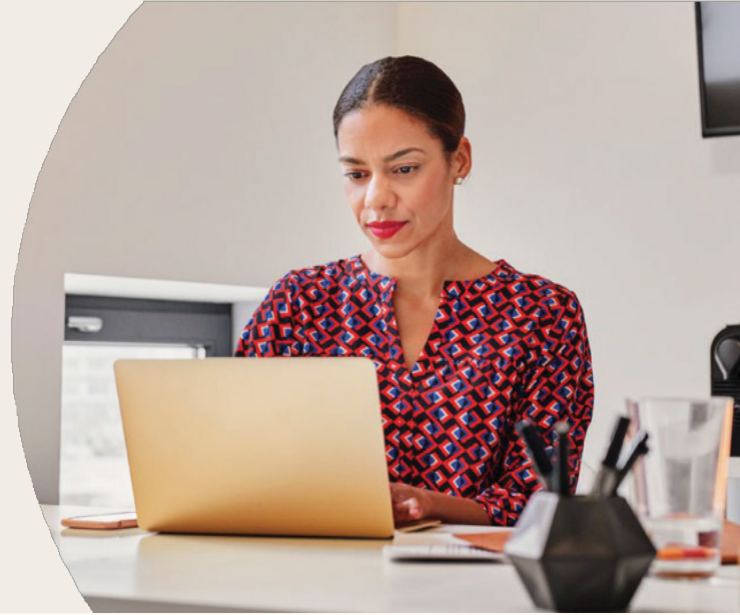


Positive Coaching Alliance encuentra nuevos defensores de su causa, miembros de la junta directiva y donantes con LinkedIn Sales Navigator



Ubicación: Mountain View, California (EE. UU.)
Número de empleados: 11-50 | Sector: organizaciones sin ánimo de lucro

Producto:

LinkedIn Sales Navigator



«Con Sales Navigator hemos logrado grandes cosas y podemos seguir avanzando. Acabamos de contratar a alguien para el puesto de responsable de donaciones. Cuando le enseñamos a usar la plataforma nos dijo: "Esto es una mina de oro. ¡Qué pasada!"»

Jason Sacks
Director de desarrollo en
Positive Coaching Alliance



Reto

- Positive Coaching Alliance es una organización sin ánimo de lucro que crea programas de deportes juveniles que ayudan a formar el carácter. Su misión es ofrecer recursos y formación fruto de investigaciones para entrenadores, padres, atletas y líderes. En los últimos 20 años, PCA ha establecido su presencia en los 50 estados de EE. UU. Ha contribuido a que más de 20 millones de jóvenes se beneficien de una cultura del deporte positiva e inclusiva que les ayuda a desarrollar aptitudes sociales y emocionales, les enseña lecciones vitales y los prepara para la vida adulta.
- Para poder financiar su labor, sobre todo en entornos más desfavorecidos, PCA depende tanto de donaciones particulares como corporativas. Buscar miembros para la junta directiva y posibles donantes fue un laborioso proceso manual que dependió mucho de los contactos que ya tenían y de directorios públicos. «No era muy eficiente que digamos», reconoce Jason Sacks, director de desarrollo. «Por ejemplo, para encontrar personas que pudieran estar interesadas en nuestra labor, tuvimos que investigar mucho, mirar sitios web de distintas empresas y leer biografía por biografía para ver quiénes habían practicado algún deporte en la universidad».
- Para seguir ampliando su organización, PCA necesitaba una forma mejor de encontrar y conectar con posibles miembros de la junta directiva y donantes. Debían identificar a profesionales en puestos de autoridad que mostraran interés por los deportes juveniles o que estuvieran dispuestos a hacer una donación o a participar en una junta local.



Solución

- PCA empezó a usar LinkedIn Sales Navigator para buscar personas cuyos perfiles se ajustaran lo máximo posible a los de sus donantes, y fueron perfeccionando sus palabras clave con el tiempo hasta llegar al tipo de persona adecuado.
- «Descubrimos que quienes habían practicado algún deporte en la universidad solían indicarlo en sus biografías o en algún lugar de su perfil de LinkedIn», explica Sacks. Gracias a las funcionalidades de segmentación de Sales Navigator, PCA fue capaz de afinar la búsqueda hasta dar con los candidatos más proclives a colaborar. «Por ejemplo, nuestro mensaje tiene más probabilidades de calar en una vicepresidenta de una consultora que jugó al baloncesto en la universidad y ahora es entrenadora de deportes juveniles».



