



Der ultimative Leitfaden

Von Salesforce nach HubSpot





Zitat

„Eine Migration von Salesforce nach HubSpot ist für mich kein IT-Projekt, sondern ein strategischer Neustart für mehr Markterfolg. Wenn Komplexität, Integrationsprovisorien und geringe Nutzerakzeptanz das CRM zur Bremse machen, kostet das nicht nur Lizenzgebühren sondern Klarheit, Geschwindigkeit und Wachstum.

Der echte Hebel entsteht, wenn wir nicht einfach Daten „umziehen“, sondern Ordnung schaffen: Daten bereinigen, Prozesse verschlanken und eine echte 360-Grad-Sicht auf den Kunden aufbauen. Dann wird das CRM wieder zur zentralen Quelle der Wahrheit und zum Wachstumsmotor für Vertrieb, Marketing und Service.“





Den Kunden im Fokus

Die strategische **Notwendigkeit** einer CRM Neubewertung

Ihr **Customer Relationship Management (CRM)**-System sollte der Wachstumsmotor Ihres Unternehmens sein – eine zentrale Quelle der Wahrheit, die Ihren Vertriebsprozess antreibt. Für viele kleine und mittlere Unternehmen (KMU) entwickelt sich das einst als skalierbare Lösung implementierte Salesforce jedoch zu einer Bremse. Anstatt Prozesse zu beschleunigen, führt es zu frustrierten Mitarbeitern, unübersichtlichen Daten und dem Gefühl, dass die eingesetzte Technologie das Wachstum eher behindert als fördert.

Dieses Phänomen ist weit verbreitet. **Salesforce** ist ein leistungsstarkes, für Großunternehmen konzipiertes System. Seine größte Stärke – die schier endlose Anpassbarkeit – wird für KMU oft zur größten Schwäche. Wenn Sie sich in den folgenden Szenarien wiedererkennen, ist es an der Zeit, eine Veränderung in Betracht zu ziehen.



Vier Anzeichen, dass Ihr Salesforce-CRM Sie mehr als nur Lizenzgebühren kostet

- 1 Die Integrationshölle:** Ihr Marketing-Team nutzt eine Vielzahl von spezialisierten Werkzeugen, während der Vertrieb auf Salesforce angewiesen ist. Die Datenübergabe zwischen den Abteilungen ist ein fragiles Konstrukt aus Notlösungen. Dieser Prozess ist nicht nur langsam und fehleranfällig, sondern führt auch dazu, dass wertvolle Marketing Einblicke verloren gehen und der ROI von Kampagnen im Dunkeln bleibt.
- 2 Die Komplexitätsfalle:** Über Jahre hinweg wurde Ihre Salesforce Instanz mit unzähligen benutzerdefinierten Feldern, komplexen Seitenlayouts und verschlungenen Genehmigungsprozessen überladen. Das Ergebnis ist ein System, das vom Vertriebsteam als umständlich empfunden und daher nur widerwillig genutzt wird. Die geringe Benutzerakzeptanz führt zu unvollständigen Daten, was wiederum die Aussagekraft Ihrer Berichte untergräbt. Ihr CRM wird zur Belastung statt zur Befähigung.
- 3 Die Abhängigkeit vom Admin:** Oft lastet das gesamte Wissen über die komplexe Salesforce-Architektur auf den Schultern einer einzigen Person. Wenn dieser Salesforce-Administrator das Unternehmen verlässt, wird das CRM zu einer Blackbox. Einfache Änderungen, Anpassungen an neue Geschäftsanforderungen oder die Behebung von Fehlern werden zu einer teuren und zeitaufwändigen Herausforderung.
- 4 Die fehlende 360-Grad-Sicht:** Die ultimativen Kosten eines fragmentierten oder übermäßig komplexen CRMs sind das Fehlen einer einheitlichen Sicht auf den Kunden. Wenn Marketing, Vertrieb und Service in Datensilos arbeiten, können grundlegende strategische Fragen nicht beantwortet werden. Entscheidungen werden auf Basis unvollständiger Informationen getroffen, was nachhaltiges Wachstum behindert.

