr Fokus: Automatisierungen, Templates und smarte Prozesse steigern die Netto-Vertriebszeit und damit direkt den Umsatz.

Kapitel 7: Datenbasiert entscheiden – statt aus dem Bauch heraus

Reports und Dashboards schaffen Transparenz, fördern schnelle Entscheidungen und machen die Pipeline steuerbar. HubSpot liefert die nötige Datentiefe.

Kapitel 8: Automatisierung als Wachstumstreiber

Mit Workflows entlang der Customer Journey lassen sich Kapazitäten freisetzen. So wächst dein Unternehmen effizient – ohne zusätzliches Personal.

Kapitel 9: Erfolgsgeschichten aus der DACH-Region

Case Studies aus IT, HealthTech und Industrie zeigen, wie Unternehmen mit HubSpot messbare Erfolge erzielen – von höheren Abschlussquoten bis zu 5-stelligen Einsparungen.

Kapitel 10: Häufige Fehler und wie man sie vermeidet

20 typische HubSpot-Fehler – inklusive Handlungstipps – helfen dir, kostspielige Stolperfallen zu vermeiden und dein CRM von Anfang an richtig aufzusetzen.

Schlusswort: Ob du neu mit CRM startest oder bestehende Strukturen verbessern willst: HubSpot bietet dir eine skalierbare, effiziente Lösung. Setze das Gelernte jetzt um – und hol dir dein persönliches HubSpot Launchpad!

<https://www.thesalesplaybook.com/de/hubspot-services#book-a-call>

HOL DIR DEIN HUBSPOT LAUNCHPAD