HubSpot

System of Engagement: Wie aus fragmentierten Daten messbarer Umsatz wird

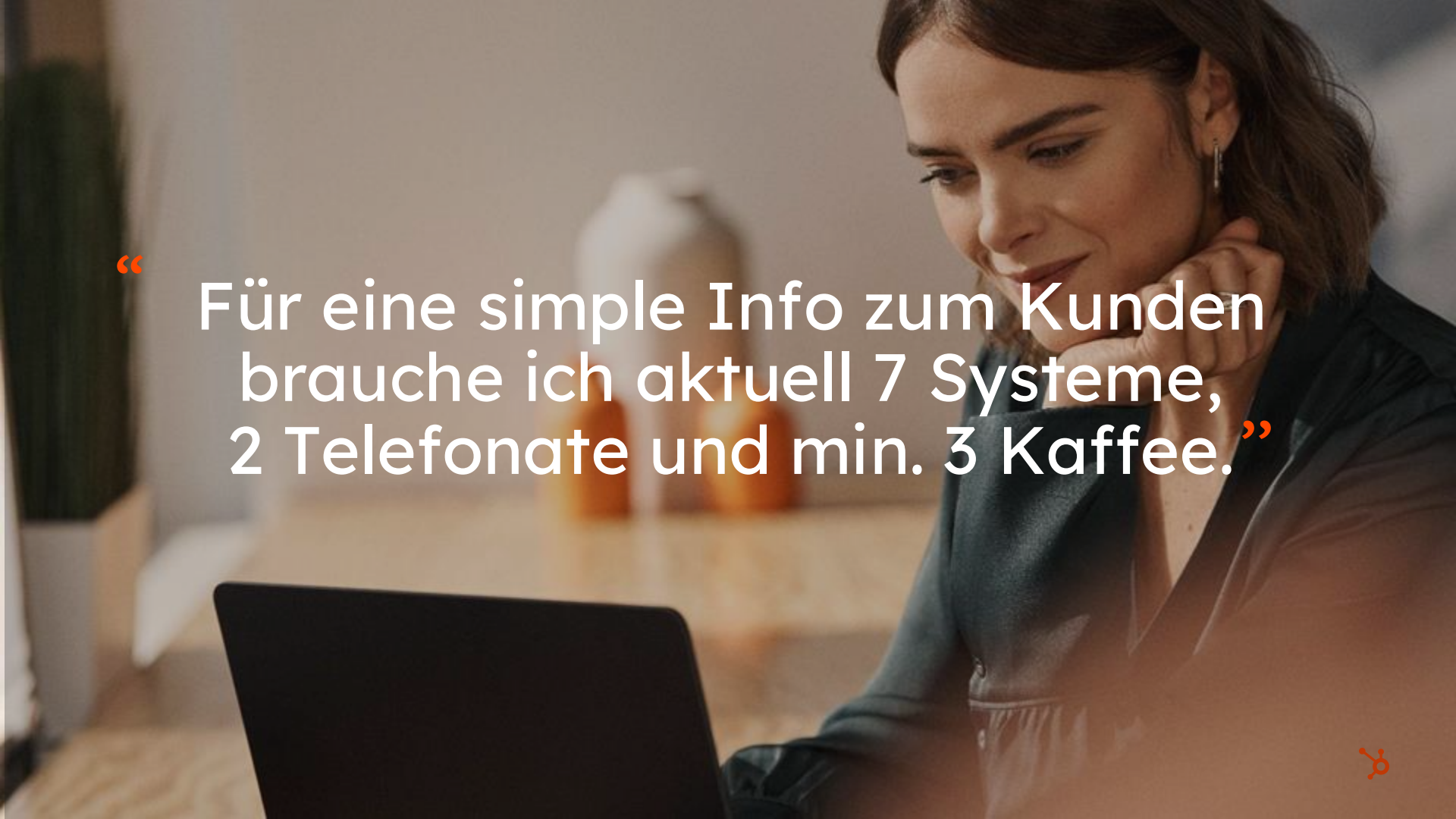
1.10.2026

RYZE EXPERIENCE CONFERENCE 2026

Jannis Richter
Senior Solutions Engineer
HubSpot

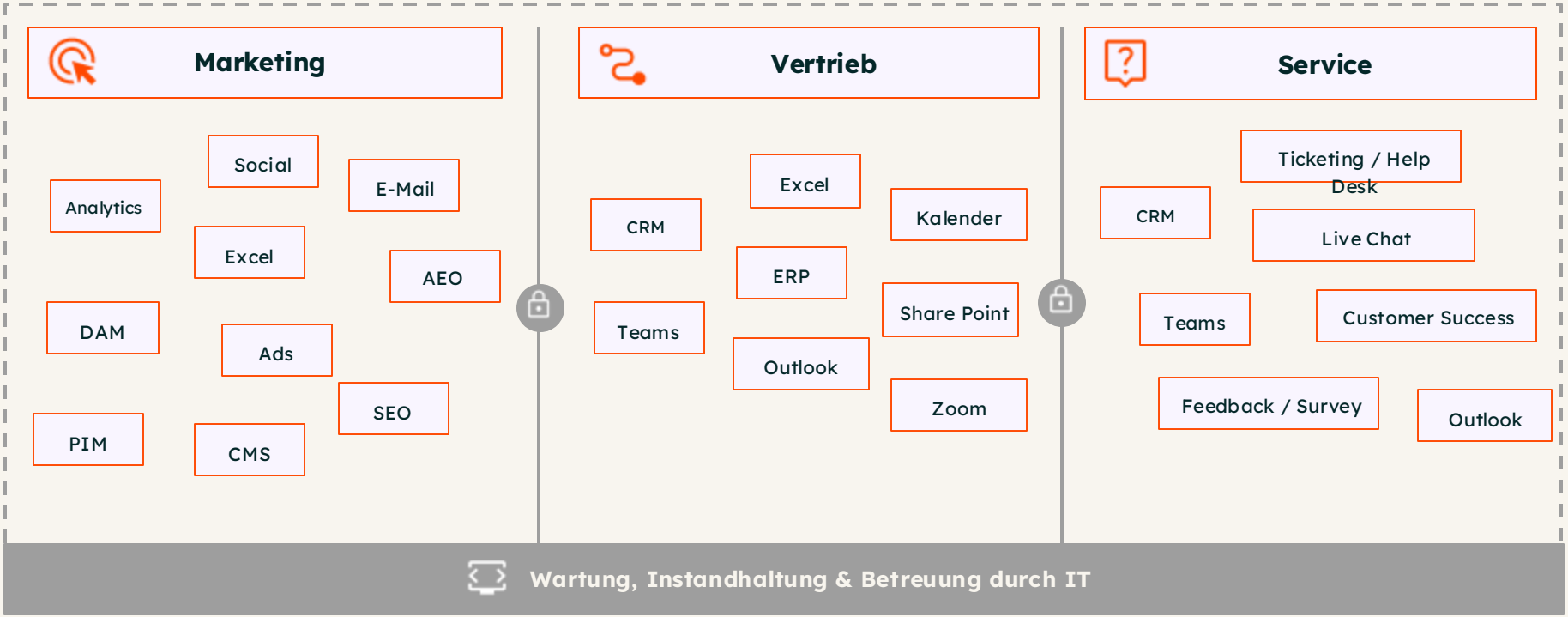
01 Intro

“ Die Budgetplanung im Marketing erfolgt nach Bauchgefühl. ”
HubSpot


“Für eine simple Info zum Kunden brauche ich aktuell 7 Systeme, 2 Telefonate und min. 3 Kaffee.”

Der Grund für solche Aussagen:

Die “klassische” fragmentierte Systemlandschaft im Mittelstand



Was bedeutet das für dein Team?

Viele Systeme = Viele Medienbrüche.

Konsequenzen

01

Keine Infos zur Kundenherkunft

Niemand weiß *wirklich*, ob der Kunde über Kaltakquise, Paid Ads oder einen Messebesuch kam.

02

Entscheidungen nach Bauchgefühl

Getrennte Systeme verhindern ein akkurates zentrales Reporting und datengetriebene Entscheidungen.

03

Schlechte Datenhygiene

Wenn Kundeninfos in Outlook, Excel und SAP liegen… ist die aktuellste Info die, die keiner findet.

Die Lösung dafür heißt System of Engagement

System of Record

- Unantastbare Datenbasis
- Unverzichtbares Backend-System mit stabiler Datenbasis für einen spezifischen Funktionsbereich

→ **Zentrale Datenhaltung**

System of Engagement

- Verknüpft mit System(s) of Record
- Verbindet alle Daten/Aktivitäten aus verschiedenen Quellsystemen zu einem ganzheitlichen 360°-Kundenprofil

→ **Operative Nutzung von Daten**

Unser Plan für die nächsten 20 Minuten:

Wie funktioniert ein System of Engagement in der Praxis?

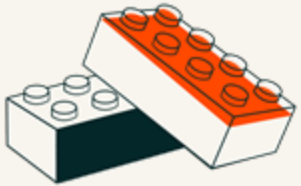
Mit HubSpot

02 Was ist HubSpot?

HubSpot ist eine agentische Kundenplattform für Marketing, Sales und Kundenbetreuung.