Wenn Sie bei mehr als einem dieser Punkte zustimmend nicken, ist es an der Zeit für eine Neubewertung. Eine **CRM-Migration** ist dabei weit mehr als ein reiner Technologiewechsel; sie ist eine strategische Chance, Ihre gesamten Go to-Market-Prozesse zu optimieren und eine wirklich wachstumsfördernde Plattform zu etablieren.



Phase 1: Die Pre-Migrations-Checkliste

Das Fundament für den Erfolg

Eine erfolgreiche und stressfreie **Migration** wird lange vor dem Verschieben des ersten Kontaktdatensatzes gewonnen oder verloren. Eine überstürzte Migration führt fast zwangsläufig zu lückenhaften Daten, verlorenen Prozessen und einem frustrierten Team.

Eine **sorgfältige Planung** hingegen **minimiert Risiken** und verwandelt das Projekt in eine strategische Neuausrichtung. Basierend auf der Erfahrung aus zahlreichen Migrationsprojekten haben wir die kritische Planungsphase in einer 4-stufigen Checkliste zusammengefasst.





Schritt 1

Audit Ihrer Daten & Prozesse – Migrieren Sie nicht das **Chaos**

Dies ist der absolut entscheidende Schritt. Ein neues CRM reinigt nicht auf magische Weise jahrelang gewachsene, unordentliche Datenstrukturen. Eine simple "Lift-and-Shift"-Migration verlagert das Chaos lediglich in ein neues System.

Seien Sie schonungslos in Ihrer Analyse.

- **Daten-Audit:** Gehen Sie jedes Objekt in Salesforce durch. Stellen Sie sich bei jedem Feld die Fragen: Sind diese Daten korrekt? Sind sie noch relevant? Nutzen wir sie tatsächlich? Ziel ist es, den minimal notwendigen, aber maximal wertvollen Datensatz zu definieren, den Sie für den Betrieb Ihres Geschäfts benötigen.
- **Prozess-Audit:** Dokumentieren Sie jeden Workflow, jeden Genehmigungsprozess und jede Automatisierung. Fragen Sie sich: Benötigen wir diesen Prozess noch? Gibt es einen einfacheren Weg, dies in HubSpot zu erreichen? Oft wurden komplexe Prozesse nur entwickelt, um die Einschränkungen von Salesforce zu umgehen. Eine neue Plattform ist die Chance für einen Neuanfang mit einem schlankeren Ansatz.

The Best CRM Just Got Better

HubSpot's easy-to-use CRM tools are now powered by AI.

Get set up fast, and start checking off your toughest tasks, all in one place with our Smart CRM.

Get started free

Get a demo

Schritt 2 Get started with our free tools, or get a demo of premium products.

Definition der neuen HubSpot-Umgebung

Nachdem Sie wissen, was Sie behalten, definieren Sie, wo es landen soll. Konfigurieren Sie Ihr **HubSpot-Portal** so, dass es Ihre Daten und Prozesse optimal unterstützt. Replizieren Sie nicht blind Ihr altes Salesforce-Setup; nutzen Sie die Gelegenheit, es besser zu machen.

- **Eigenschaften konfigurieren:** Erstellen Sie die notwendigen benutzerdefinierten Eigenschaften in HubSpot, um die zu migrierenden Daten abzubilden. Etablieren Sie dabei klare und konsistente Namenskonventionen.
- **Pipelines aufbauen:** Definieren Sie Ihre Vertriebs-, Marketing- und Service-Pipelines. Halten Sie die Phasen Ihrer Customer Journey einfach, klar und intuitiv für Ihr Team.
- **Workflows planen:** Beginnen Sie auf Basis Ihres Prozess-Audits mit der Konzeption der Kernautomatisierungen, die Sie in HubSpot benötigen werden, wie z.B. Lead-Management, Aufgabenerstellung oder interne Benachrichtigungen.



Schritt 3

Erstellung eines detaillierten technischen Migrationsplans

Jetzt wird es technisch. Sie benötigen einen detaillierten, schrittweisen **Plan** für die eigentliche Datenmigration. Dieser Plan sollte von einem einzigen Projektmanager verantwortet und klar an alle Beteiligten kommuniziert werden.

