



SickKids[®]

SickKids Foundation s'associe à Cision pour maximiser les occasions de financement et pour compiler sa couverture médiatique complète

ÉTUDES DE CAS

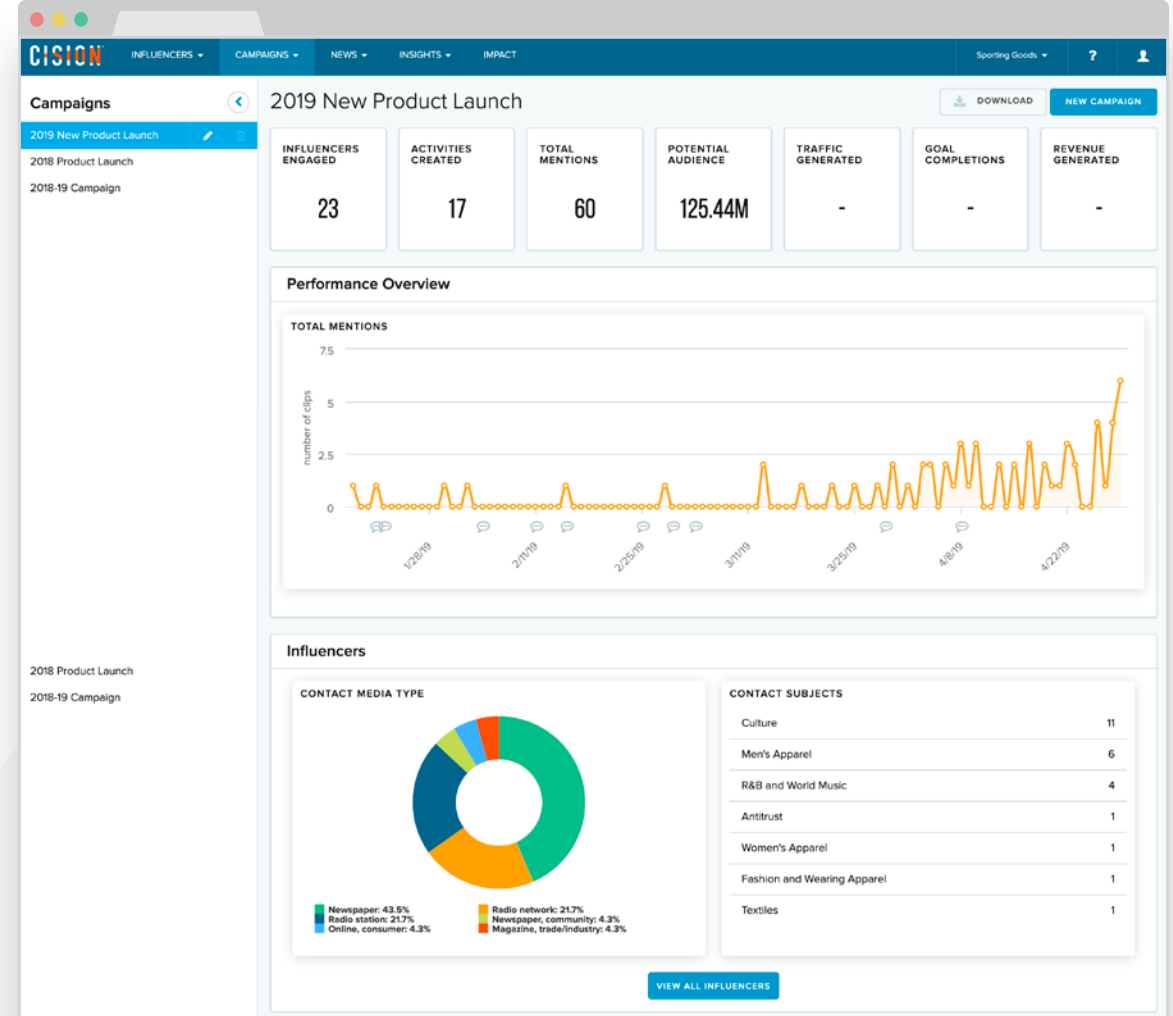
CISION[®]

SickKids Foundation s'associe à Cision pour maximiser le financement et compiler sa couverture médiatique complète

SickKids Foundation figure parmi les organismes de bienfaisance les plus importants au Canada et sa mission est bien connue : faire de chaque enfant un enfant en santé. Puisqu'elle vise à amasser 153 millions de dollars cette année, SickKids Foundation doit s'assurer que sa stratégie de communication est impeccable afin de maximiser sa portée et atteindre ses objectifs de financement. La Fondation a fait appel à Cision pour l'aider à améliorer sa surveillance des médias imprimés et diffusés, à répartir ses ressources efficacement et à recueillir des renseignements sur l'univers concurrentiel dans lequel elle évolue.

PRINCIPAUX POINTS À RETENIR

- Les services de Cision ont mené à une **diminution de 50%** du temps consacré à la création de rapports de surveillance quotidiens.
- Les outils de surveillance personnalisables de Cision aident SickKids à traiter de **multiples cas d'utilisation de façon multifonctionnelle**.
- Cision Insights est utilisé pour examiner l'analytique de la concurrence.