- ➔ 300.000+ Kunden (in 135 Ländern)
- ➔ 9.000+ Mitarbeitende (weltweit)
- ➔ 7.000+ zertifizierte Partner
- ➔ 2.000+ Integrationen

Einfach, schnell & einheitlich.

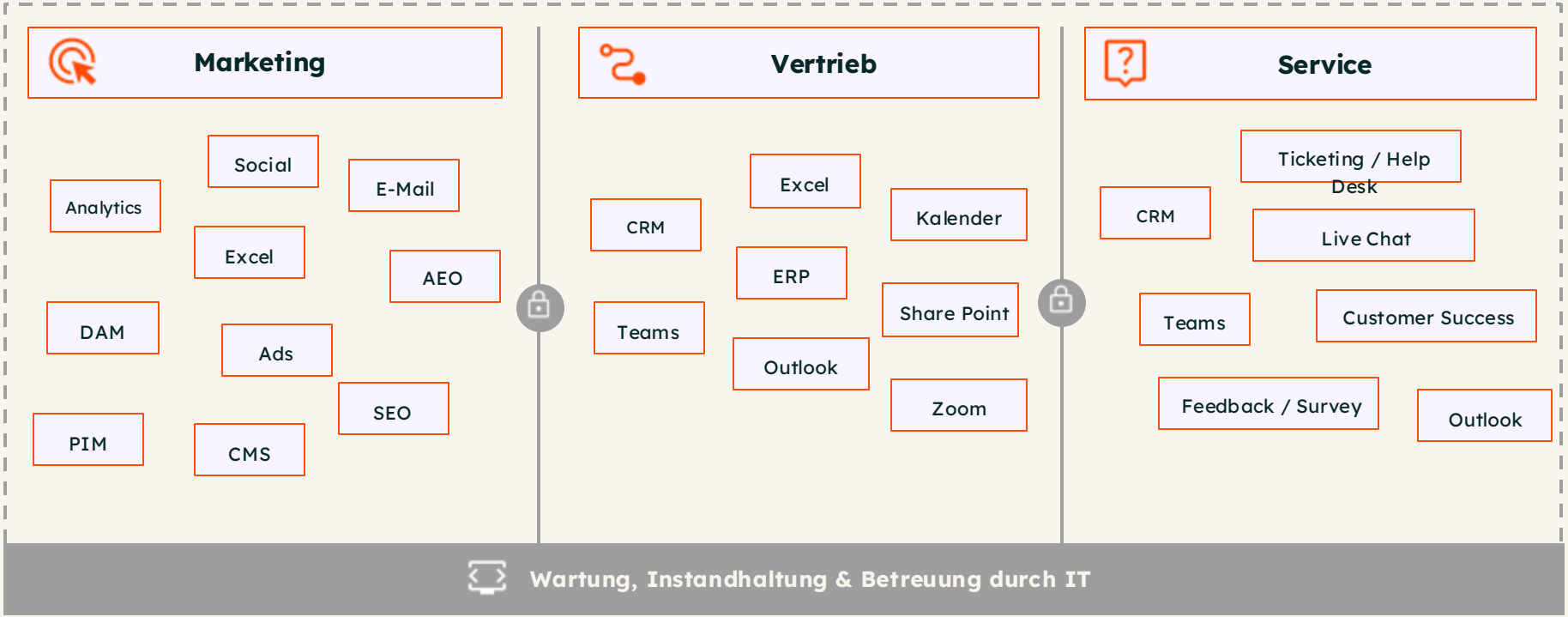


Einfache Bedienung

für schnelle Wertschöpfung

und einheitliche Daten

Was bedeutet das für unsere Datensilos?



03 Ziel-Architektur

HubSpot wird zum zentralen System of Engagement.

Die Quellsysteme bleiben unverändert. HubSpot orchestriert die Daten und macht sie operativ nutzbar.

1 · Quellsysteme

ERP
Debitor, Preise, Aufträge, Rechnungen

PIM
Artikelattribute, Varianten, Texte

DAM
Bilder, Videos, Dokumente

SHOP
Bestellungen, Warenkorb, Verhalten

CMS
Formulare, Downloads, Seitenaufrufe

HubSpot wird zum zentralen System of Engagement.

Die Quellsysteme bleiben Master. HubSpot konsolidiert die kundenbezogene Sicht, dort wo gearbeitet wird.

1 · Quellsysteme

ERP
Debitor, Preise, Aufträge, Rechnungen

PIM
Artikelattribute, Varianten, Texte

DAM
Bilder, Videos, Dokumente

SHOP
Bestellungen, Warenkorb, Verhalten

CMS
Formulare, Downloads, Seitenaufrufe

2 · Integration

Native App
HubSpot Marketplace

Data Sync
Fieldmapping, Filter

REST API
Custom Integration

Custom Events
Webhook, User Behaviour

MCP
Zugriff für externe KI

HubSpot wird zum zentralen System of Engagement.

Die Quellsysteme bleiben Master. HubSpot konsolidiert die kundenbezogene Sicht, dort wo gearbeitet wird.

1 · Quellsysteme

ERP
Debitor, Preise, Aufträge, Rechnungen

PIM
Artikelattribute, Varianten, Texte

DAM
Bilder, Videos, Dokumente

SHOP
Bestellungen, Warenkorb, Verhalten

CMS
Formulare, Downloads, Seitenaufrufe

2 · Integration

Native App
HubSpot Marketplace

Data Sync
Fieldmapping, Filter

REST API
Custom Integration

Custom Events
Webhook, User Behaviour

MCP
Zugriff für externe KI

3 · HubSpot Agentic Customer Platform

System of Engagement

Unternehmen
Debitor, Zahlungsziel, Rabattgruppe, Umsatz-Rollups, etc.
ERP SHOP

Contact
Stammdaten, Benutzerverhalten, Telefonate, Meetings, E-Mails, etc.
CMS SHOP

Artikel
Produktname, Artikelnummer, Warenbestand, Preise, etc.
PIM ERP

Orders & Invoices
Aufträge, Bestellhistorie, Rechnungen, offene Posten, etc.
ERP SHOP

Deal & Line Items
Verkaufschancen mit Produkten aus dem ERP und Infos aus dem PIM
PIM ERP

Installed Base
Seriennummer, Inbetriebnahme, Wartung, etc.
ERP

Events & Timeline
Auftrag angelegt, Warenkorb, PIM-Freigabe
ERP SHOP CMS

Files & Assets
Packshots, Banner, Datenblätter, etc.
DAM

HubSpot wird zum zentralen System of Engagement.

Die Quellsysteme bleiben Master. HubSpot konsolidiert die kundenbezogene Sicht, dort wo gearbeitet wird.

1 · Quellsysteme

ERP
Debitor, Preise, Aufträge, Rechnungen

PIM
Artikelattribute, Varianten, Texte

DAM
Bilder, Videos, Dokumente

SHOP
Bestellungen, Warenkorb, Verhalten

CMS
Formulare, Downloads, Seitenaufrufe

2 · Integration

Native App
HubSpot Marketplace

Data Sync
Fieldmapping, Filter

REST API
Custom Integration

Custom Events
Webhook, User Behaviour

MCP
Zugriff für externe KI

3 · HubSpot Agentic Customer Platform

System of Engagement

Unternehmen
Debitor, Zahlungsziel, Rabattgruppe, Umsatz-Rollups, etc.
ERP SHOP

Contact
Stammdaten, Benutzerverhalten, Telefonate, Meetings, E-Mails, etc.
CMS SHOP

Artikel
Produktname, Artikelnummer, Warenbestand, Preise, etc.
PIM ERP

Orders & Invoices
Aufträge, Bestellhistorie, Rechnungen, offene Posten, etc.
ERP SHOP

Deal & Line Items
Verkaufschancen mit Produkten aus dem ERP und Infos aus dem PIM
PIM ERP

Installed Base
Seriennummer, Inbetriebnahme, Wartung, etc.
ERP

Events & Timeline
Auftrag angelegt, Warenkorb, PIM-Freigabe
ERP SHOP CMS

Files & Assets
Packshots, Banner, Datenblätter, etc.
DAM

4 · Teams & User

Vertrieb
Sieht Auftragshistorie, Ansprechpartner, Marketing Aktivität und evtl. Beschwerden