- **Methode wählen:** Entscheiden Sie, ob Sie die nativen Import-Tools von HubSpot, einen Drittanbieter-Migrationsdienst oder einen HubSpot Partner nutzen. Jede Methode hat Vor- und Nachteile bezüglich Kosten, Komplexität und Kontrolle.
- **Daten-Mapping:** Erstellen Sie ein detailliertes Mapping-Dokument. Dieses kritische Dokument legt exakt fest, welches Salesforce-Feld in welche HubSpot-Eigenschaft überführt wird.
- **Zeitplan festlegen:** Teilen Sie die Migration in Phasen (z.B. Testimport, Vollimport, Qualitätssicherung, Go-Live) und weisen Sie realistische Zeitfenster zu. Planen Sie die endgültige Migration für einen Zeitraum mit geringem Datenverkehr (z.B. ein Wochenende), um die Geschäftsunterbrechung zu minimieren.



Schritt 4

Backups, Backups, Backups

Dieser Punkt ist selbsterklärend, aber zu wichtig, um ihn auszulassen. Führen Sie eine vollständige Sicherung Ihrer gesamten Salesforce-Datenbank durch, bevor Sie mit dem **technischen Migrationsprozess** beginnen. Dies ist Ihr Sicherheitsnetz. Überprüfen Sie die Sicherung, um sicherzustellen, dass sie vollständig und unbeschädigt ist. Eine ungetestete Sicherung ist keine Sicherung.

- **Umfang sichern:** Sichern Sie vor der Migration die vollständige Salesforce-Datenbasis (inkl. relevanter Objekte wie Kontakte, Unternehmen/Accounts, Deals/Opportunities und Aktivitäten), nicht nur einzelne Listen.
- **Sicherung validieren:** Überprüfen Sie die Backups stichprobenartig auf Vollständigkeit und Lesbarkeit – eine ungetestete Sicherung ist keine Sicherung.
- **Änderungsstopp definieren:** Legen Sie einen klaren Zeitpunkt fest, ab dem keine Änderungen mehr in Salesforce erfolgen, damit der finale Export konsistent ist und keine Datenlücken entstehen.



Phase 2: Im Maschinenraum

Die technische Migration Schritt für Schritt

Nach der sorgfältigen **Planungsphase** betreten Sie nun den Maschinenraum. Diese technische **Phase der Migration**, in der Ihre Daten ihre Reise von Salesforce nach HubSpot antreten, mag auf den ersten Blick komplex erscheinen.

Der Gesamtprozess folgt jedoch einem logischen, vierstufigen Pfad. Ein Verständnis dieser Schritte befähigt Sie, das Projekt effektiv zu managen, die richtigen Fragen zu stellen und einen reibungslosen Übergang zu gewährleisten.





Schritt 1

Konfigurieren – Bauen Sie Ihr neues Zuhause

Bevor Sie einziehen, muss das Haus gebaut sein. In dieser Phase setzen Sie den in der **Pre-Migrations-Planung** erstellten Blueprint um und richten Ihr HubSpot-Portal so ein, dass es die Datenstruktur und Prozesse perfekt widerspiegelt.

- **Benutzerdefinierte Eigenschaften erstellen:** Basierend auf Ihrem Daten-Audit erstellen Sie die notwendigen benutzerdefinierten Eigenschaften für Kontakte, Unternehmen und Deals. Dies stellt sicher, dass Ihre migrierten Daten einen sauberen, logischen Platz haben.
- **Pipelines aufbauen:** Konstruieren Sie Ihre neuen, optimierten Vertriebs-Pipelines in HubSpot und stellen Sie sicher, dass jede Deal Phase klar definiert ist.
- **Benutzerberechtigungen einrichten:** Fügen Sie Ihr Team zum Portal hinzu und konfigurieren Sie die Berechtigungen, um sicherzustellen, dass jeder genau den Zugriff erhält, den er benötigt.



