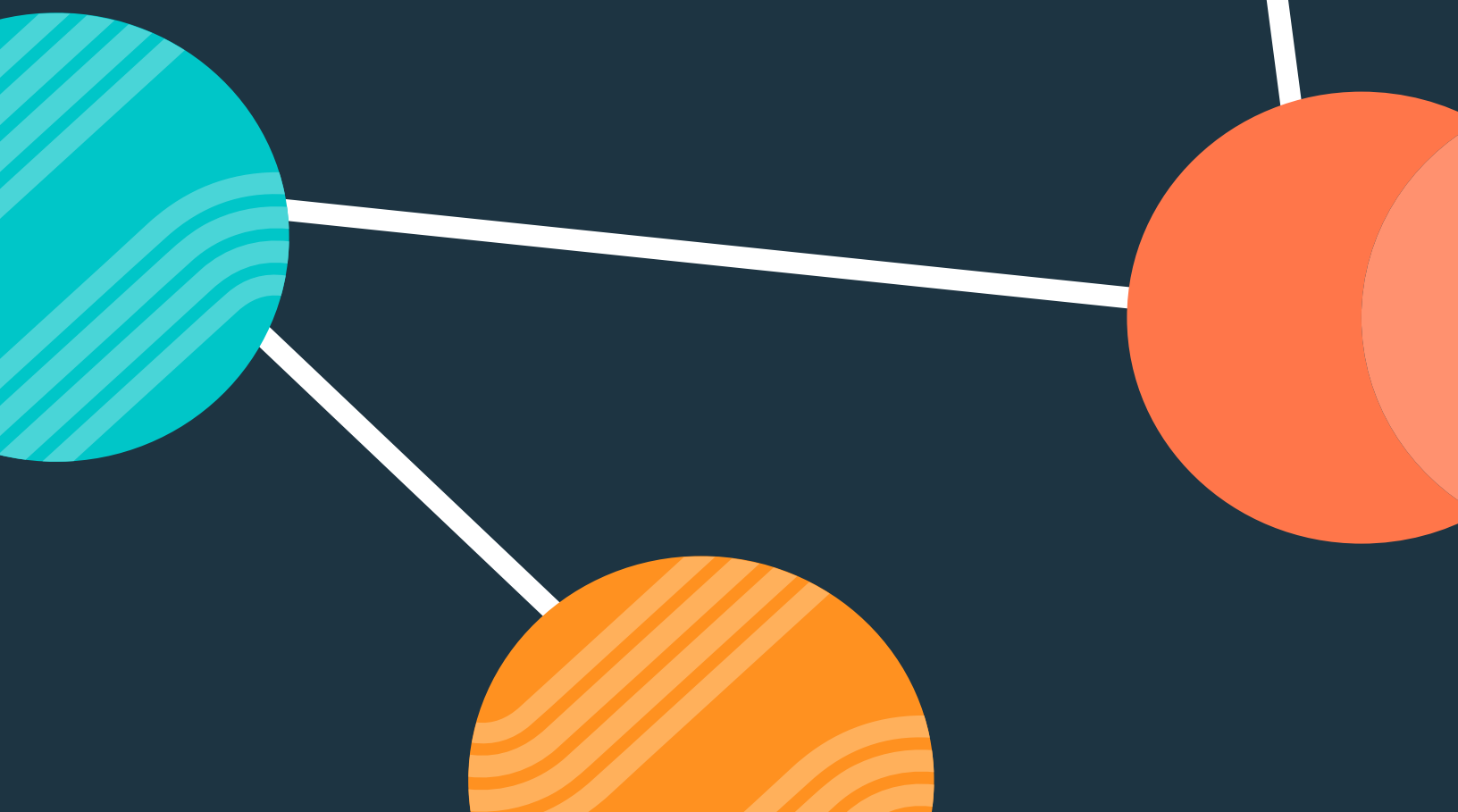




HubSpot

Solutions Partner Program

Stufen und Vorteile 2024



Inhaltsverzeichnis

- 1 Willkommen beim HubSpot-Partnerprogramm
- 2 Programm und Stufensystem im Überblick
- 3 Programmupdates 2024
- 4 Anforderungen für die einzelnen Stufen
- 5 Die Vorteile des Programms auf einen Blick
- 6 Alle Vorteile im Detail
- 7 Hilfreiche Links





Willkommen beim HubSpot- Partnerprogramm

Willkommen beim Solutions Partner Program von HubSpot, einer umfangreichen Community aus Partnern und Providern, die Millionen von Kundinnen und Kunden auf ihrem Weg zu einem erfolgreichen Wachstum mit HubSpot begleiten. Wir freuen uns, Sie in unserem Programm begrüßen zu dürfen.

Das HubSpot Solutions Partner Program hat seit seiner Einführung vor mehr als zehn Jahren eine wichtige Rolle bei der Unterstützung von wachsenden Unternehmen gespielt. HubSpot Solutions Partner verfügen über einzigartiges technisches, branchenspezifisches und kundenbezogenes Fachwissen und bieten unserer gemeinsamen Kundschaft die Dienstleistungen und Lösungen, die sie für ein besseres Wachstum benötigen.

In diesem Leitfaden werden die *zahlreichen* Ressourcen – von Community-Netzwerken über Geschäftsplanung und Pipeline-Entwicklung bis hin zu Vertriebs- und Service-Enablement- und Collaboration-Tools – aufgeführt, die Sie dabei unterstützen, mit Ihrer Kundschaft in Kontakt zu treten, nachhaltige Beziehungen aufzubauen sowie sich als erfahrenes und qualifiziertes Partnerunternehmen hervorzutun. Außerdem erfahren Sie mehr über die Vorteile der einzelnen Programmstufen.

Solutions Partner tragen entscheidend zur Wachstumsstrategie von HubSpot und unserer gemeinsamen Kundschaft bei. Ich bin gespannt darauf, was wir in diesem Jahr gemeinsam erreichen werden, und bedanke mich herzlich für Ihre Partnerschaft.

Freundliche Grüße,

Brian Garvey

SVP, Solutions Partner Program

Programm und Stufensystem im Überblick

Mit Ihrem Beitritt zum Solutions Partner Program haben Sie den Grundstein für engere Beziehungen zu Ihren Kundinnen und Kunden sowie eine neue Phase des Wachstums für Ihr Team gelegt. Zusätzlich zu einer Provision für alle Neukundinnen und Neukunden, die Sie für HubSpot gewinnen, bieten wir unseren Partnern außerdem auch verschiedene exklusive Vorteile, die je nach Stufe variieren.

Die Einstufung der HubSpot Solutions Partner erfolgt basierend auf den Ergebnissen, die sie mit den Produkten von HubSpot für ihre Kundinnen und Kunden erzielen. Das Programm umfasst verschiedene Stufen – angefangen bei der Gold-Stufe bis hin zu unserer höchsten Auszeichnung, der Elite-Stufe. Ihre Stufe markiert also zum einen Ihren persönlichen Fortschritt im Programm. Zum anderen bietet sie Ihnen aber auch eine effektive Möglichkeit, sich von Ihren Wettbewerbern abzuheben.

Grundsätzlich können Sie entweder als Solutions Partner oder Solutions Provider am Programm teilnehmen. Als Solutions Provider können Sie ohne große Verpflichtungen unsere Produkte und die zugehörigen Services vertreiben. An Solutions Partner stellen wir dagegen gewisse Anforderungen. Im Gegenzug dazu bieten wir ihnen aber auch zusätzliche Vorteile.

Beachten Sie, dass nur *Solutions Partner* mit gültiger Partnerzertifizierung an unserem Stufenprogramm teilnehmen können. Als primäre Kriterien für Ihre Einstufung gelten die Volumen Ihrer gewonnen Deals und Ihre fortlaufend erzielten Umsätze. Konkret werden dabei Ihre monatlich wiederkehrenden Umsätze (MRR) aus verkauften und verwalteten HubSpot-Portalen herangezogen. In Ihrem [Partneraccount](#) können Sie Ihren Fortschritt in unserem Stufensystem genau nachverfolgen.