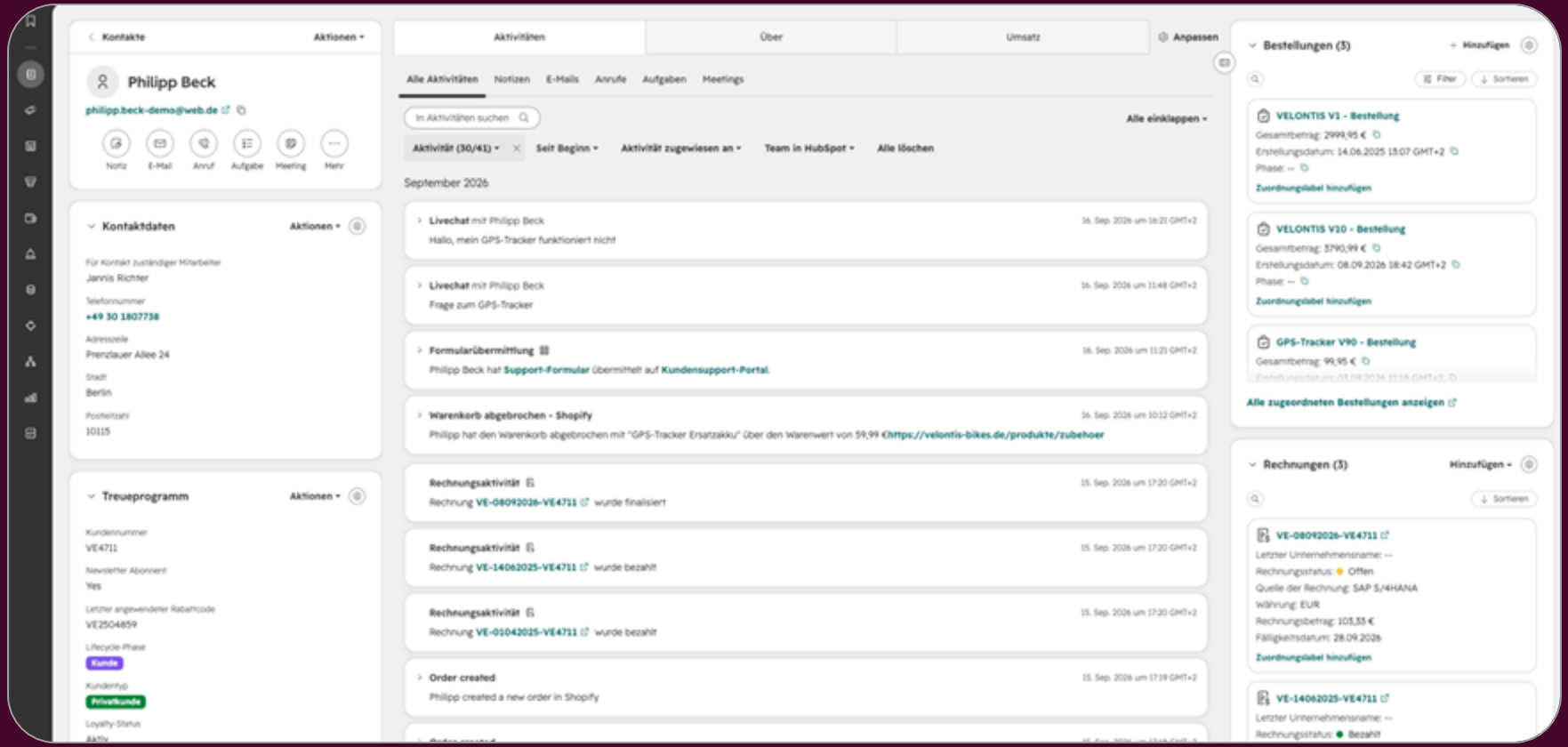
Marketing
Benutzt Bilder aus DAM, Attribute aus PIM, segmentiert nach ERP-Merkmalen

Service / Support
Bearbeitet Kundenanfragen und Beschwerden, sieht Kundenaktivität

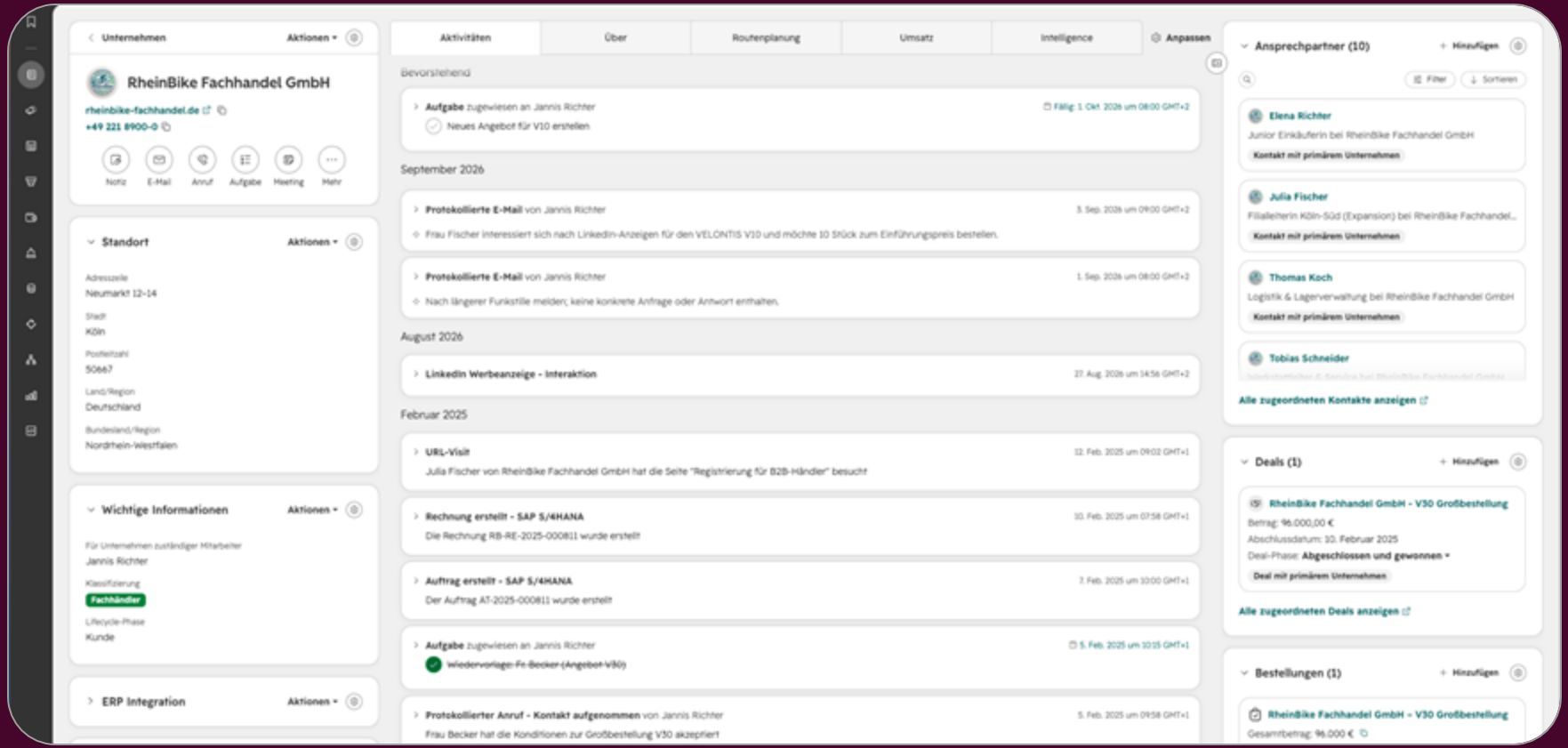
Management
Erhält Reports über Performance von Marketing, Sales & Kundenzufriedenheit

KI-Agenten
Autonome Aufgabenbearbeitung durch HubSpot-Agents / externe Agents

Vollständiges B2C-Kundenprofil



Vollständiges B2B-Kundenprofil



04 Der Produktlaunch

VELONTIS AG

- Hersteller von E-Bikes mit 450 Angestellten
- Unternehmenszentrale in Hamburg
- 320 Produkte inkl. Varianten

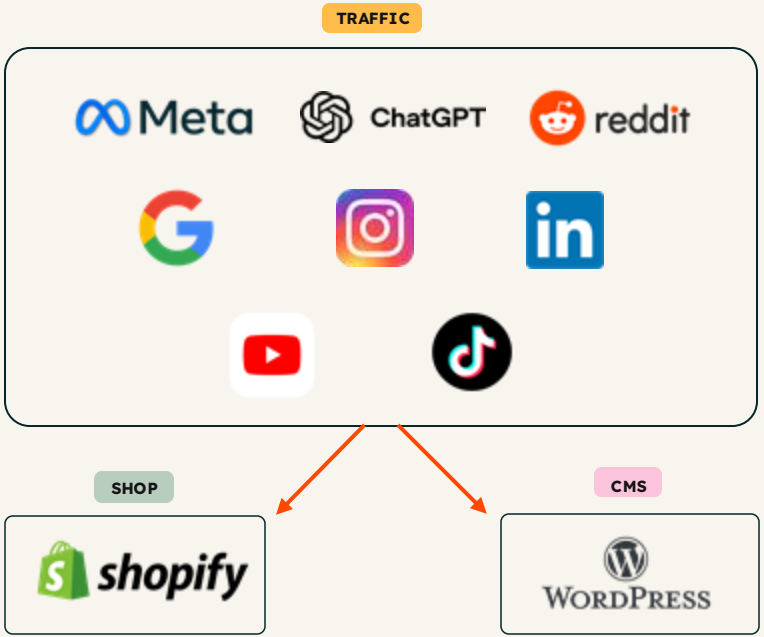
Zielmärkte

- B2C/D2C - Privatkunden (Pendler & Familien)
- B2B - Geschäftskunden (Fachhändler & Firmenleasing)