Schritt 2

Migrieren – Der Umzug der Daten

Dies ist das **Kernstück** der technischen Migration. Es gibt mehrere Methoden, um Ihre Daten zu verschieben, von manuellen CSV-Importen bis hin zu spezialisierten Drittanbieter-Tools. Die nativen Import-Tools von HubSpot sind für die meisten Anwendungsfälle ausreichend leistungstark.

- **Export aus Salesforce:** Führen Sie Berichte in Salesforce aus, um Ihre bereinigten Kontakt-, Unternehmens- und Deal-Daten als separate CSV Dateien zu exportieren.
- **Import in HubSpot:** Nutzen Sie das Import-Tool von HubSpot, um diese Dateien hochzuladen. Der kritischste Teil ist hier das Feld-Mapping, bei dem Sie HubSpot exakt mitteilen, welche Spalte Ihrer CSV-Datei welcher Eigenschaft in HubSpot entspricht (z.B. wird „Account Name“ aus Salesforce zu „Company Name“ in HubSpot).
- **Daten verknüpfen:** Nach dem Import der einzelnen Objekte (Kontakte, Unternehmen, Deals) führen Sie einen weiteren Import mit eindeutigen IDs durch, um die Datensätze korrekt miteinander zu verknüpfen.

Für komplexere Migrationen, insbesondere mit umfangreichen benutzerdefinierten Objekten oder API-Integrationen, empfiehlt sich die Zusammenarbeit mit einem erfahrenen **HubSpot-Partner**.



Schritt 3

Testen – Qualitätssicherung und Fehlerbehebung

Ihre Daten sind in **HubSpot**, aber die Arbeit ist noch nicht getan. Die Phase des rigorosen Testens und der Qualitätssicherung (QA) ist entscheidend, um sicherzustellen, dass alle Daten korrekt angekommen sind, Verknüpfungen stimmen und Ihre Kernprozesse wie erwartet funktionieren.

- **Datenüberprüfung:** Erstellen Sie Listen in HubSpot, um die Anzahl der Datensätze zu verifizieren. Führen Sie Stichproben durch, um die korrekte Migration von Eigenschaften und Verknüpfungen zu überprüfen.
- **Prozesstests:** Führen Sie Ihre Kerngeschäftsprozesse im neuen System durch. Kann ein Vertriebsmitarbeiter einen neuen Deal erstellen? Funktioniert das Lead-Routing? Beziehen Sie Ihre Endbenutzer – die späteren täglichen Anwender – intensiv in diese Testphase ein. Sie sind Ihre beste Ressource, um praxisrelevante Probleme zu identifizieren.



Schritt 4

Go-Live – Der Start Ihrer neuen Plattform

Sobald das System gründlich getestet ist und Sie zuversichtlich sind, dass alles wie vorgesehen funktioniert, ist es Zeit für den „**Go-Live**“. Dies ist der offizielle Moment, in dem Sie Ihr altes System abschalten und Ihr Team ausschließlich in HubSpot zu arbeiten beginnt. Diese Phase ist ebenso eine Frage der Kommunikation wie der Technologie.

- **Klar kommunizieren:** Kündigen Sie das offizielle Go-Live-Datum rechtzeitig im gesamten Unternehmen an.
- **Schulungen anbieten:** Planen Sie obligatorische, rollenspezifische Schulungen, um sicherzustellen, dass jeder die neuen, optimierten Prozesse und die Nutzung des Systems versteht.
- **Support bereitstellen:** Stellen Sie in den ersten Tagen nach dem Go Live ein dediziertes Support-Team bereit, um Fragen zu beantworten und den Anwendern zur Seite zu stehen.

Indem Sie die **technische Migration** in diese vier überschaubaren Phasen unterteilen, verwandeln Sie ein potenziell überwältigendes Projekt in einen kontrollierten und vorhersehbaren Prozess. Ihr neuer HubSpot-Motor ist nun bereit, das Wachstum Ihres Unternehmens vom ersten Tag an anzutreiben.



Phase 3: Die ersten **90 Tage**
auf HubSpot

Akzeptanz fördern und den **ROI** nachweisen

Die Migration ist abgeschlossen, die Daten sind in **HubSpot**, und Ihr Team ist live. Dies ist eine enorme Leistung, aber die Reise ist noch nicht zu Ende. Tatsächlich beginnt jetzt die entscheidendste Phase.