Die einzelnen Stufen geben Ihnen Aufschluss darüber, wie Sie sich als HubSpot-Partner weiterentwickeln konnten und in welchem Umfang Sie die Produkte und Services von HubSpot vertreiben. Über Ihre spezifischen Kompetenzen bzw. Ihr Angebot sagen sie aber nichts aus. Dazu dienen zum Beispiel das HubSpot Solutions-Anbieterverzeichnis und unsere Partnerzertifizierungen, auf die an anderer Stelle in diesem Leitfaden noch ausführlicher eingegangen wird.



Programmupdates 2024

Partner Development Manager (PDM)

HubSpot verändert wie, wie wir die Bereitstellung, den Service und den Verkauf mit unseren Solutions Partnern durch einen kundenorientierten Ansatz gestalten. Zur Umsetzung dieser Mission investieren wir weiterhin in unser Solutions Partner Program, um Enablement-Ressourcen zu verbessern.

Im Rahmen dieser Umstellung arbeiten seit dem 1. Februar 2024 alle Solutions Partner mit einem [Partner Development Manager \(PDM\)](#) zusammen. Ihr PDM ist Ihre Hauptkontaktperson bei HubSpot und konzentriert sich auf die kurz- und langfristige Geschäftsentwicklung. Sie setzen sich für Ihren Erfolg ein und unterstützen Sie bei der Entwicklung strategischer Pläne zur Erweiterung Ihres HubSpot-Angebots, zur Förderung Ihrer Vertriebsbemühungen und zum Ausbau Ihres Kundenstamms. Darüber hinaus arbeiten sie gemeinsam mit Ihnen daran, Ihre Kapazitäten und Fähigkeiten durch Zertifizierungen und Akkreditierungen zu verbessern. Ihr PDM informiert Sie außerdem über die neuesten Produkte, Services und Strategien von HubSpot und hilft Ihnen, offene Fragen zu klären. Im Rahmen dieser Änderung werden Solutions Partner Deals gemeinsam mit den Growth Specialists (GS) im direkten Vertriebsteams von HubSpot abschließen.

Der neue „Partner Sourced“-Multiplikator

Heute vergeben wir gleichermaßen Punkte aus verkauften Portalen (3 Punkte in Nicht-Wachstumsmärkten und 6 Punkte in Wachstumsmärkten) für Deals, die von Partnern stammen (Partner Collab) und Deals, die von HubSpot stammen (DIFM). Ab dem 27. Februar 2024 erhalten Partner fünf Punkte (Nicht-Wachstumsmärkte) und zehn Punkte (Wachstumsmärkte) [für von ihnen vermittelte Deals](#), um Anreize zu schaffen und Partner zu belohnen, die einen überdurchschnittlichen Einfluss auf das Wachstum von HubSpot haben.

Neue Stufenschwellenwerte

Wir heben die Stufenschwellenwerte je nach Wachstum des gesamten Unternehmens jährlich an. Wir haben die Schwellenwerte im Jahr 2023 nicht angehoben, um sie an das neue Punktemodell des Partnerprogramms anzugleichen. Ab Juli 2024 werden die Schwellenwerte für die Gesamtpunktzahl über alle Stufen hinweg entsprechend der Leistung um durchschnittlich 38 % angehoben. Die Mindestwerte für die Metriken „Verkauft“ und „Verwaltet“ werden wir nicht anheben.

Partnerzuordnung

Wir werden weiter in unser Partner-Matching-Programm investieren, das darauf abzielt, über ein internes Tool, das von Growth Specialists und Customer Success Managern genutzt wird, um Interessierte und Partner systematisch zusammenzubringen. In diesem Jahr investieren wir in den Aufbau eines fortschrittlichen Datenmodells und planen die Einführung eines vollständig integrierten internen Tools, mit dem HubSpot-Mitarbeitenden geeignete Partner empfohlen werden können.

Für den Abgleich stützt sich das Tool auf selbst gemeldete Informationen über die Fähigkeiten des Partners aus dem Solutions-Anbieterverzeichnis, interne Daten über die Verkaufs- und Verwaltungshistorie des Partners, Akkreditierungsdaten und andere interne Signale über die Fähigkeiten des Partners. Unsere Philosophie beim Partner-Matching besteht darin, dass wir den für das jeweilige Unternehmen am besten geeigneten Partner auf der Grundlage dessen bewährter Fähigkeiten und Erfolge finden wollen.

Partnerlizenz

Am 5. März 2024 führt HubSpot ein aktualisiertes, auf Nutzerlizenzen basiertes Preismodell für alle neuen Kundinnen und Kunden ein. Mit diesem neuen Preismodell führen wir auch die neue, kostenlose Partnerlizenz ein, die von der jeweiligen Kundschaft in deren Ermessen gewährt wird. Mit der Partnerlizenz können berechnete Mitarbeitende von Partnern und Providern auf alle Funktionen eines Accounts zugreifen, so dass sie ihre Arbeit erledigen können, ohne einen eigenen Zugang erwerben zu müssen. Mit der Partnerlizenz ist es nicht mehr erforderlich, den Zugang zu Account-Funktionen zu beantragen, wie z. B. den Zugang zu Funktionen für den Vertrieb oder Service. Wie Sie eine Partnerlizenz zuweisen, erfahren Sie in [diesem Artikel in der Wissensdatenbank](#).

Mehr über die Preisänderungen erfahren Sie in [diesem Blogbeitrag](#). Wenn Sie derzeit Solutions Partner sind, können Sie in dieser [Academy-Schulung](#) alle Details (auch zur Partnerlizenz) erfahren.



Akkreditierungen

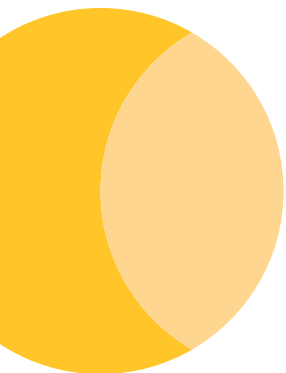
Die Produktangebote und das Netzwerk von HubSpot werden immer komplexer. Somit sind wir als auch unsere Kundschaft zunehmend auf spezialisierte Partner angewiesen, um Projekte umzusetzen. Über unser [Akkreditierungsprogramm](#) investieren wir weiterhin in unsere Solutions Partner.

Für die Akkreditierung als Solutions Partner ab der Platinum-Stufe müssen Unternehmen nachweisen, dass sie über das nötige Fachwissen, die Kapazitäten und die praktische Erfahrung verfügen, um ihre Kundschaft mit komplexen technischen und geschäftlichen Anforderungen zu unterstützen. Akkreditierungen sind schwieriger zu erlangen als Zertifizierungen – sie umfassen bestimmte Voraussetzungen und die Prüfung beinhaltet oft eine praktische Komponente, wie zum Beispiel ein Rollenspiel.

2024 werden Akkreditierungsanträge in französischer und spanischer Sprache gestellt, und es werden zwei neue Akkreditierungen hinzukommen, um den wachsenden Anforderungen unserer Kundschaft weltweit gerecht zu werden.

Co-Marketing

Im Jahr 2024 schafft HubSpot die Grundlage für ein Co-Marketing-Programm für Solutions Partner. Dieses Programm wird nicht von Anfang an feststehen, sondern fortlaufend überarbeitet und angepasst werden. Den Anfang macht HubSpot mit einem kleineren Pilotprojekt, in dessen Rahmen wir wichtige Erkenntnisse sammeln und den Prozess entsprechend anpassen können. Diese Angebote sind in ihrem Umfang beschränkt und nicht garantiert. Wir planen für die Eignungsprüfung eine Liste von Qualifikationskriterien, aber generell wird z. B. Partnern der höheren Stufen (Platinum, Diamond, Elite), akkreditierten Partnern, Partnern mit höherem MRR aus der Partnerzusammenarbeit basierend auf ihrer Eignung für die von HubSpot skizzierten Anforderungen Vorrang eingeräumt. Für bestimmte Regionen werden nach Ermessen von HubSpot und in Abhängigkeit von den geschäftlichen Erfordernissen Ausnahmen von diesen Qualifikationskriterien gewährt. Außerhalb des Co-Marketings wird es viele weitere Möglichkeiten für Partner geben, sich in den Inhalten und Veranstaltungen von HubSpot zu präsentieren, je nach Geschäftsanforderungen.



