

# Positive Coaching Alliance findet dank LinkedIn Sales Navigator neue Mitstreiter:innen, Vorstandsmitglieder und Geldgeber:innen



Ort: Mountain View, Kalifornien  
Beschäftigte: 11-50 | Branche: Gemeinnützige Organisation

Produkt:

**LinkedIn** Sales Navigator



„Wir haben mit LinkedIn Sales Navigator viele Erfolge erzielt, die uns motivieren. Gerade haben wir eine Mitarbeiterin für die Spendenakquise eingestellt und auch sie ist von den Möglichkeiten des Tools begeistert.“

**Jason Sacks**  
Chief Development Officer  
Positive Coaching Alliance



## Die Herausforderung

- Die Positive Coaching Alliance ist eine gemeinnützige Organisation, die sich für die Schaffung positiver, charakterbildender Jugendsportprogramme einsetzt. Sie bietet forschungsbasierte Schulungen und Ressourcen für Trainer:innen, Eltern, Athlet:innen und Betreuer:innen an. In den letzten 20 Jahren hat sich die PCA zu einer landesweiten Organisation mit Programmen in allen 50 US-Bundesstaaten entwickelt. Mehr als 20 Millionen junge Menschen profitieren bereits von einer positiven, integrativen Sportkultur, die soziale und emotionale Fähigkeiten fördert, wichtige Alltagskompetenzen vermittelt und sie auf die Zukunft vorbereitet.
- Die PCA ist auf Spenden von Privatpersonen und Unternehmen angewiesen, um ihre Arbeit, besonders in strukturschwachen Gemeinden, zu finanzieren. Die Suche nach Vorstandsmitgliedern und potenziellen Geldgeber:innen war zuvor ein arbeitsintensiver, manueller Prozess, der sich hauptsächlich auf bestehende Kontakte und öffentliche Verzeichnisse stützte. „Unser Ablauf war nicht besonders effizient“, erklärt Chief Development Officer Jason Sacks. „Wir haben viel recherchiert, uns Unternehmens-Websites angesehen und die Lebensläufe der Verantwortlichen verglichen, um herauszufinden, wer im College Sport betrieben hat und daher vielleicht an unserer Arbeit interessiert sein könnte.“
- Um die Organisation zu vergrößern, benötigte die PCA eine effizientere Methode, um potenzielle Vorstandsmitglieder und Geldgeber:innen ausfindig zu machen und mit ihnen in Kontakt zu treten. Das Team musste herausfinden, wer entscheidungsbefugt war, Interesse am Jugendsport, an einer Spende oder einem Platz im Vorstand hatte.



## Die Lösung

- Die PCA begann, mithilfe von LinkedIn Sales Navigator nach Personen zu suchen, die am besten zu ihren Spenderprofilen passten, und passte ihre Schlüsselwörter nach und nach an, um die besten Ergebnisse zu erzielen.
- „Personen, die in einer College-Sportmannschaft waren, schreiben das normalerweise in ihren Lebenslauf oder in ihr LinkedIn Profil“, so Sacks. Mithilfe der Targeting-Möglichkeiten von Sales Navigator konnte die PCA die relevantesten Profile identifizieren: „Zum Beispiel wird die Vizepräsidentin eines Beratungsunternehmens, die an der Universität Basketball gespielt hat und angibt, jetzt Jugendliche zu trainieren, sicherlich für unsere Botschaft empfänglich sein.“



## Das Ergebnis

- Mit Sales Navigator konnte die PCA neue Kontakte knüpfen und nachhaltige Beziehungen aufbauen. Laut Sacks war die Anzahl qualifizierter Kandidat:innen beeindruckend. Beispielsweise fanden Sie einen Finanzexperten, der im College Football gespielt hatte und die PCA noch nicht kannte. Schon wenige Monate nach der Kontaktaufnahme entschied er sich für eine umfangreiche Spende, die entscheidende Auswirkungen auf die Organisation hatte.
- Auch als die PCA eine wichtige neue Führungskraft suchte, bot LinkedIn die optimale Lösung: „Wir suchten ein Mitglied für unseren Vorstand in New York“, erinnert sich Sacks. „Mithilfe von Sales Navigator konnten wir jemanden finden, der zu Collegezeiten im Schwimmteam war und noch nicht von der PCA gehört hatte. Wir kontaktierten ihn, er wurde Vorstandsmitglied, dann Vorsitzender des lokalen Vorstands und ist heute stellvertretender Vorsitzender des nationalen Vorstands. Als wir unsere Ortsgruppe in New York City gründeten, sagte er: ‚Ich weiß nicht, wie ihr mich gefunden habt, aber ich bin sehr froh darüber.‘ Diesen Satz habe ich jetzt schon öfter gehört. Und die Antwort ist immer die gleiche: Auf LinkedIn.“

10 %

Conversion-Rate bei der Kontaktpflege für engagierte Vorstandsmitglieder oder Mitglieder des Führungsgremiums.