Der wahre Erfolg Ihrer Migration misst sich nicht an der technischen Ausführung, sondern an dem, was als Nächstes geschieht: Benutzerakzeptanz, Prozessverbesserung und ein klarer **Return on Investment (ROI)**.

Die ersten **90 Tage** auf der neuen Plattform sind Ihr Zeitfenster, um Dynamik aufzubauen, gute Gewohnheiten zu etablieren und den Wert der Veränderung zu demonstrieren.





Schritt 1

Akzeptanz durch Befähigung fördern, nicht durch Vorschriften

Ihr Team wird ein neues Werkzeug nicht annehmen, nur weil es vorgeschrieben wird. Die **Akzeptanz** entsteht, wenn die Mitarbeiter erkennen, dass das Tool ihre Arbeit erleichtert und ihnen zum Erfolg verhilft. Das Ziel ist es, einen Sog-Effekt zu erzeugen, keinen Druck.

- **Fokus auf den Nutzen für den Einzelnen:** Ihre Schulungen sollten rollenspezifisch und vorteilsorientiert sein. Zeigen Sie Vertriebsmitarbeitern, wie sie mit Sequenzen ihre Nachverfolgungen automatisieren und wöchentlich Stunden sparen können. Zeigen Sie Marketern, wie sie in Minuten statt Tagen eine Landing Page erstellen können.
- **Interne Champions schaffen:** Identifizieren Sie enthusiastische, technikaffine Benutzer in jedem Team und machen Sie sie zu Ihren internen HubSpot-Champions. Geben Sie ihnen zusätzliche Schulungen und befähigen Sie sie, ihren Kollegen zu helfen. Peer-to-Peer-Lernen ist oft effektiver als Top-Down-Anweisungen.
- **Frühe Erfolge feiern:** Hat ein Vertriebsmitarbeiter einen Deal schneller abgeschlossen? Hat das Marketing eine Welle von Leads generiert? Feiern Sie diese kleinen Siege öffentlich. Das schafft einen sozialen Beweis und zeigt dem Rest des Teams, was möglich ist.



Schritt 2

Neue datengesteuerte Routinen etablieren

Ihr neues, sauberes **HubSpot-Portal** ist ein unbeschriebenes Blatt. Um dies zu erhalten, müssen Sie vom ersten Tag an klare, einfache Routinen für die Datenverwaltung etablieren. Es geht darum, sich auf einige Spielregeln zu einigen, um sicherzustellen, dass Ihre Daten ein wertvolles Gut bleiben.

- **Zuständigkeit definieren:** Legen Sie klar fest, wer für die Aktualisierung welcher Felder verantwortlich ist. Zum Beispiel besitzt der Vertrieb die Deal-Phasen, während das Marketing die Lead-Quelle verantwortet.
- **Dashboards für die Rechenschaftspflicht erstellen:** Erstellen Sie einfache, öffentliche Dashboards, die wichtige Datenpunkte verfolgen. Ein Dashboard, das „Deals ohne geplanten nächsten Schritt“ anzeigt, kann einen starken, selbstregulierenden Mechanismus zur Förderung der Datenhygiene schaffen.
- **Regelmäßige Überprüfungen planen:** Richten Sie ein kurzes, wiederkehrendes Meeting mit den wichtigsten Stakeholdern ein, um die Gesundheit Ihrer Daten und Prozesse zu überprüfen. So können Sie kleine Probleme erkennen, bevor sie zu großen werden.



Schritt 3

Neue Berichte erstellen, um den ROI nachzuweisen

Sie haben die Migration nicht zum Spaß durchgeführt, sondern um konkrete Geschäftsergebnisse zu erzielen. Jetzt ist es an der Zeit, dies zu beweisen. Nutzen Sie die einheitlichen Reporting-Tools von **HubSpot**, um die Dashboards zu erstellen, von denen Sie bisher nur träumen konnten.