Academy Creators

Wir investieren in unser HubSpot Academy Creator Program, mit dem wir externe Autorinnen und Autoren dazu einladen, die Schulungserfahrungen für globale Lernende zu verbessern und zu erweitern und Bildungslücken in Schwellenländern zu schließen, indem wir Lerninhalte in der Academy-App bereitstellen.

Als Teil der Vorbereitungen für dieses Programm lädt das HubSpot Academy Creator Program-Team exklusiv ausgewählte Personen ein, darunter App-Partner, Solutions Partner und HubSpot Certified Trainers (HCTs), die strategisch nach den Anforderungen des Programms ausgewählt wurden.

Das Programm besteht aus drei Arten von Kreativen:

- **Contributors** werden auf Abruf verfügbare Microlearnings erstellen und können mit Professorinnen und Professoren der Academy zusammenarbeiten, um Unterrichtsinhalte aufzuzeichnen.
- **HCTs** spezialisieren sich auf Live-Trainings und aufgezeichnete Schulungen, indem sie formale Bildungsinhalte wie Lektionen und Kurse erstellen.
- **Reviewer** gewährleisten eine zusätzliche Qualitätskontrolle, indem sie die Inhalte überprüfen und Feedback geben.

Die Partner müssen sich als [HCTs qualifizieren](#), bevor sie am Programm teilnehmen, um formale Angebote wie Kurse und Schulungen zu erstellen. Die HCT-Zertifizierung ist nicht erforderlich, um Contributor oder Reviewer zu werden. Wenn Sie sich für das Creator-Programm der HubSpot Academy interessieren, bewerben Sie sich bitte [hier](#).

Datenmigrationstool

HubSpot erleichtert die Migration von Kundendaten von anderen CRM-Plattformen zu HubSpot. Wir haben ein Tool entwickelt, mit dem kontextbezogene Kundendaten (Aktivitäten, E-Mails, Interaktionen) migriert werden können, so dass Kundinnen und Kunden bei HubSpot genau dort einsteigen können, wo sie bei ihrer anderen CRM-Plattform waren, und schnell einen Mehrwert erhalten. Das kostenlose Tool erfordert keine Programmierung oder API-Arbeit, so dass Migrationen einfach und schnell durchgeführt werden können. Das Tool ist für Partner verfügbar, die entweder für die CRM-Implementierung oder die Datenmigration akkreditiert sind.

Anforderungen für die einzelnen Stufen

UMSATZZIELE (MRR)	Punkte (MRR aus verkauften Portalen)	Punkte (MRR aus verwalteten Portalen)	Schwellenwert für Gesamtpunktzahl
Elite	1.950	1.700	5.950
Diamond	570	550	2.020
Platinum	270	150	645
Gold	113	38	243

STUFENSCHWELLENWERTE BIS JANUAR 2025 ZU ERFÜLLEN	Punkte (MRR aus verkauften Portalen)	Punkte (MRR aus verwalteten Portalen)	Schwellenwert für Gesamtpunktzahl
Elite	1.950	1.700	8.600
Diamond	570	550	2.990
Platinum	270	150	875
Gold	113	38	300

VORAUSSETZUNGEN	SOLUTIONS PROVIDER	SOLUTIONS PARTNER	GOLD SOLUTIONS PARTNER	PLATINUM SOLUTIONS PARTNER	DIAMOND SOLUTIONS PARTNER	ELITE SOLUTIONS PARTNER*
Partner Onboarding		✓	✓	✓	✓	✓
Partnerzertifizierung		✓	✓	✓	✓	✓
Eigenes Abonnement	Beliebiges Starter-Produkt	Mindestens ein Professional-Produkt, das entweder die Grundgebühr oder mindestens 4 Benutzerlizenzen enthält	Mindestens ein Professional-Produkt, das entweder die Grundgebühr oder mindestens 4 Benutzerlizenzen enthält	Mindestens ein Professional-Produkt, das entweder die Grundgebühr oder mindestens 4 Benutzerlizenzen enthält	Mindestens ein Professional-Produkt, das entweder die Grundgebühr oder mindestens 4 Benutzerlizenzen enthält	Mindestens ein Professional-Produkt, das entweder die Grundgebühr oder mindestens 4 Benutzerlizenzen enthält
Medianwert für Nutzung der Anwendung durch Kundschaft			mind. 3	mind. 3	mind. 3	mind. 3

UMRECHNUNG VON WÄHRUNG IN PUNKTE**	PUNKTE AUS VERKAUFTEN PORTALEN: PARTNERZUSAMMENARBEIT (Wachstumsmärkte)	PUNKTE AUS VERKAUFTEN PORTALEN: DIFM (Wachstumsmärkte)	PUNKTE AUS VERWALTETEN PORTALEN (Wachstumsmärkte)
100 USD US-DOLLAR	5 PUNKTE (10 PUNKTE)	3 PUNKTE (6 PUNKTE)	1 PUNKT (2 PUNKTE)
105 AUD Australische Dollar			
300.300 COP Kolumbianische Peso			
75 EUR Euro			
62,50 GBP Pfund Sterling			
140 SGD Singapur-Dollar			
12.000 JYP Japanische Yen			
1.545 ZAT Südafrikanische Rand			
130 CAD Kanadische Dollar			

Vollständige Beschreibungen finden Sie in den [Verkaufsregeln des HubSpot Solutions Partner Program](#).

Wachstumsmärkte sind geografische Gebiete, in denen HubSpot noch neu ist. Das bedeutet, dass wir hier eine geringere Marktdurchdringung aufweisen und in vielen Fällen keine lokale Präsenz in dem jeweiligen Land haben. Partner sind für die Erschließung dieser Märkte von entscheidender Bedeutung, stehen aber den speziellen Herausforderungen gegenüber, die mit dem Aufbau einer Marke in einem neuen Markt verbunden sind. Um hier eine faire Lösung zu finden, haben wir im Jahr 2020 „Wachstumsmarktstufen“ eingeführt und diese 2021 erweitert. Partnern in Wachstumsmärkten geben wir niedrigere Ziele für die MRR aus verkauften und verwalteten Portalen vor. Im Juli 2022 haben wir unsere Strategie in Bezug auf Wachstumsmärkte optimiert, indem wir diese nicht mehr anhand des Standorts des Solution Partners, sondern anhand des jeweiligen Kundenstandorts definieren. Das bedeutet, dass wir Partnern mehr Guthaben (doppelte Punktzahl) für Verkäufe an Kunden und Kundinnen in Wachstumsmärkten gewähren, unabhängig davon, wo sich der Partner oder sein Unternehmen befindet. Im Januar 2024 haben wir unsere Liste der Wachstumsmärkte wie folgt aktualisiert:

Zu den Wachstumsmärkten gehören:

- **Nord- und Südostasien:** Bangladesch, Brunei, Kambodscha, China/Taiwan, Hongkong, Indien, Indonesien, Laos, Malaysia, Malediven, die Mongolei, Myanmar (Burma), Nepal, Pakistan, Philippinen, Singapur, Südkorea, Sri Lanka, Thailand, Timor-Leste und Vietnam
- **Lateinamerika:** alle Länder/Gebiete in der Karibik, Südamerika oder Nordamerika (außer Kanada und den USA)
- **Mittel- und Osteuropa:** Albanien, Armenien, Aserbaidschan, Belarus, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Tschechische Republik, Estland, Georgien, Griechenland, Ungarn, Lettland, Litauen, Mazedonien, Moldawien, Montenegro, Polen, Rumänien, Russische Föderation, Serbien, Slowakische Republik, Slowenien, Ukraine
- **Naher Osten und Afrika:** Algerien, Angola, Ascension und Tristan, Bahrain, Benin, Botswana, Burkina Faso, Kamerun, Kap Verde, Kongo, Zypern, Demokratische Republik Kongo, Ägypten, Äquatorialguinea, Äthiopien, Gabun, Gambia, Ghana, Guinea, Irak, Israel, Elfenbeinküste, Jordanien, Kenia, Kuwait, Libanon, Lesotho, Liberia, Madagaskar, Malawi, Mali, Mauretanien, Mauritius, Mayotte, Mosambik, Namibia, Nigeria, Oman, Palästina, Katar, Reunion, Ruanda, St. Helena, Senegal, Seychellen, Sierra Leone, Somalia, Südafrika, Swasiland, Tansania, Togo, Tunesien, Türkei, Uganda, Vereinigte Arabische Emirate, Jemen, Sambia und Simbabwe