Produktlaunch “V10”

- Launch vom neuen Gravelbike Modell “VELONTIS V10”
- 16 Modell-Varianten (Rahmengröße / Farben)
- 50 Zubehörartikel und Sonderausstattung
- 180 Ersatz- & Serviceteile

Marketing Tool-Landschaft



Sales Tool-Landschaft

DAILY TOOLS

ERP

Master-Systeme für Produktdaten

SAP — ERP — Stammdaten

PIMCORE — PIM — Produktinformationen

Canto — DAM — Mediendaten

Stellt sich die große Frage:

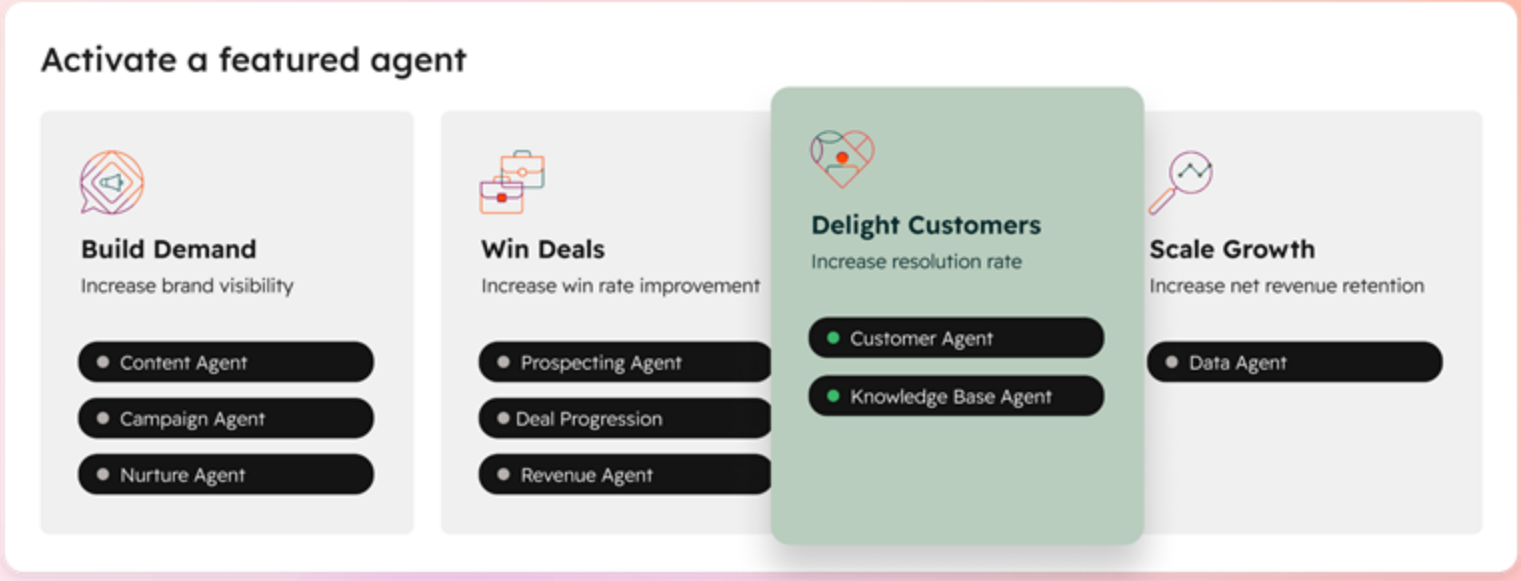
Wie machen wir *alle* diese Daten schnell, einfach und einheitlich nutzbar?

in HubSpot

05 Die Lösung

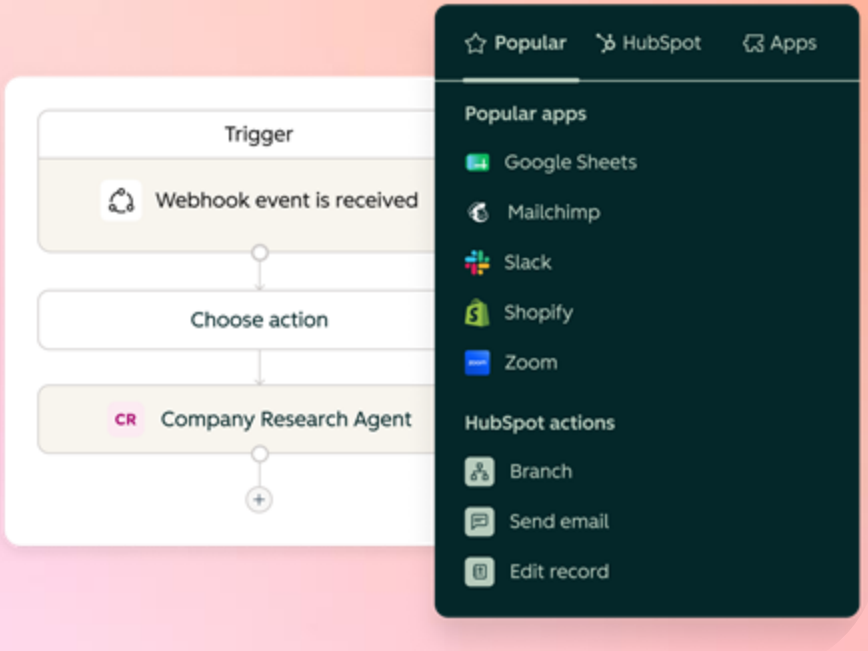
Breeze

HubSpot KI-Agenten



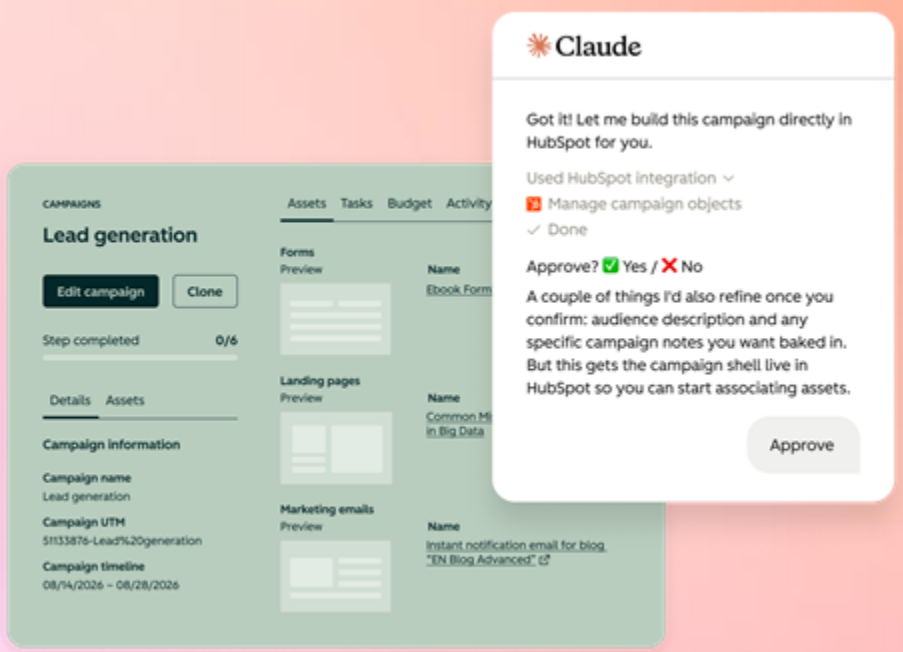
Wie funktionieren Agenten?

- Agenten führen mehrstufige, vordefinierte Aufgaben eigenständig aus – innerhalb definierter Berechtigungen und Leitplanken
- Sie beziehen ihr Wissen aus bereitgestellten Knowledge Bases, verknüpften Drittsystemen und dem gesamten CRM-Kontext
- Sie lassen sich manuell oder durch definierte Trigger automatisch aktivieren - dann führen Aktionen in und außerhalb von HubSpot durch



Externe KI-Agenten

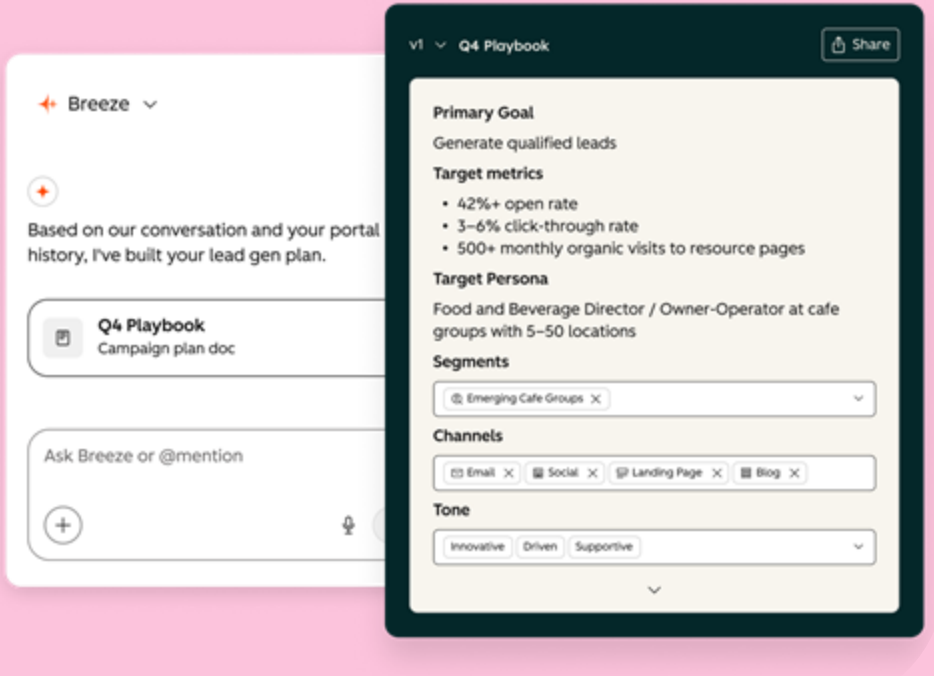
- Integration über native Integration (z.B. Claude Plugin)
- Custom Agent Integration via MCP (z.B. Hermes Agent)
- “Headless Use” von HubSpot