- **Der vollständige Trichterbericht:** Erstellen Sie einen einzigen Bericht, der die gesamte Customer Journey abbildet, vom ersten Marketing Touchpoint bis zum abgeschlossenen Deal. Dies ist der heilige Gral der Ausrichtung von Marketing und Vertrieb.
- **Prozesstests:** Führen Sie Ihre Kerngeschäftsprozesse im neuen System durch. Kann ein Vertriebsmitarbeiter einen neuen Deal erstellen? Funktioniert das Lead-Routing? Beziehen Sie Ihre Endbenutzer – die späteren täglichen Anwender – intensiv in diese Testphase ein. Sie sind Ihre beste Ressource, um praxisrelevante Probleme zu identifizieren.
- **Das Benutzerakzeptanz-Dashboard:** Erstellen Sie einen einfachen Bericht, der die Benutzeraktivität verfolgt. Eine hohe Benutzerakzeptanz ist ein führender Indikator für einen positiven ROI.



CONCLUSION

Mit Methode zum Erfolg

Mehr als eine Migration – Eine **Transformation**

Die Migration von **Salesforce zu HubSpot** ist, wenn sie richtig angegangen wird, weit mehr als ein technisches Projekt. Es ist eine strategische Initiative, die das Potenzial hat, Ihre Go-to-Market-Strategie zu transformieren. Indem Sie den Prozess in die drei Phasen – Planung, technische Umsetzung und Post-Migration – unterteilen und die in diesem Leitfaden beschriebenen Schritte befolgen, minimieren Sie nicht nur die Risiken, sondern maximieren auch den Wert, den Sie aus Ihrer neuen Plattform ziehen.

Sie implementieren nicht nur eine neue Software; Sie bauen einen neuen, effizienteren und besser ausgerichteten Wachstumsmotor für Ihr Unternehmen. Die Reise endet nicht mit dem Go-Live – sie fängt gerade erst an.



Literatur

[1] **HubSpot.** (2020). Switching from Salesforce to HubSpot. Abgerufen von <https://www.hubspot.com/switch-from-salesforce>

[2] **Aptitude 8.** (o. D.). How to Migrate from Salesforce to HubSpot: A Step-by Step Guide. Abgerufen von <https://aptitude8.com/how-to-migrate-from-salesforce-to-hubspot>

[3] **Instrumental Group.** (o. D.). Salesforce to HubSpot Migration Guide. Abgerufen von <https://www.instrumental.net/resources/salesforce-to-hubspot-migration-guide>

[4] **Clearout.** (2025). 10 Proven CRM Migration Best Practices for 2026. Abgerufen von <https://clearout.io/blog/crm-migration-best-practices/>



Über uns

PixelMechanics ist ein führender Experte für E-Business und digitale Transformation. Wir unterstützen Unternehmen jeder Größe dabei, die Herausforderungen der Digitalisierung zu meistern und die damit verbundenen Chancen optimal zu nutzen.

Unser Ansatz basiert auf einer gründlichen Analyse Ihrer aktuellen Situation, gefolgt von der Entwicklung maßgeschneiderter Strategien und deren konkreter Umsetzung. Wir verstehen, dass jedes Unternehmen einzigartig ist und individuelle Lösungen benötigt.

Unsere Expertise, maßgeschneiderte Lösungen und der Fokus auf messbare Ergebnisse bilden das Fundament unserer Arbeit.

Mit fast 20 Jahren Erfahrungen in wertschöpfenden IT Projekten und Spezialisierungen in Adobe Stack, HCLSoftware Portfolio, HubSpot und Odoo, mit einem besonderen Schwerpunkt auf KI-Integration, liefern wir Technologielösungen, die einen messbaren Geschäftswert generieren und das Umsatzwachstum fördern.

Starten sie jetzt Ihre **CRM- Strategie** mit PixelMechanics

Starten Sie Ihre digitale Transformation
und vereinbaren Sie jetzt einen Termin.

 **Kostenloser** Discovery-Workshop
buchen

 Detaillierte Migrations-Roadmap
anfordern

 Referenzprojekte anfordern

 info@pixelmechanics.de

 +49 911 13 13 3780

 www.pixelmechanics.de



www.pixelmechanics.tech