* Die Elite-Stufe kann nur auf Einladung erreicht werden und unterliegt zusätzlichen Anforderungen, wie z. B. einem Customer Retention Score von mindestens 85 %, einem Customer Dollar Retention (C\$R) Score von mehr als 85 % und mindestens 100 Zertifizierungen in Ihrem Team. Die Kriterien für die Elite-Stufe können sich jederzeit ändern und alle Kandidatinnen und Kandidaten durchlaufen eine manuelle Überprüfung ihrer Kontoaktivitäten, um vor einer Einladung sicherzustellen, dass sie alle ihre Verpflichtungen als Partner erfüllen. Wenn Sie kurz davor stehen, die Schwellenwerte für die Elite-Stufe zu erreichen, wenden Sie sich bitte an Ihr Accountteam. Dieses prüft, ob Sie Ihre Verpflichtungen als Partner erfüllen, und liefert Ihnen alle weiteren Informationen zur Elite-Stufe.

** Der Umrechnungskurs der jeweiligen Landeswährung wird bei der Berechnung der Punktwerte berücksichtigt. Um zu verhindern, dass sich die Marktvolatilität auf die Performance von Partnern und die Berechnung der Partnerstufen auswirkt, entsprechen die Punktwerte möglicherweise nicht den exakten aktuellen Umrechnungskursen.



Die Vorteile des Programms auf einen Blick

UMSATZ-BETEILIGUNG	PROVIDER	OHNE STUFE	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
Provision pro Deal*	20 % für die ersten 12 Monate	20 % max. 3 Jahre lang	20 % max. 3 Jahre lang	20 % max. 3 Jahre lang	20 % max. 3 Jahre lang	20 % max. 3 Jahre lang
Für Upmarket Referral-Provisionen qualifiziert**				10 % für 1 Jahr auf qualifizierte Deals	10 % für 1 Jahr auf qualifizierte Deals	10 % für 1 Jahr auf qualifizierte Deals

* Provisionen für Deals ab dem 1. April 2023; in den [Verkaufsregeln](#) finden Sie die Voraussetzungen für Deals und Partner.

** Partner, die über eine CRM-Akkreditierung verfügen, haben Anspruch auf Upmarket Referral-Provisionen für qualifizierte Deals.

PERSÖNLICHER SUPPORT	PROVIDER	OHNE STUFE	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
Partner Development Manager (PDM)		✓	✓	✓	✓	✓
Growth Specialist	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Zugang zu fachkundigem Support		✓	✓	✓	✓	✓
Sales Specialist Team – Service Hub & Operations Hub		✓	✓	✓	✓	✓
Pre-Sales Solutions Architect						✓
Partner Platform Services						✓

MARKETINGTOOLS	PROVIDER	OHNE STUFE	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
HubSpot Solutions-Anbieterverzeichnis	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Partner-Brandfolder	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Impact Awards		✓	✓	✓	✓	✓
Stufenabzeichen		✓	✓	✓	✓	✓
Beiträge zur Marketingbibliothek				✓	✓	✓
Qualifiziert für Co-Marketing-Möglichkeiten*				✓	✓	✓
Berechtigt, in einem HubSpot-Blog zitiert zu werden					✓	✓

* Co-Marketing-Möglichkeiten sind nicht garantiert und unterliegen den Geschäftsanforderungen von HubSpot. Die Partnerstufe ist eines der Kriterien, die wir bei der Auswahl eines Partners für das Co-Marketing berücksichtigen, aber die Auswahl basiert auf dem am besten geeigneten Partner auf der Grundlage mehrerer Kriterien und liegt im alleinigen Ermessen von HubSpot. Neben anderen Kriterien werden höhere Stufen, akkreditierte Partner und Partner mit höherer MRR aus Partnerquellen bevorzugt.

VERTRIEBSTOOLS	PROVIDER	OHNE STUFE	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
Dealregistrierung	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Lead-benachrichtigungen	✓	✓	✓	✓	✓	✓
HubSpot-Demo-Account		✓	✓	✓	✓	✓
Verzicht auf Onboarding für Ihre Kundschaft		✓	✓	✓	✓	✓
Customer Reference Program		✓	✓	✓	✓	✓
Berechtigt für Partner-Matching*			✓	✓	✓	✓

* Partner-Matching-Möglichkeiten sind nicht garantiert und unterliegen den Geschäftsanforderungen der Kundschaft. Die Partnerstufe ist eines der Kriterien, die wir bei der Bestimmung der Eignung berücksichtigen, aber auch die Kundenbindung, die MRR-Quellen (Partner-Kollaboration) und die Zertifizierungen werden herangezogen. Neben anderen Kriterien werden höhere Stufen, akkreditierte Partner und Partner mit höherer MRR aus Partnerquellen bevorzugt.

SERVICETOOLS	PROVIDER	OHNE STUFE	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
Partnerschulungen der HubSpot Academy	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Kundenmanagement-Dashboard	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Partnerlizenz	✓	✓	✓	✓	✓	✓
* Berechtig für Datenmigrationstool					✓	✓

* Berechtig für Datenmigrationstool: Das Tool ist für Partner ab Stufe Platinum verfügbar, die entweder für die CRM-Implementierung oder die Datenmigration akkreditiert sind.

INTERAKTIONSTOOLS	PROVIDER	OHNE STUFE	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
Partnerressourcen-center		✓	✓	✓	✓	✓
Seismic: Enablement-Plattform				✓	✓	✓
Produktrezensionen				✓	✓	✓

COMMUNITY	PROVIDER	OHNE STUFE	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
Privater Bereich innerhalb der HubSpot Community	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Vierteljährlicher E-Mail-Newsletter und monatliches Partner-Power-Up	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Private Slack-Gruppe für HubSpot-Partner	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Private Facebook-Gruppe für HubSpot-Partner		✓	✓	✓	✓	✓
Berechtig zur Bewerbung beim Partner Advisory Council (PAC)			✓	✓	✓	✓

Alle Vorteile im Detail

Umsatzbeteiligung

Provision pro erfolgreich abgeschlossenem Deal

Wenn Sie Neukundinnen und -kunden zu HubSpot bringen, profitieren Sie von einer Umsatzbeteiligung (auch Provision genannt). Damit möchten wir Ihnen für Ihren Einsatz danken, mit dem Sie unseren gemeinsamen Kundinnen und Kunden die Produkte von HubSpot anbieten und bereitstellen. Wir empfehlen Ihnen, zunächst [die Verkaufsregeln](#) sowie die [Richtlinien des Partnerprogramms](#) zu lesen, bevor Sie mit dem Provisionen verdienen loslegen.