Step 1: Der Agent baut die Kampagne

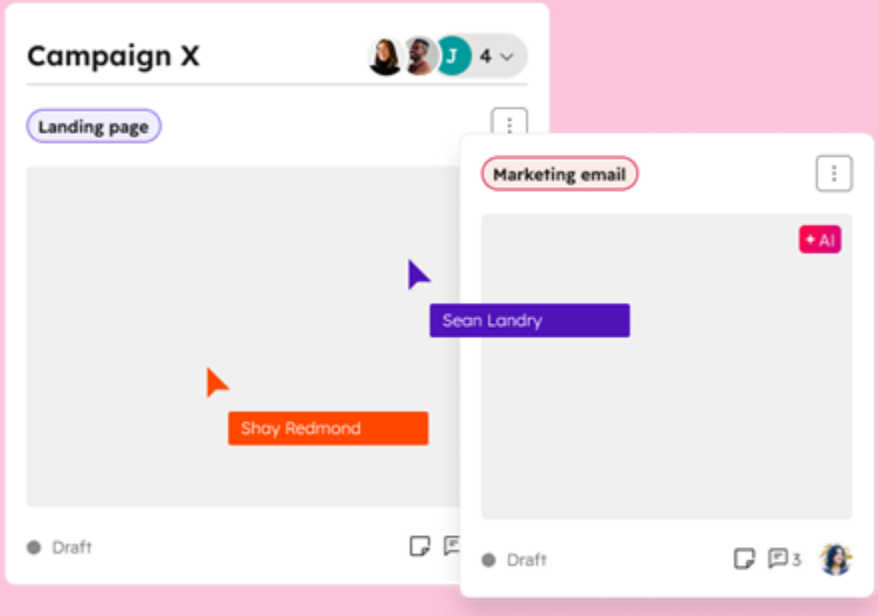
1 - Kampagne erstellen

- User lädt das Kampagnen-Briefing mit Angaben zu Produkten, Zielen, Zeitrahmen und Kundenprofilen hoch
- Packshots aus DAM, Artikeldaten aus ERP und Produktinformationen aus PIM sind in HubSpot verfügbar
- Campaign Agent erstellt basierend darauf Landing Pages, Blogs, Ads, Social Posts, Automationen, uvm.



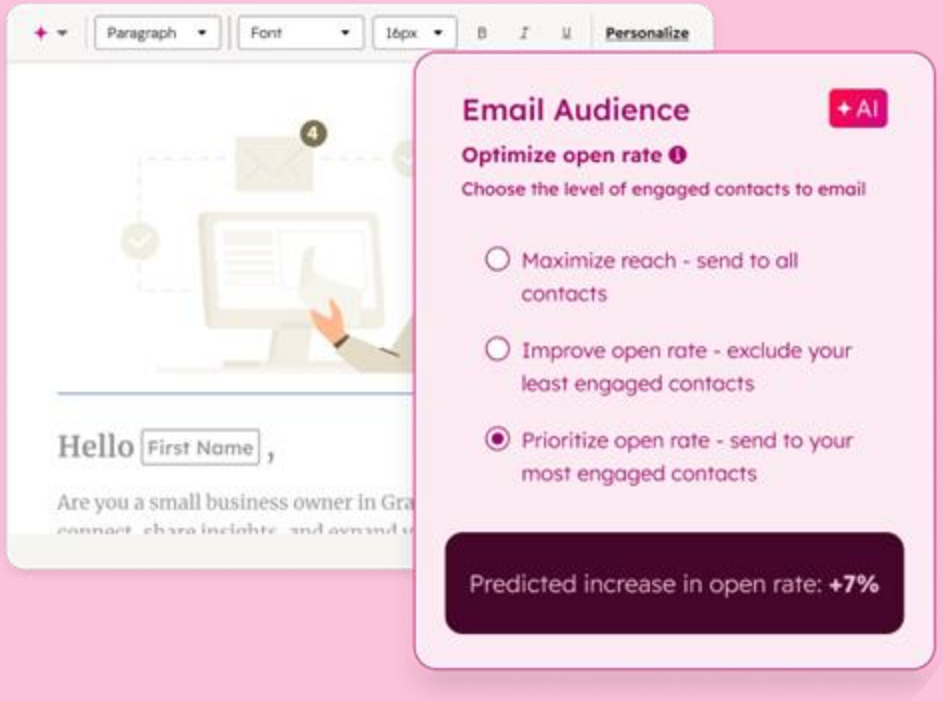
2 - Fine Tuning & Go Live

- “Human in the Loop” Moment
- User nehmen den Feinschliff vor und schalten die Kampagne live
- HubSpot ermöglicht die Kooperation und Organisation zwischen Mensch und Maschine



3 - Optimierung

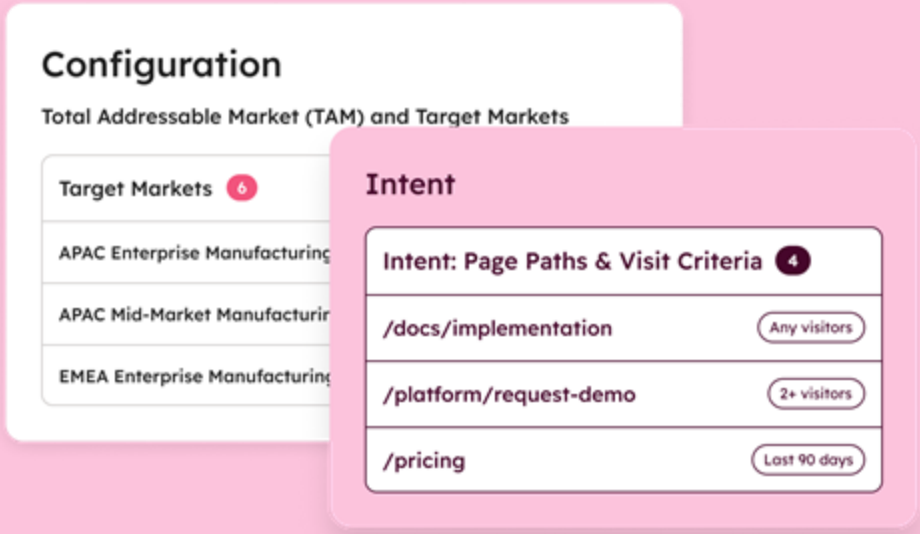
- Agent analysiert die KPIs und liefert Empfehlungen zur Verbesserung der Kampagnen-Performance
- Optimierungen zur Performance lassen sich direkt mit KI realisieren
- Optional kann der Agent dem User Aufgaben zuweisen



Step 2: Der Agent übernimmt die B2B-Vertriebsansprache

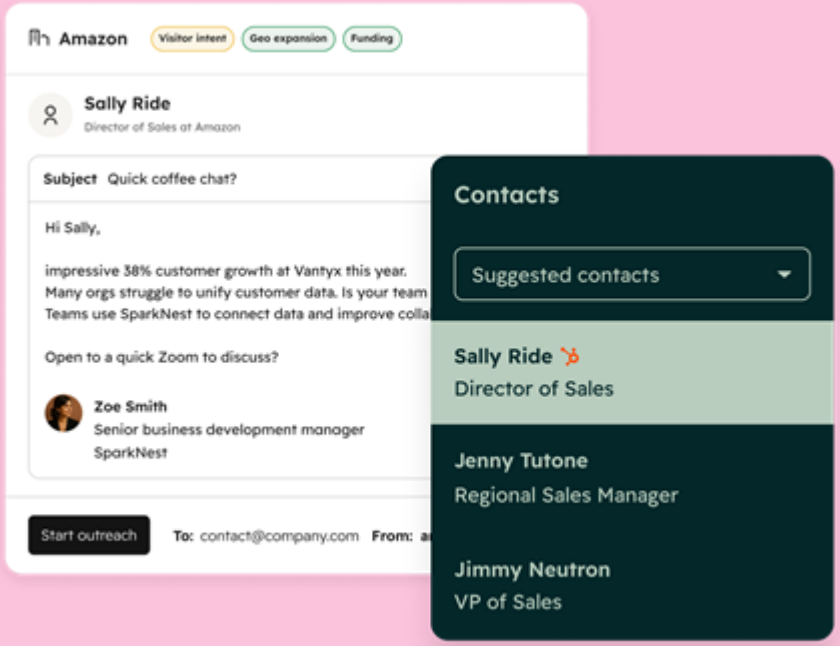
1 - Zielkunden definieren

- Der User erstellt Zielmärkte und Idealkundenprofile, passend zu den eigenen Produkten/Services
- User können zusätzlich bestimmte Verhaltenssignale als Auslöser für KI-Agenten definieren
- Das Setup identifiziert ausschließlich
  “High Fit/High Intent” Accounts als Grundlage für KI-Agenten