Mindestens

50 %

aller Unterhaltungen in Sales Navigator haben zu Interaktionen des Prospects mit der PCA geführt

50.000

potenzielle Geldgeber:innen mit LinkedIn Sales Navigator ermittelt und geprüft

## Ein multidimensionaler Ansatz zum Aufbau von Beziehungen

- Abgesehen von der Arbeit mit Sales Navigator nutzt die PCA individuell angepasste Anzeigen auf LinkedIn sowie organische Beiträge auf ihrer Seite. „Wir schalten Werbeanzeigen für unterschiedliche Zielgruppen. Das hat sich als besonders zielführend herausgestellt“, erklärt Sacks. „Selbst wenn wir nur etwas auf unserer Seite posten, können wir sehen, wer damit interagiert oder wem ein Beitrag gefällt. Wenn wir denken, dass jemand gut zu uns passt, können wir direkt Kontakt aufnehmen.“
- Das Team reagiert auch dann, wenn die Organisation in einem Beitrag getaggt wird. „Kürzlich hat jemand an einem interaktiven Coach-Workshop über Zoom teilgenommen und dann einen Beitrag darüber veröffentlicht. Die Person war begeistert von der Erfahrung“, sagt Sacks. „Sie war außerdem in leitender Funktion in einer Anwaltskanzlei tätig. Wir nahmen also Kontakt auf, um herauszufinden, ob sie Interesse daran hätte, mit der PCA zusammenzuarbeiten.“

## Laufende Prozessoptimierung

- Die PCA arbeitet eng mit den Expert:innen von LinkedIn für gemeinnützige Organisationen zusammen, um noch mehr auf der Plattform zu erreichen. Suchbegriffe wurden verfeinert und Beziehungen vertieft. So konnte die PCA ihre Effizienz und Effektivität nach und nach verbessern. Trotz der Fortschritte, die erzielt wurden, sieht Sacks noch viel Potenzial, das ausgeschöpft werden kann. „Ich denke, dass wir auf einer Skala von 1 bis 10 aktuell vermutlich bei 6 oder 7 liegen, was die Nutzung von Sales Navigator betrifft. Und auf diesem Level ist unsere Produktivität schon sehr hoch. Wenn wir uns weiter verbessern, wird uns die Plattform sogar noch mehr bringen.“

## Ein Netzwerk mit einer Mission

Neue Vorstandsmitglieder, Freiwillige und Mitstreiter:innen zu finden, ist für die Umsetzung der Mission der PCA von zentraler Bedeutung. „Eine unserer größten Initiativen im letzten Jahr war die Unterstützung von Trainer:innen und Programmen in strukturschwachen Gemeinden. Wir wissen, wie wichtig es ist, dass alle Kinder und alle Gemeinden positive und inklusive Erfahrungen im Sport machen können. Aus diesem Grund müssen wir die Finanzierung unseres Programms sicherstellen. Das ist nur möglich durch uneingeschränkte Spenden, Geldgeber:innen, Vorstandsmitglieder und Menschen, die sich engagieren“, so Sacks.

„Je mehr Personen wir involvieren, desto mehr Beziehungen können wir mobilisieren. Nicht jeder: ist in der Lage, große Beträge zu spenden. Wenn uns jemand mit Schulen, Unternehmen oder anderen Geldgeber:innen in Kontakt bringt, kann das auch enorm hilfreich sein.“



**„Neue Geldgeber:innen für die PCA zu finden und sie zu einem Teil der PCA-Familie zu machen, ist ein wichtiger Teil unserer Arbeit. Mit LinkedIn können wir das auf effiziente Art und Weise erreichen.“**

**Jason Sacks**  
Chief Development Officer  
Positive Coaching Alliance