Umsatzbeteiligung bei Teilnahme am HubSpot Upmarket Referral Program

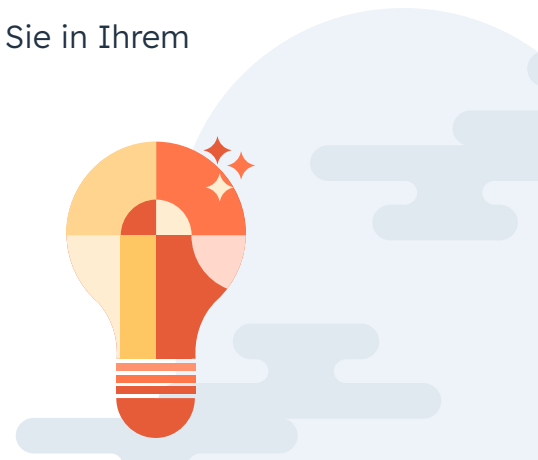
„Do It For Me“ (DIFM) ist eine der Möglichkeiten, wie Partner mit Growth Specialists von HubSpot zusammenarbeiten und gemeinsam verkaufen können. Wir haben 2023 das neue HubSpot Upmarket Referral Program für teilnahmeberechtigte Partner eingeführt. Berechtigte Partner können auf qualifizierte Deals für ein Jahr ab dem Verkaufsdatum eine Provision in Höhe von 10 % erhalten. In den [Verkaufsregeln](#) finden Sie die vollständigen Informationen dazu.

Persönlicher Support

Partner Development Manager (PDM)

Wie oben dargelegt, haben alle Solutions Partner Zugang zu einem Partner Development Manager (PDM), Ihrer zentralen Ansprechperson bei HubSpot, die Ihnen hilft, sich mit anderen Teams zu vernetzen. Zu den Aufgaben des PDM umspannen Ihr gesamtes Unternehmen; dazu gehören die strategische Planung, die Umsetzung von Wachstumsplänen, die Formulierung neuer Geschäftsziele, der Ausbau Ihres Kundenstamms und die Sicherstellung eines erfolgreichen HubSpot-Geschäfts mit den richtigen Akkreditierungen und Zertifizierungen.

Wer [Ihr persönlicher Partner Development Manager](#) ist, können Sie in Ihrem Partneraccount nachsehen.



Growth Specialists

Alle Solutions Partner haben Kontakt zu Growth Specialists (GSs) im direkten Vertriebsteam von HubSpot, die jeweils einem geografischen Vertriebsgebiet zugewiesen sind. GSs sind Ihre Vertriebspartner im Tagesgeschäft, die gemeinsam mit Ihnen Kommunikationsstrategien, Rollen, Verantwortlichkeiten und einen Abschlussplan für jeden Deal erarbeiten. Sie unterstützen Sie bei Demos, beim Erstellen und Versenden von Angeboten und helfen Ihnen dabei, den Proof-of-Involvement (POI) für jeden Deal beizufügen. Sobald Sie einen Deal registriert haben, wird diesem automatisch ein GS basierend auf Standort und Segment zugewiesen.

Zugang zu fachkundigem Support

Sie erhalten Zugang zu einem erfahrenen Mitglied unseres Support-Teams für die technische Fehlerbehebung. Drücken Sie bei Ihrem Anruf einfach die 5. Ihr PDM kann Ihnen gerne weitere Informationen hierzu bereitstellen. *Bitte beachten Sie, dass der Premiumsupport bisher nur auf Englisch verfügbar ist.*

Sales Specialist Team – Service Hub & Operations Hub

Bei unseren Sales Specialists handelt es sich um produktorientierte Account Executives, die sich auf Service Hub (Professional und Enterprise) und Operations Hub (Professional und Enterprise) spezialisiert haben. Ihre Aufgabe ist es, die effektivsten Verkaufstaktiken für neue Produkte zu definieren und zu systematisieren. Dabei setzen sie ihr Fachwissen und ihre Erfahrungen gezielt ein, um den Erwartungen von Kundinnen und Kunden gerecht zu werden. Sales Specialists arbeiten mit Ihrem Vertriebsteam zusammen, um gemeinsam zu verkaufen, und bringen während des gesamten Prozesses ihre Produktexpertise ein.

Pre-Sales Solutions Architect

Elite Solutions Partnern stellen wir außerdem einen persönlichen Solutions Architect zur Seite. Dieses Angebot gilt für Partner, die das gesamte Produktportfolio von HubSpot vertreiben und vorwiegend Großunternehmen mit komplexen Anforderungen zu ihrer Kundschaft zählen. Unsere Solutions Architects sind unsere erfahrensten Technologieprofis und arbeiten eng mit unserem Sales Engineering-Team zusammen. Sie stehen in direktem Kundenkontakt und sind in unsere Vertriebs- und Go-to-Market-Prozesse sowie unsere Produktteams eingebunden. Kontaktieren Sie bitte Ihren PDM, um zu erfahren, wer Ihr Solutions Architect ist.

Partner Platform Services

Unseren Elite-Partnern stellen wir zudem weitere Unterstützung zur Seite: das Team für Partner Platform Services. Dieses Team soll das Customer-Success-Strategieteam unterstützen. Das Team arbeitet mit Ihnen komplexe Kundenszenarien aus und berät Sie bei strategischen Fragen zu Integrationen. Dazu können vierteljährliche Meetings zur strategischen Beratung angesetzt werden. Zusätzlich dazu hilft Ihnen das Team bei Bedarf gerne dabei, die richtige Technologielösung für eine bestimmte Kundeninitiative zu bestimmen. Ihr PDM kann Ihnen gerne weitere Informationen hierzu bereitstellen.



Marketingtools

HubSpot Solutions-Anbieterverzeichnis

Unternehmen suchen tagtäglich nach einem starken Partner, der ihnen Rat und Unterstützung bieten kann. Als Solutions Provider oder Solutions Partner können Sie sich in unser HubSpot Solutions-Anbieterverzeichnis eintragen lassen, sodass Sie von mehr potenziellen Kundinnen und Kunden gefunden werden. Dort können Sie auch Ihre Spezialisierungen (nach Branche und Region), HubSpot-Zertifizierungen, Impact Awards und Akkreditierungen angeben. Außerdem können Sie Kundenrezensionen hinzufügen. Falls noch nicht geschehen, können Sie [hier](#) Ihr Profil erstellen.

Nutzergruppen für Partner (PUGs)

Nutzergruppen für Partner, auch PUGs genannt, sind rollenbasierte Networking-Gruppen, die Sie monatlich mit anderen Partnern in Ihrer Region verbinden. In den PUGs lernen Sie Partner mit verschiedenen Stufen und unterschiedlichem Hintergrund kennen, die mit ähnlichen Herausforderungen konfrontiert sind. Finden Sie gemeinsam neue Wege, um Herausforderungen zu bewältigen, und knüpfen Sie gleichzeitig wertvolle Kontakte in der Partnercommunity. [Hier erhalten Sie](#) weitere Einzelheiten zu diesem einjährigen Programm, einschließlich der Anmeldedaten und der regionalen, persönlichen Super PUG-Treffen.

Impact Awards

Außergewöhnliche Leistungen sollten honoriert werden. Deshalb bieten wir unseren Partnern viermal jährlich die Möglichkeit, sich für einen HubSpot Impact Award zu bewerben und sich mit dieser besonderen Auszeichnung von ihrer Konkurrenz abzuheben. Vielleicht benötigen Sie ein bisschen Inspiration: Sehen Sie sich [die Gewinnerinnen und Gewinner aus vergangenen Jahren](#) an und [bewerben Sie sich dann hier](#).

Stufenabzeichen

Werten Sie Ihr Fachwissen gegenüber potenzieller Kundschaft mit einem Abzeichen auf, das Ihre HubSpot-Expertise bestätigt. Nutzen Sie Ihr [Stufenabzeichen](#), um sich von der Konkurrenz abzuheben, indem Sie es beispielsweise auf Ihrer Website oder in Ihre E-Mail-Signatur einbetten. Das bietet außerdem den Vorteil, dass Interessierte auf einen Blick erkennen können, über welche HubSpot-Kompetenzen Sie verfügen. Bitte beachten Sie die [Werberichtlinien für Partner](#) und unsere allgemeinen [Richtlinien für die Verwendung unserer Marken](#).

Partner-Brandfolder

In unserem neuen [Brandfolder für Solutions Partner](#) finden Sie alles, was Sie für Ihr HubSpot-Branding benötigen: aktualisierte Markenrichtlinien, Programmlogos, Stufenabzeichen, über 50 Icons und mehr als 60 Produktscreenshots, die Sie in Ihrem Marketingmaterial verwenden können. Bitte beachten Sie bei der Verwendung dieser Assets unsere [Werberichtlinien](#).