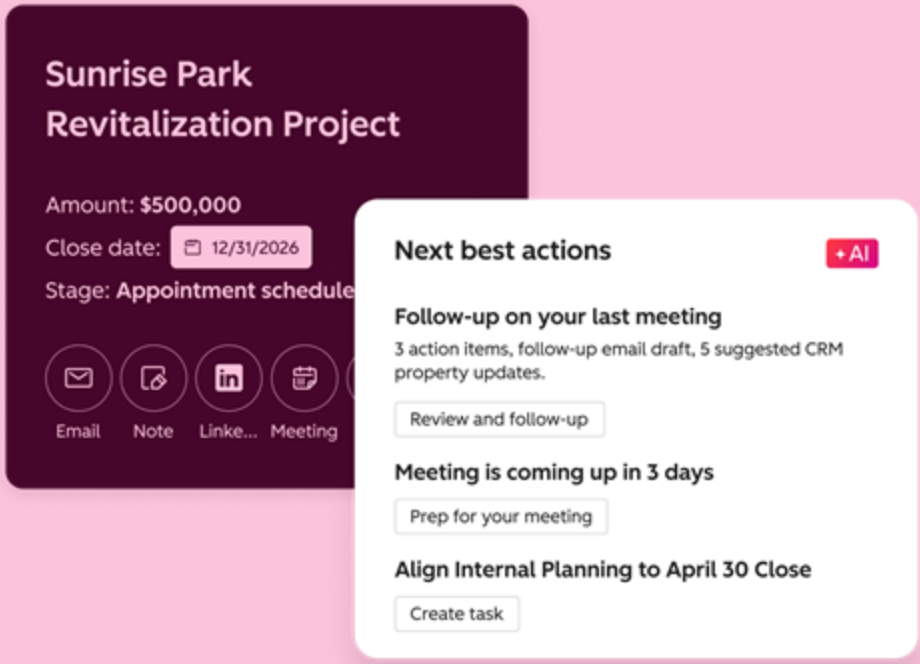
2 - Prospecting Agent

- Erstellt personalisierte E-Mails mit Bezug auf Unternehmens-News, CRM-Kontext & Nutzerverhalten
- Kann automatisch (aktionsgesteuert) oder manuell aktiviert werden
- Versendet E-Mails autonom oder nach Benutzerfreigabe



3 - Allgemeines Co-Piloting

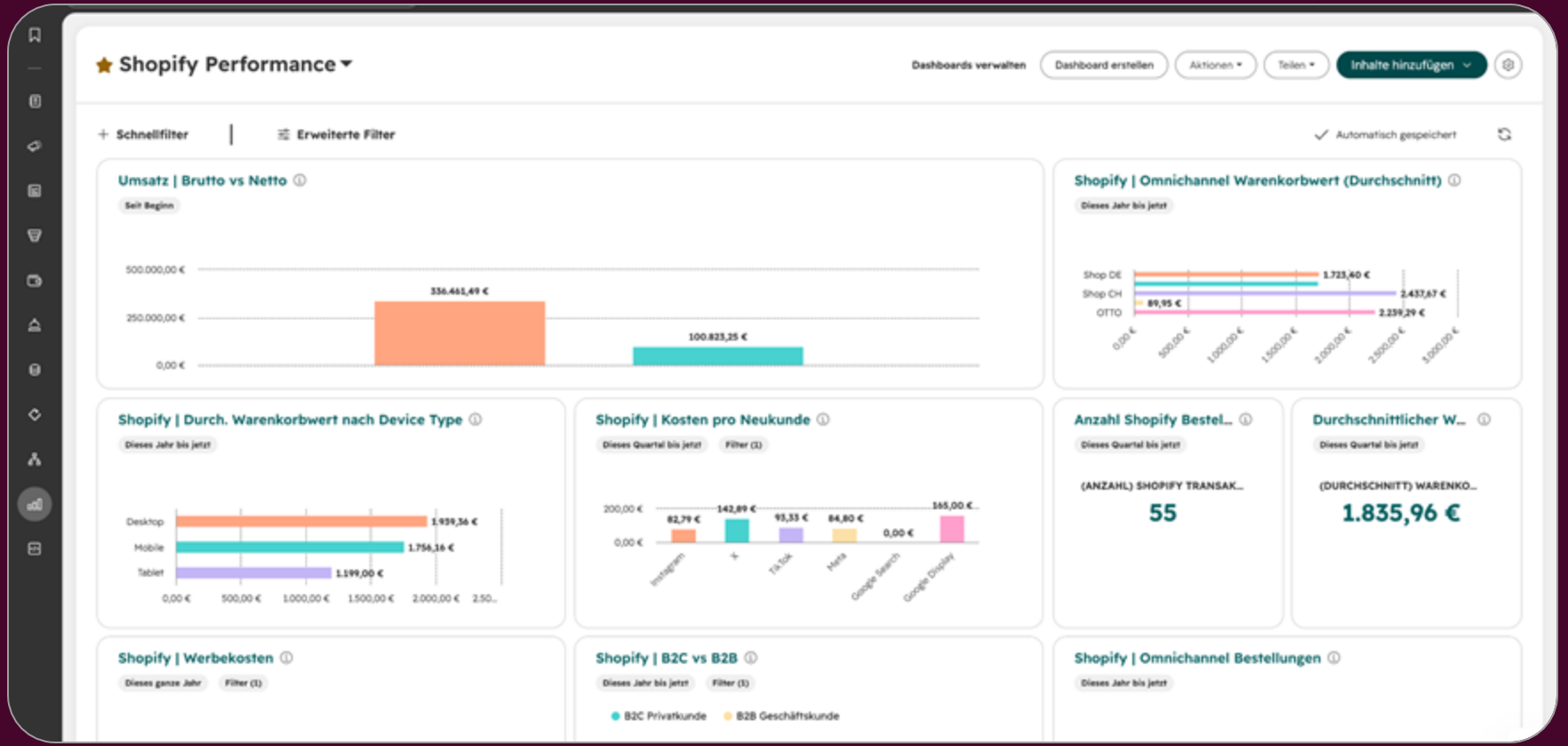
- Automatische Follow-Ups, Aufgaben, Erinnerungen, Meeting-Summaries, CRM-Updates, uvm.
- Gibt Empfehlungen für Up-Sells & Cross Sells, auf Basis der ERP-Historie
- Erstellt eigenständig Angebote basierend auf CRM-Kontext (z.B. transkribierten Meetings)



