

LinkedIn for Nonprofits

Positive Coaching Alliance trouve de nouveaux soutiens, dirigeants et donateurs grâce à LinkedIn Sales Navigator



Lieu : Mountain View, Californie, États-Unis
Nombre d'employés : 11 à 50 | Secteur : organisations à but non lucratif

Produit :

LinkedIn Sales Navigator



“Nous avons connu de nombreuses réussites qui nous permettent d’avancer grâce à Sales Navigator. Nous venons d’ailleurs d’embaucher une personne pour le poste de major gift officer. Lorsque nous lui avons présenté le fonctionnement de Sales Navigator, elle n’en revenait pas.”

Jason Sacks
Chief Development Officer
Positive Coaching Alliance



Le défi

- Positive Coaching Alliance est une organisation à but non lucratif dont la mission est de créer des programmes sportifs pour les jeunes afin de les aider à développer leur personnalité d’une façon positive. L’organisation propose des formations et des ressources s’appuyant sur des recherches scientifiques pour les coachs, les parents, les sportifs et les dirigeants. Au cours des vingt dernières années, PCA est devenu une organisation d’ampleur nationale proposant des programmes dans l’ensemble des États-Unis. Elle a aidé plus de 20 millions de jeunes à développer leurs compétences sociales et émotionnelles, grâce à une culture sportive positive et inclusive qui leur enseigne des leçons de vie et les prépare à la vie d’adulte.
- PCA fait appel à la générosité de donateurs individuels et d’entreprises pour financer son action, en particulier pour aider les populations défavorisées. Le recrutement des dirigeants et la recherche de donateurs était un processus manuel qui demandait beaucoup de travail, reposant principalement sur le carnet d’adresses de l’organisation et sur des annuaires publics. “Ce n’était pas le processus le plus efficace”, déclare Jason Sacks, Chief Development Officer. “Nous devons faire beaucoup de recherches, consulter différents sites d’entreprises, lire les profils des personnes pour voir si elles avaient éventuellement pratiqué un sport à l’université et seraient donc intéressées par notre travail, par exemple.”
- Pour continuer à se développer, PCA avait besoin d’un moyen plus efficace de trouver et de contacter des personnes susceptibles de devenir donateur ou de rejoindre l’organisation. Il lui fallait identifier des professionnels occupant des postes à responsabilités dans leur entreprise, intéressés par le sport et les jeunes, et/ou prêts à aider l’organisation via des dons ou en s’impliquant au sein d’une antenne locale de PCA.



La solution

- PCA a commencé à utiliser LinkedIn Sales Navigator pour chercher les personnes qui correspondaient le plus à ses profils de donateurs, affinant ses mots clés au fil du temps pour obtenir les meilleurs résultats.
- “Nous nous sommes rendus compte qu’une personne ayant pratiqué un sport à l’université le mentionne souvent dans sa description ou sur son profil LinkedIn”, ajoute Jason Sacks. Grâce aux fonctionnalités de ciblage de Sales Navigator, PCA a pu cibler les profils les plus pertinents. “Par exemple, la vice-présidente d’une société de conseil qui jouait au basketball à l’université et indique maintenant entraîner des jeunes sera certainement réceptive à notre message”.



Les résultats

- Sales Navigator a permis à PCA de créer et de développer des relations à long terme. Jason Sacks se réjouit du nombre de candidats de qualité que l’organisation découvre continuellement. Elle a par exemple trouvé un professionnel de la finance qui jouait au football américain à l’université mais ne connaissait pas PCA. Une relation s’est développée et quelques mois plus tard, cette personne a décidé de faire un don exceptionnel.
- LinkedIn a également permis à PCA d’identifier et de recruter un nouveau dirigeant clé pour l’organisation. “Nous recrutons pour notre conseil d’administration à New York”, se souvient Jason Sacks. “Et nous avons trouvé, grâce à Sales Navigator, un ancien nageur à l’université qui n’avait jamais entendu parler de PCA. Nous l’avons contacté, puis il a rejoint notre conseil d’administration dont il est devenu directeur. Aujourd’hui, il est directeur adjoint de notre conseil d’administration national. En nous rejoignant à New York, il a dit : “Je ne sais pas comment vous m’avez trouvé, mais je suis très heureux que vous l’ayez fait.” Cette phrase, je l’ai entendue de nombreuses fois, et la réponse est toujours la même : grâce à LinkedIn”.

10%

de conversions lors du nutring des contacts, permettant le recrutement des membres de la direction

Au moins

50%

des conversations engagées via Sales Navigator ont généré un engagement de la part des prospects

50 000

donateurs potentiels identifiés et étudiés à l’aide de LinkedIn Sales Navigator

Une approche multidimensionnelle pour développer des relations

- PCA complète ses initiatives sur Sales Navigator par des publicités ciblées sur LinkedIn et des posts organiques sur sa Page LinkedIn. “Nous diffusons des publicités payantes ciblant différents profils, ce qui nous a beaucoup aidés”, confie Jason Sacks. “Et même quand nous ne faisons que publier du contenu sur notre Page, nous pouvons voir qui interagit avec le post et qui l’aime, nous permettant ainsi de contacter les profils pertinents”.
- L’équipe contacte également les personnes qui mentionnent l’organisation dans un post. “Récemment, une personne a suivi l’un de nos ateliers de coaching interactifs via Zoom et en a parlé dans un de ses posts. Elle disait que c’était un des meilleurs ateliers qu’elle avait suivis”, raconte Jason Sacks. “Cette personne était associée dans un cabinet juridique. Nous l’avons alors contactée pour lui proposer d’en savoir plus sur notre action”.

Un processus toujours plus sophistiqué

- PCA a consulté des experts LinkedIn for Nonprofits pour profiter au maximum de la plateforme. De l’affinage des termes de recherche à l’approfondissement des relations, PCA a ainsi amélioré son efficacité et sa productivité. Il s’agit d’un bond en avant, mais Jason Sacks y voit encore plus de potentiel à exploiter. “Je pense que sur une échelle de un à dix, nous sommes probablement à six ou sept concernant notre utilisation de Sales Navigator”, estime-t-il. “Et à ce niveau-là, nous sommes très productifs. Si nous continuons à nous améliorer, je pense que la plateforme nous apportera encore plus”.

Développer un réseau autour d’une mission

Promouvoir la mission de PCA passe par le développement d’un réseau de dirigeants, de bénévoles et de soutiens. “L’une de nos plus importantes initiatives de l’année dernière a été de contacter des coachs et de créer des programmes auprès des populations défavorisées. Nous savons qu’il est essentiel que tous les enfants et toutes les communautés aient accès à une expérience sportive positive et inclusive. C’est pourquoi nous devons assurer le financement de notre programme en intégralité. Cela signifie davantage de dons, de donateurs, de dirigeants et de personnes pleinement impliquées”, ajoute Jason Sacks.

“Plus nous avons de personnes impliquées, plus nous avons de relations à mobiliser. Même sans faire de don important, une personne peut nous mettre en relation avec une nouvelle école, un nouveau sponsor ou une autre source de financement”.



“Être capable de toucher davantage de personnes et d’augmenter le nombre de donateurs qui rejoignent la famille PCA est extrêmement important pour nous. LinkedIn est l’un des outils les plus efficaces pour y parvenir”.

Jason Sacks
Chief Development Officer
Positive Coaching Alliance