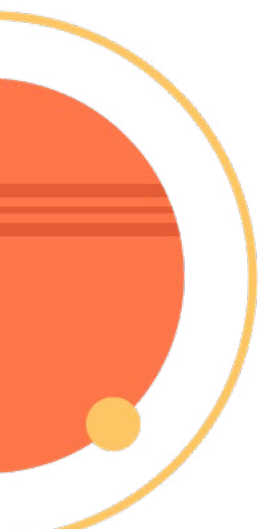
Es ist immer besser, die partnerspezifischen Logos und Abzeichen zu verwenden. Wenn in bestimmten Fällen die Verwendung des HubSpot-Logos oder -Symbols sinnvoller erscheint, müssen Sie vorab ein Beispiel Ihrer Ressource zur Genehmigung einreichen, indem Sie [dieses Formular](#) ausfüllen. Bitte beachten Sie, dass das Genehmigungsverfahren 7–10 Werktage in Anspruch nehmen kann.

Wenn Ihre Anfrage genehmigt wird, erhalten Sie einen zeitlich begrenzten, privaten Link zum Brandfolder, der es Ihnen ermöglicht hochauflösende Versionen der Logos herunterzuladen.

Bevor Sie Ihre Anfrage einreichen, lesen Sie sich bitte die [Richtlinien für die Verwendung unserer Marken](#) durch. Wenn Sie ein HubSpot-Logo verwenden, ändern Sie weder seine Farbe noch seine Form und bewahren Sie sein ursprüngliches Aussehen.

Beiträge zur Marketingbibliothek

Veröffentlichen Sie Ihre Ressourcen und Vorlagen in der [Marketing-Bibliothek von HubSpot](#), um sie mit anderen Marketern zu teilen. Ihr Vorteil: Da unsere Bibliothek bei Marketingfachleuten weltweit anerkannt ist, können Sie mit dort veröffentlichten Inhalten ganz einfach Leads generieren. *Hinweis: Die Qualität aller Inhalte wird geprüft. Ferner gilt, dass Ihr Content von Ihrem Unternehmen stammen muss und nicht aus Vorlagen erstellt sein darf. Vorrangig werden Themen behandelt, die eine Lücke füllen oder auf die Prioritäten des Unternehmens abgestimmt sind.*



Qualifiziert für Co-Marketing-Möglichkeiten*

2024 beginnen wir mit der Erprobung von Möglichkeiten des Co-Marketings. Diese Co-Marketing-Angebote sind in ihrem Umfang beschränkt, nicht garantiert und unterliegen den Anforderungen von HubSpot. Es ist geplant, dass Solutions Partner der Stufen Platinum, Diamond und Eliten in Frage kommen, sobald sich Möglichkeiten ergeben. Darüber hinaus wird es weitere Qualifizierungskriterien geben, aber generell haben u. a. Partner höherer Stufen, akkreditierte Partner, Partner mit höherem MRR aus Partnerquellen Vorrang. Für bestimmte Regionen werden nach Ermessen von HubSpot und in Abhängigkeit von den geschäftlichen Erfordernissen Ausnahmen von diesen Kriterien gewährt.

Berechtigt, in einem HubSpot-Blog zitiert zu werden

Als Solutions Partner der Stufen Diamond oder Elite können Sie Ihr Fachwissen in einem HubSpot-Blogartikel vorstellen, indem Sie ein Expertenzitat beisteuern. Diese Artikel können zwischen 500.000 und 1 Mio. Aufrufe erreichen. Sie können auch einen Backlink Ihrer Wahl in den Artikel einfügen. Um sich für diese Gelegenheiten zu bewerben, treten Sie einem privaten Slack-Kanal im Partner-Slack-Bereich bei, in dem unser Blog-Team solche Gelegenheiten posten wird. Beantragen Sie den Zugang mit [diesem Formular](#).

Hinweis: Dies gilt nur für den englischen Blog, aber wir prüfen die Möglichkeiten für Blogs in anderen Sprachen. In der Zwischenzeit können nicht-englischsprachige Partner weiterhin Beiträge zu den englischen Blogs leisten.



Vertriebstools

Dealregistrierung

[Die Dealregistrierung](#) ist ein benutzerdefiniertes Tool, das Problemelemente im Verkaufsprozess beseitigt. Das Besondere an dem Tool: Durch die Registrierung eines Deals wird ein geteilter Deal erstellt, der die Daten zwischen Ihrem Portal und HubSpot synchronisiert. Ein geteilter Deal ist der Dealdatensatz, der nach der Registrierung eines Deals sowohl im CRM des Partners als auch im CRM von HubSpot erstellt wird. Sie haben drei Möglichkeiten, um geteilte Deals zu registrieren: über ein Banner auf dem Partnerdashboard, im Kontakt- oder Unternehmensdatensatz oder indem Sie einen bestehenden Deal in Ihrem CRM-System konvertieren.

Partnerdealbenachrichtigungen

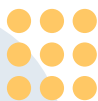
[Aktivieren Sie](#) die Dealbenachrichtigungen, damit Sie Benachrichtigungen erhalten, wenn sich jemand vom interessierten Unternehmen bei HubSpot anmeldet. Weitere Informationen erhalten Sie [hier](#). Die Option zur Registrierung finden Sie in Ihrem Partneraccount auf der Registerkarte „Einstellungen“.

HubSpot-Demo-Account

[Über Ihren persönlichen Demo-Account haben Sie Zugang](#) zur kompletten Enterprise-Suite von HubSpot und den zugehörigen CRM-Testdaten. So können Sie Ihren potenziellen Kundinnen und Kunden die gesamte Suite zeigen.

Verzicht auf Onboarding für Ihre Kundschaft

Schließen Sie die Partnerzertifizierung ab und absolvieren Sie das Partneronboarding mit Ihrem PDM, um Profi für Inbound-Services und die HubSpot-Software zu werden. Damit sind Sie dazu berechtigt, das Onboarding Ihrer Kundinnen und Kunden selbst zu erbringen, sollten sie dies bevorzugen. Damit auf das Onboarding verzichtet werden kann, müssen Sie entsprechende Dienstleistungen anbieten, die ein ausreichender Ersatz für die Onboarding-Services von HubSpot sind. Weitere Informationen finden Sie im Abschnitt „Verzicht auf Onboarding“ in den Verkaufsrichtlinien.



Customer Reference Program

Das Customer Reference Program stellt den Kontakt zwischen potenziellen und bestehenden Kunden und Kundinnen her, die sich in einem persönlichen Einzelgespräch über ihre Erfahrungen mit der CRM-Plattform von HubSpot austauschen. Während des Gesprächs teilen die Kunden und Kundinnen ihre Ansichten frei mit und beantworten mögliche Fragen der interessierten Person. Ihr PDM kann Ihnen gerne weitere Informationen hierzu bereitstellen.