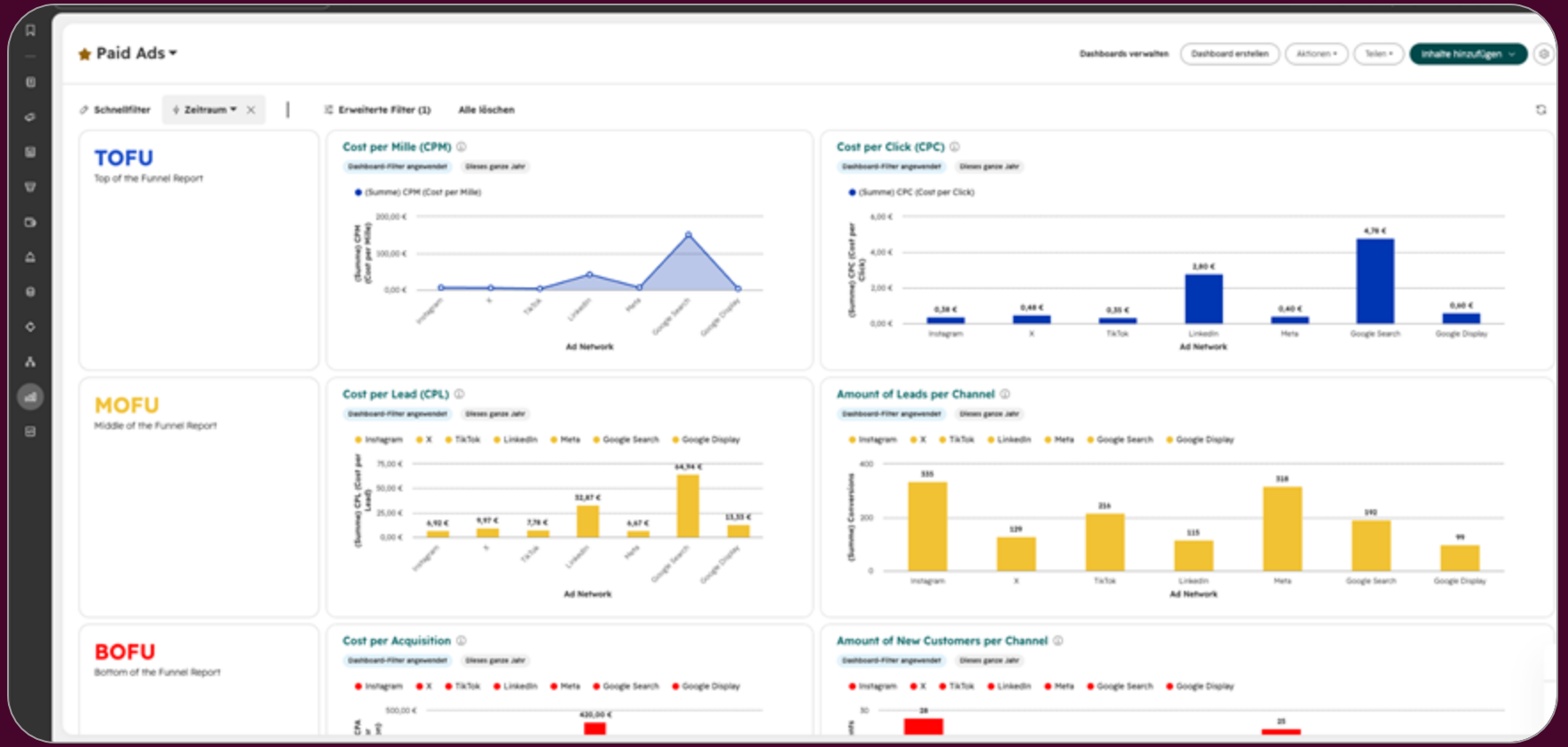
Breeze

Step 3: Was hat Umsatz gebracht?

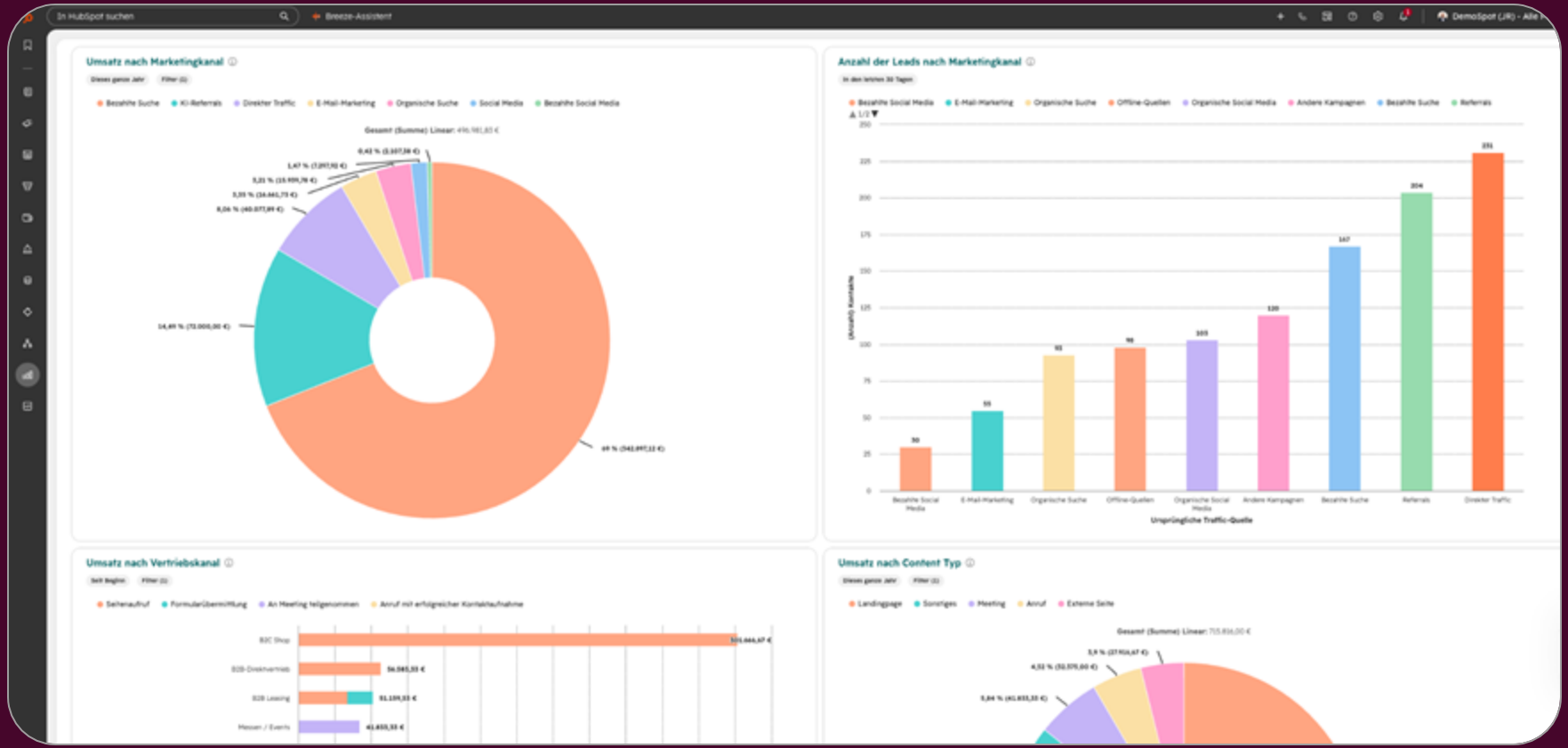
Vollständige Transparenz über Umsatzzahlen



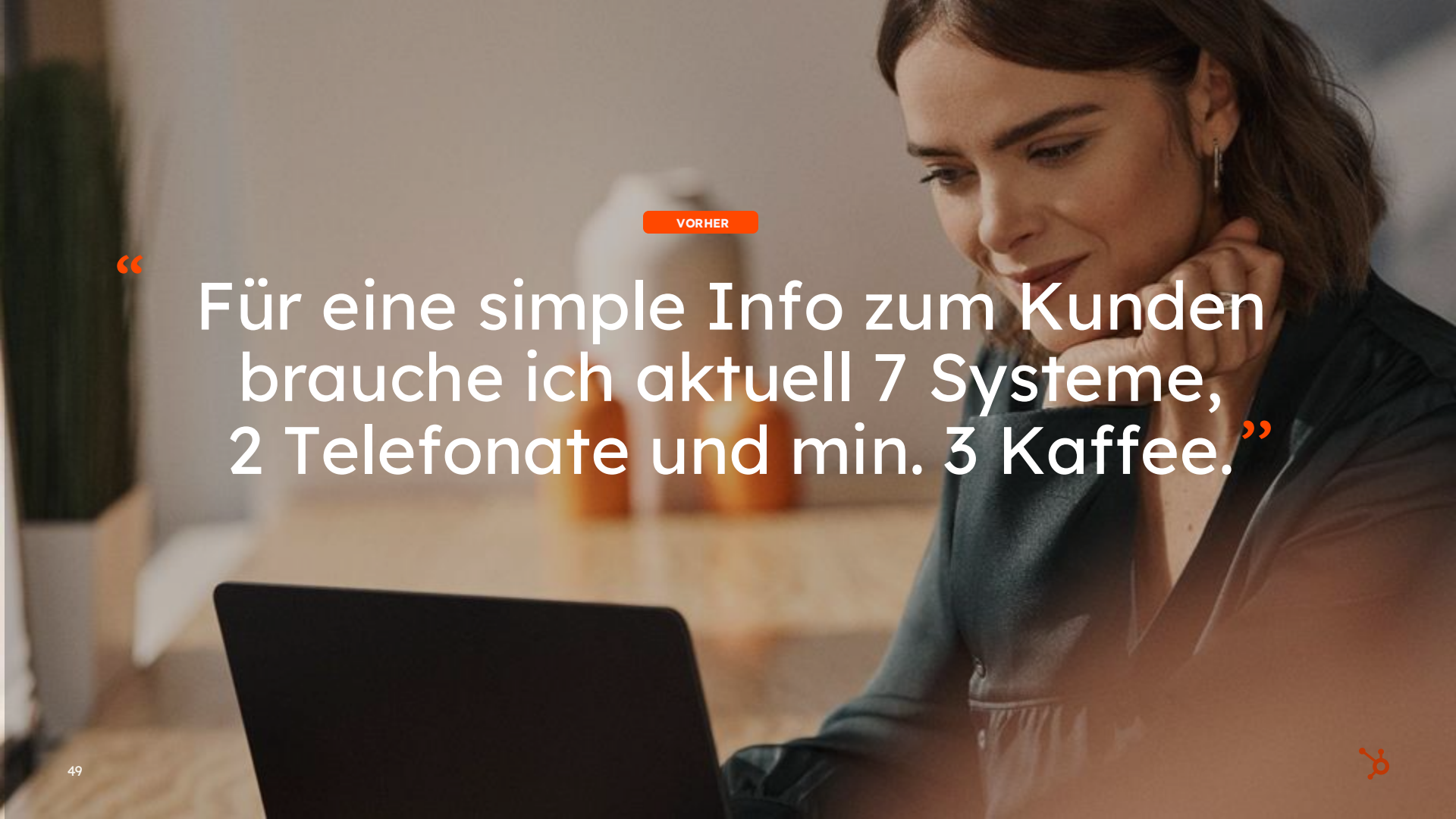
Keine Budgetentscheidungen mehr aus dem Bauchgefühl