Resultados

- Gracias a Sales Navigator, PCA ha logrado contactos y forjado relaciones duraderas. Sacks explica que el número de candidatos de calidad que no dejan de descubrir ha sido decisivo. Como ejemplo, cuenta que descubrieron a un profesional del sector de las finanzas que jugó al fútbol en la universidad, pero desconocía la existencia de PCA. A los pocos meses de haber entablado trato, hizo una donación que supuso un cambio significativo.
- Otro ejemplo: PCA usó LinkedIn para identificar y contratar a un nuevo responsable clave para la organización. Según recuerda Sacks: «Estábamos seleccionando personal para nuestra junta directiva de Nueva York, y [gracias a Sales Navigator] encontramos a alguien que había practicado natación en la universidad, pero que nunca había oído hablar de PCA. Le enviamos un mensaje, se incorporó a la junta directiva, se convirtió en presidente de nuestra junta local y en la actualidad es vicepresidente de nuestra junta directiva a nivel nacional. Cuando se incorporó en Nueva York, me dijo: "No sé cómo me encontrasteis, pero me alegra enormemente que lo hicierais". No es la primera vez que escucho esa afirmación: "No sé cómo me encontrasteis, pero me alegra que lo hicierais". Y es gracias a LinkedIn».

10 %

de tasa de conversión cuando se afianzan las relaciones, lo cual se traduce en la implicación de los miembros de la junta directiva o del consejo directivo.

Al menos el

50 %

de las conversaciones en LinkedIn Sales Navigator dieron lugar a una mayor captación de posibles contactos en PCA

50.000

posibles donantes identificados y analizados con LinkedIn Sales Navigator

Un enfoque múltiple para forjar relaciones

- PCA complementa sus iniciativas de Sales Navigator con publicidad segmentada en LinkedIn y publicaciones orgánicas en su página. «De hecho, tenemos en marcha una campaña de anuncios promocionados dirigidos a distintos tipos de perfiles y está funcionando de maravilla», explica Sacks. «Además, cuando publicamos contenido en nuestra página, podemos ver quién ha interactuado con la publicación o la ha recomendado y, después, hacer un seguimiento de quienes nos resultan más interesantes».
- El equipo también está pendiente cuando se etiqueta a la organización en una publicación. «Hace poco, alguien asistió a uno de nuestros talleres interactivos de formación a través de Zoom y habló sobre él en una publicación. Decía que había sido una de las mejores experiencias de su vida», comenta. «Resulta que esta persona era socia de un despacho de abogados, así que nos pusimos en contacto con ella para ver si le interesaba saber cómo podía colaborar con nuestra organización».

Perfeccionamiento a lo largo del tiempo

- PCA ha trabajado con expertos de LinkedIn para organizaciones sin ánimo de lucro para sacar más partido a la plataforma, desde mejorar sus términos de búsqueda hasta afianzar más las relaciones. Esto les ha permitido optimizar su eficacia. A pesar de todo lo que han avanzado, Sacks opina que aún no han alcanzado todo su potencial. «En una escala del uno al diez, probablemente estemos usando Sales Navigator en un nivel de seis o siete», afirma. «Ya en ese nivel, hemos sido realmente productivos. Por tanto, si seguimos mejorando, creo que nos resultará todavía más útil».

Desarrollo de una red con una misión

Para que PCA pueda promover su misión, necesita ampliar su red de miembros de la junta directiva, voluntarios y simpatizantes. «Una de nuestras iniciativas más importantes a lo largo del pasado año fue la de llegar a entrenadores y programas en poblaciones más vulnerables. Sabemos lo importante que es asegurar que todos los chavales y todas las comunidades tengan acceso a una experiencia deportiva positiva e inclusiva, por eso es vital que podamos subvencionar el coste completo de nuestro programa. Detrás está la colaboración solidaria de más donantes, miembros de la junta directiva y personas que se involucran hasta la médula», explica Sacks.

«Nuestra red de contactos crece con cada persona a la que conseguimos involucrar. No todo el mundo va a ser un donante importante, pero algunos podrían ser un punto de contacto con una universidad nueva, un patrocinador corporativo u otro donante».



«Es importante captar y aumentar el número de personas que contribuyen a PCA con el fin de formar parte de la familia. Y LinkedIn ha sido una de las formas más eficaces para lograrlo.»

Jason Sacks
Director de desarrollo en
Positive Coaching Alliance