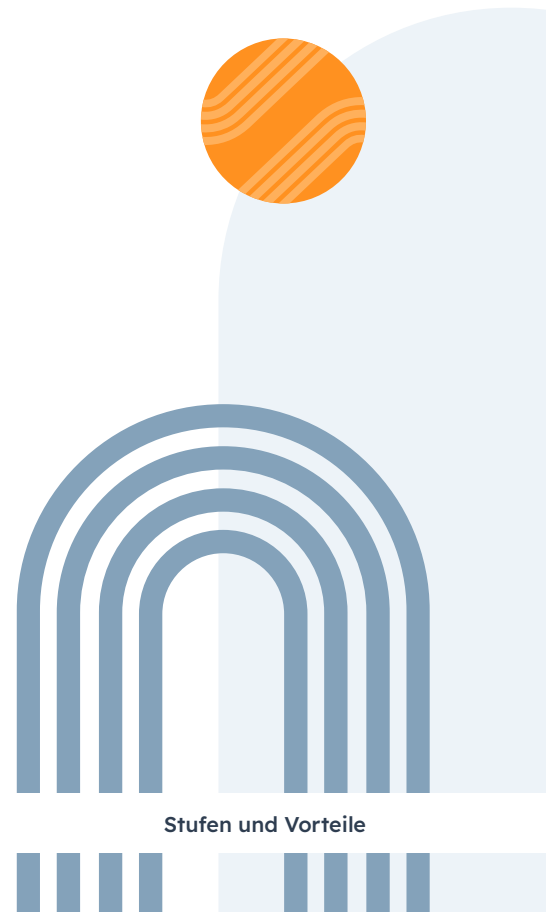
Berechtigt zum Partner Matching

Das Partner-Matching-Programm zielt darauf ab, Kundinnen und Kunden mit dem am besten geeigneten Partner auf der Grundlage der Kundenbedürfnisse, der validierten Fähigkeiten und der Erfolgsquote des Partners zusammenzubringen. Um für das Partner Matching in Frage zu kommen, muss ein Partner:

- über eine aktive Akkreditierung verfügen

ODER

- mindestens die Stufe Gold haben
- eine durchschnittlichen C\$R (Customer Retention) von mindestens 85 % über 12 Monate erzielen
- mindestens 20 % ihrer gesamten verkauften MRR selbst erbracht haben (Partner Collab)
- mindestens [eine Software-Zertifizierung besitzen](#)
- mindestens eine Implementierungszertifizierung besitzen



Servicetools

Partnerschulungen der HubSpot Academy

Greifen Sie auf einen exklusiven Katalog von Partnerschulungen zu, um innerhalb Ihres Unternehmens spezifische Fähigkeiten weiterzuentwickeln, z. B. in den Bereichen Vertrieb, Kundenservice und Implementierung. Validieren Sie Ihr Fachwissen in ausgewählten strategischen Kompetenzbereichen mithilfe von Qualifikationen. Alle verfügbaren Partnerschulungen und -qualifikationen können Sie in Ihrem Profil unter [„HubSpot Academy“ mit Klick auf die Registerkarte „Partnertraining“ sehen](#).

Kundenmanagement-Dashboard

Dieses übersichtliche Dashboard liefert Ihnen Echtzeitdaten und hilfreiche Einblicke in die Performance Ihrer Kundinnen und Kunden, was Ihnen wiederum fundierte Entscheidungen ermöglicht. In der Kundenverwaltung können Sie außerdem unter [den Zugriff Ihrer Teams](#) auf Kundenaccounts verwalten und Partner-Admin-Berechtigungen zuweisen. Produkt- und Lifecycle-Phasen-übergreifende Warnhinweise und Benachrichtigungen stellen sicher, dass Sie immer genauestens über den Fortschritt Ihrer Kundschaft informiert sind. [Auf das Dashboard](#) können Sie jederzeit über Ihren Partneraccount zugreifen.

Partnerlizenz

Am 5. März 2024 führt HubSpot ein aktualisiertes, auf Nutzerlizenzen basiertes Preismodell für alle neuen Kundinnen und Kunden ein. Mit diesem neuen Preismodell führen wir auch die neue, kostenlose Partnerlizenz ein, der von der jeweiligen Kundschaft in deren Ermessen gewährt wird. Mit der Partnerlizenz können berechnigte Mitarbeitende von Partnern und Providern auf alle Funktionen eines Accounts zugreifen, so dass sie ihre Arbeit erledigen können, ohne einen eigenen Zugang erwerben zu müssen. Mit der Partnerlizenz ist es nicht mehr erforderlich, den Zugang zu Account-Funktionen zu beantragen, wie z. B. den Zugang zu Funktionen für den Vertrieb oder Service. Wie Sie eine Partnerlizenz zuweisen, erfahren Sie in [diesem Artikel in der Wissensdatenbank](#).

Mehr über die Preisänderungen erfahren Sie in [diesem Blogbeitrag](#). Wenn Sie derzeit Solutions Partner sind, können Sie in dieser [Academy-Schulung](#) alle Details (auch zur Partnerlizenz) erfahren.

* Berechnigt für Datenmigrationstool

HubSpot erleichtert die Migration von Kundendaten von anderen CRM-Plattformen zu HubSpot. Wir haben ein Tool entwickelt, mit dem kontextbezogene Kundendaten (Aktivitäten, E-Mails, Interaktionen) migriert werden können, so dass Kundinnen und Kunden bei HubSpot genau dort einsteigen können, wo sie bei ihrer anderen CRM-Plattform waren, und schnell einen Mehrwert erhalten. Das kostenlose Tool erfordert keine Programmierung oder API-Arbeit, so dass Migrationen einfach und schnell durchgeführt werden können. Das Tool ist für Partner der Stufe Platinum, Diamond und Elite verfügbar, die entweder für die CRM-Implementierung oder die Datenmigration akkreditiert sind.



Interaktionstools

Partnerressourcencenter

Das [Partnerressourcencenter](#) ist Ihre erste Anlaufstelle für aktuelle Informationen und Ressourcen für Partner. Von dort aus können Sie dann direkt auf Produktressourcen und den Partnerblog zugreifen und sich eingehender über die hier genannten Vorteile informieren. Kurzum: Im Partnerressourcencenter finden Sie die Tools, die Sie benötigen, um die Produkte von HubSpot erfolgreich zu vertreiben und gemeinsam mit HubSpot zu wachsen.

Seismic: Enablement-Plattform

Als Platinum-, Diamond- oder Elite-Partner haben Sie exklusiven Zugang zur Enablement-Plattform [Seismic](#). Auf dieser Plattform finden Sie alle aktuellen Präsentationen, Kompaktübersichten, Wettbewerbsstudien und andere hilfreiche Ressourcen, die für Ihre Vertriebs- und Serviceteams von Nutzen sind. Darüber hinaus werden Ihnen auch vertrauliche Informationen von HubSpot zur Verfügung gestellt, die z. B. bevorstehende Produkteinführungen betreffen. So haben Sie auf derselben Plattform Zugriff auf dieselben Ressourcen wie die HubSpot-Vertriebsteams.

Produktrezensionen

Wir bieten Ihnen einen Vorgeschmack auf neue Produkte und Programmänderungen sowie exklusive Events mit HubSpot-Führungskräften. Unsere Platinum-, Diamond- oder Elite-Partner haben die Möglichkeit, an internen Veranstaltungen teilzunehmen, um von Führungskräften, Go-to-Market-Fachleuten und Produktmanagerinnen- und managern von HubSpot aus erster Hand exklusive Informationen zu bevorstehenden Produktneuerungen und andere Einblicke hinter die Kulissen zu erhalten. Diese exklusiven Events bieten unseren Partnern der höheren Stufen die einzigartige Möglichkeit, als Erste von neuen Funktionen, Kampagnen und Produkten zu erfahren. Berechtigte Partnermitarbeitende, die die Vertraulichkeitsschulung absolviert haben, werden per E-Mail eingeladen.

Onboarding Foundations

Die Workshop-Reihe „Onboarding Foundations“ vermittelt Partnern das grundlegende Wissen für den Verkauf von HubSpot und zugehörige Serviceleistungen, damit sie ihrer Kundschaft ein herausragendes Erlebnis bieten können. Darüber hinaus umfasst sie softwarespezifische Workshops, die Ihnen helfen, die HubSpot Produktplattform zu beherrschen und einzuführen. Weitere Informationen dazu finden Sie [hier](#).