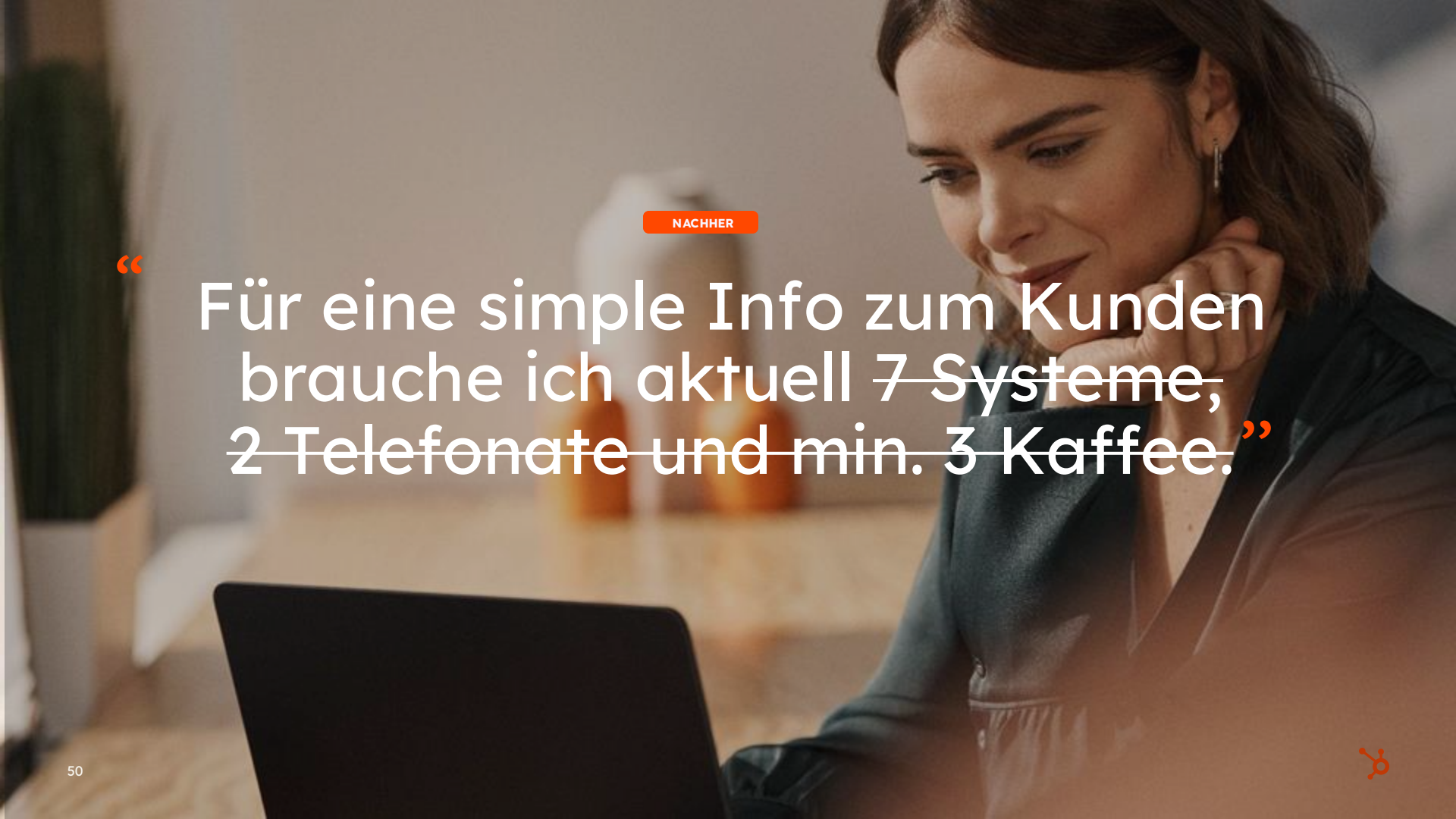


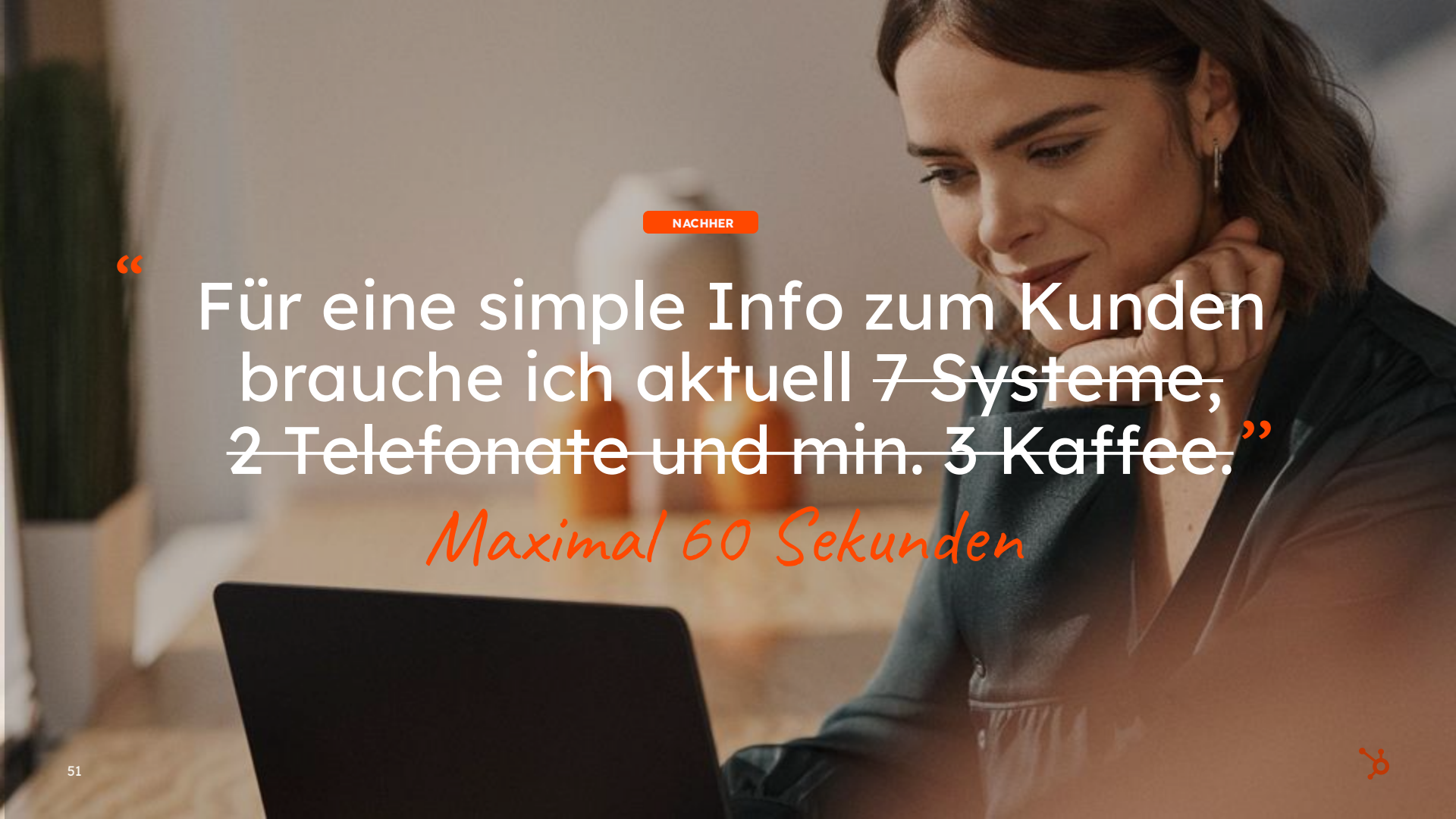
Keine Unklarheit mehr über die Kundenherkunft



06 Fazit


VORHER
“Für eine simple Info zum Kunden brauche ich aktuell 7 Systeme, 2 Telefonate und min. 3 Kaffee.”


NACHHER
“Für eine simple Info zum Kunden brauche ich aktuell ~~7 Systeme, 2 Telefonate und min. 3 Kaffee.~~”

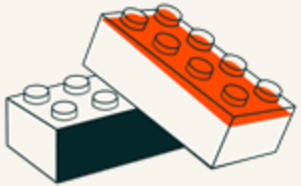


NACHHER

“Für eine simple Info zum Kunden brauche ich aktuell ~~7 Systeme, 2 Telefonate und min. 3 Kaffee.~~”

Maximal 60 Sekunden

HubSpot Werteversprechen



Einfach

Schnell

Einheitlich

HubSpot

Vielen Dank.