Community

Privater Bereich innerhalb der HubSpot Community

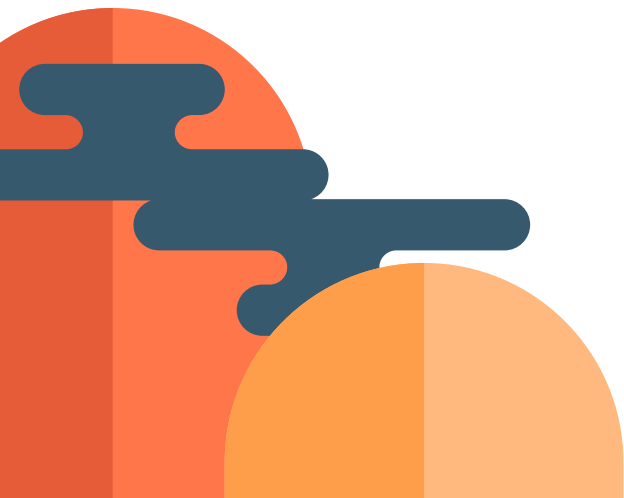
Die HubSpot Community bietet Ihnen eine einzigartige Gelegenheit, sich mit Nutzerinnen und Nutzern der Produkte und Dienstleistungen, die Sie vertreiben, auszutauschen. Außerdem haben wir einen privaten, nur für Partner zugänglichen Bereich in der Community, in dem Sie sich mit Gleichgesinnten über strategische Fragen austauschen, Produktupdates entdecken und die neuesten von HubSpot veröffentlichten Ressourcen erhalten können. Weitere Informationen dazu finden Sie [auf dieser Seite](#).

Private Slack-Gruppe für HubSpot-Partner

Schließen Sie sich unserer stetig wachsenden Slack-Gruppe für Partner an, um Teil einer starken, internationalen Community zu werden und mit Partnern aus der ganzen Welt zusammenzuarbeiten. Nutzen Sie diese private Gruppe, um mit anderen Partnern in Kontakt zu bleiben oder sich per Direktnachrichten mit Ihrem PDM bei HubSpot auszutauschen. Solutions Partner, die in die Gruppe aufgenommen werden möchten, können [hier](#) einen Antrag stellen. Beachten Sie bitte, dass Sie hierfür Partner sein bzw. mindestens die Gold-Stufe innehaben müssen. Solutions Provider können die Aufnahme in die Gruppe [hier](#) beantragen.

Monatlicher E-Mail-Newsletter

Damit unsere Partner und ihre Teams keine wichtigen Updates und Informationen verpassen, versenden wir monatlich einen Newsletter. Abonnieren Sie in Ihrem HubSpot-Account den E-Mail-Newsletter des Abonnementtyps „Bildung, Content und Ressourcen“, damit Sie die vierteljährlichen E-Mails mit unseren Programmupdates erhalten. Der Newsletter enthält wichtige Produktupdates, Ankündigungen für Partner sowie weitere informative Inhalte. Wenn Sie diese E-Mails abonnieren, erhalten Sie außerdem unser monatliches Partner-Power-Up, das Vertriebs- und Produktressourcen enthält, die Ihnen dabei helfen, sich als HubSpot-Partner erfolgreich aufzustellen.



Private Facebook-Gruppe für HubSpot-Partner

Schließen Sie sich unserer Facebook-Gruppe für HubSpot-Partner an, um sich mit Partnern auf der ganzen Welt zu vernetzen. Falls Sie beispielsweise Fragen zum Thema Integrationen, zu den besten Werbestrategien oder zu den HubSpot-Tools haben, erhalten Sie dort schnell und mühelos fachkundigen Rat. Füllen Sie unbedingt alle erforderlichen Felder aus, wenn Sie [den Beitritt zu dieser Gruppe beantragen](#). *Es werden nur Beitrittsgesuche von verifizierten Solutions Partnern berücksichtigt.* Mit dem Beitritt zur Gruppe erklären Sie sich auch mit den nachfolgenden Verhaltensregeln einverstanden. Die Nichteinhaltung dieser Regeln kann dazu führen, dass Sie aus der Gruppe ausgeschlossen werden (nach alleinigem Ermessen von HubSpot):

- 1. Handeln Sie nach bestem Ermessen:** Diese Gruppe soll unseren Solutions Partnern helfen, sich zu vernetzen und zu wachsen. Es liegt an allen Mitgliedern, ein gutes Urteilsvermögen anzuwenden, wenn sie posten oder interagieren. Wir wollen uns gegenseitig unterstützen, helfen und aufbauen, damit diese Gemeinschaft ein sicherer und hilfreicher Ort bleibt.
- 2. Seien Sie freundlich und respektvoll zueinander:** Wir sind hier, um zu lernen und Kontakte zu knüpfen, also seien Sie respektvoll. Hassreden sind nicht erlaubt. Herabwürdigende Kommentare zu Themen wie Rasse, Religion, Kultur, sexuelle Orientierung, Geschlecht, Politik oder Identität werden nicht geduldet. Posts, die hiergegen verstoßen, werden entfernt.
- 3. Bleiben Sie beim Thema:** Wir wollen, dass diese Gruppe für alle interessant ist. Das Erstellen von Beiträgen mit reinen Links oder von einer Unternehmensseite wird als Spam angesehen und entfernt. Es ist in Ordnung, über offene Stellen und anstehende Veranstaltungen zu informieren, aber fügen Sie entsprechenden Kontext hinzu.
- 4. Übernehmen Sie Verantwortung:** Sie sind für Ihre Interaktionen verantwortlich. Geben Sie nichts weiter, was gegen Ihre vertraglichen Vereinbarungen (Urheberrecht, Geschäftsgeheimnis, Geheimhaltung usw.) verstoßen würde, einschließlich der Vereinbarung für das HubSpot Solutions Partner Program und unserer Programmrichtlinien.
- 5. Behalten Sie vertrauliche Informationen für sich:** Partner haben möglicherweise Zugriff auf HubSpot-Informationen, die nicht öffentlich oder für alle Partner verfügbar sind, wie z. B. geplante Betaphasen. Denken Sie daran, dass Sie als Partner an die Vertraulichkeitsverpflichtungen der Vereinbarung für das HubSpot Solutions Partner Program gebunden sind. Wenn Sie vertrauliche Informationen erhalten haben, geben Sie sie nicht weiter.

6. **Teilen Sie Ihre Expertise:** Helfen Sie mit, die HubSpot-Partnercommunity zu bereichern, indem Sie Ihr HubSpot-Fachwissen weitergeben. Vielleicht haben Sie genau die richtige Antwort, nach der jemand anderes sucht, also bringen Sie Ihre Erkenntnisse in das Gespräch ein.
7. **Helfen Sie uns, auch andere Mitglieder zur Verantwortung zu ziehen:** Wir ermutigen Sie, die Meldefunktion zu nutzen, um Beiträge oder Kommentare, die moderiert werden müssen, an die Gruppenadministratoren zu melden. Klicken Sie dazu auf die drei Punkte neben einem Beitrag oder Kommentar und wählen Sie „Beitrag an Gruppenadministratoren melden“.

Berechtigt zur Bewerbung beim Partner Advisory Council (PAC)

Der [Partner Advisory Council \(PAC\)](#) von HubSpot setzt sich aus fünf regionalen Gruppen zusammen, die sich einmal im Quartal treffen, um verschiedene Themen wie Programmänderungen oder neue Produktangebote zu besprechen. Bei wichtigen Entscheidungen über die Zukunft des Programms fungiert die Partner Advisory Council als Sprachrohr unserer Partnercommunity. Sie haben einmal jährlich (im 1. Quartal) die Möglichkeit, sich zu bewerben. Dies ist eine der vielen Möglichkeiten, Feedback zum Programm zu geben.



Hilfreiche Links

Setzen Sie sich am besten Lesezeichen für die nachstehenden Ressourcen – Sie werden sie sicher noch öfter konsultieren.

Tipps und Ressourcen für Ihre aktive Teilnahme am Partnerprogramm:

[Kundenmanagement-Dashboard](#)

[Seismic-Plattform](#)

[Partnerressourcencenter](#)

[Produktressourcen](#)

[HubSpot-Partnercommunity](#)

Richtlinien und Vorgaben von HubSpot:

[Überblick über die Verkaufsregeln](#)

[Verhaltenskodex für das Solutions Partner Program von HubSpot](#)

[Informationen zu Provisionen für Partner](#)

[Der Lead-Registrierungsprozess im Überblick](#)

[Richtlinien zu Events, Pressemitteilungen und Branding](#)

[Vereinbarung für das Solutions Partner Program von HubSpot](#)