Le défi

Comme la plupart des organismes de bienfaisance, SickKids Foundation s'appuie sur un grand nombre de stratégies et de campagnes de financement pour atteindre ses objectifs. Non seulement SickKids Foundation se fixe des objectifs de financement ambitieux chaque année, mais elle mène actuellement une campagne visant à amasser plus de 1,3 milliard de dollars sur une période de cinq ans, notamment pour la construction d'un hôpital.

Sandra Chiovitti, directrice des relations publiques à SickKids Foundation, croit que l'efficacité, la précision et les renseignements sur le rendement de leur stratégie de communication sont des facteurs essentiels pour que son équipe produise les résultats escomptés.

Nous utilisons Metlwater et un fournisseur indépendant pour les rapports d'analyse trimestriels de la Fondation et de l'hôpital, qui ont deux équipes de communication différentes, explique M^{me} Chiovitti. Tous les matins, notre équipe consacrait trois heures à la compilation des rapports de surveillance de nos médias. On devait trier beaucoup de mentions qui n'étaient pas pertinentes et il nous manquait des extraits de médias importants. Le temps de notre équipe n'était pas utilisé efficacement. M^{me} Chiovitti aurait également aimé avoir une compréhension claire de la position de la Fondation en comparaison avec ses concurrents, qui comptent d'autres hôpitaux pour enfants dans la province et organismes de bienfaisance de taille et d'envergure

similaires. « Nous savons que nous obtenons une couverture positive et que nous entretenons de bonnes relations avec les médias, mais nous ne connaissons pas notre position en ce qui concerne la couverture médiatique et le partage des voix », ajoute M^{me} Chiovitti.

La solution

M^{me} Chiovitti et son équipe se sont tournées vers Cision Communications CloudMC pour tirer profit de fonctions telles que la surveillance rigoureuse de la couverture, la vaste base de données de journalistes et d'autres contacts, ainsi que les capacités d'analyse. « Notre équipe Cision nous a dit que nous étions parmi les premiers clients à s'inscrire au nombre illimité d'extraits diffusés, précise M^{me} Chiovitti. Nous avons la chance de générer une importante couverture à la télévision, alors nous aimons faire le suivi de cette couverture. »

Plus récemment, SickKids Foundation a ajouté la surveillance des médias sociaux de Cision et Cision Insights à sa gamme de produits. « Nous sommes très heureux des services que Cision nous offre, alors nous avons décidé de rassembler tous nos besoins en matière de surveillance, de ciblage et d'analyse auprès du même fournisseur, affirme M^{me} Chiovitti. De cette manière, notre processus est beaucoup plus simple. »

Les résultats

L'équipe de M^{me} Chiovitti tire le meilleur parti de la gamme complète de services de la plateforme, de la base de données aux outils d'analyse, en passant par la surveillance. Les points suivants revêtent une valeur particulièrement importante pour l'équipe:

» SURVEILLANCE RIGOREUSE DES MÉDIAS:

L'équipe de M^{me} Chiovitti consacre beaucoup moins de temps à la création de son rapport quotidien de surveillance des médias. « C'est formidable d'avoir un outil convivial en libre-service qui offre une couverture précise et qui nous donne accès à tous nos extraits pertinents », explique M^{me} Chiovitti.

« Meltwater n'a pas tenu ses promesses sur tous les plans. Il y a eu un manque de transparence en ce qui concerne les capacités et les limites des produits. Ils étaient incapables de nous prouver qu'ils détenaient des licences pour certains médias importants. Je crois que Cision a conclu de meilleures ententes de licences, surtout pour les médias imprimés. Nous ne manquons plus aucune couverture grâce à Cision Comms Cloud. »

» UNE DIFFUSION MÉDIATIQUE AMÉLIORÉE:

Il arrive souvent que SickKids Foundation ait besoin de joindre des publications très précises ou de cibler une région en particulier. Grâce à Cision Comms Cloud, l'équipe peut concentrer ses recherches pour trouver le bon journaliste ou influenceur qui répond à ses besoins. « Nous faisons beaucoup de ciblage individuel, alors l'outil m'aide à trouver des contacts que je ne connais pas ou à couvrir des nouvelles que j'aurais avantage à cibler et à découvrir », ajoute M^{me} Chiovitti.

« C'est formidable d'avoir un outil convivial en libre-service qui comprend une couverture précise et qui nous donne accès à tous nos extraits pertinents. »

— Sandra Chiovitti, directrice des relations publiques à SickKids Foundation



» UNE APPROCHE PERSONNALISÉE EN MATIÈRE DE SURVEILLANCE :

SickKids Foundation possède un service appelé « Service après-don et relations avec les donateurs », formé d'une équipe de rédacteurs qui se consacrent à la création de contenu destiné aux donateurs. Les rédacteurs préparent des « Rapports d'impact » qui exposent les besoins financiers aux donateurs et les façons dont leurs contributions ont aidé l'organisme. SickKids Foundation configure des recherches de surveillance dans Cision Comms Cloud dans le but de couvrir toutes les revues médicales pertinentes. Les rédacteurs consultent les rapports tous les jours pour déterminer si les chercheurs affiliés ont récemment publié des résultats d'études et fait des découvertes révolutionnaires en matière de santé. Grâce à cette information, ils peuvent adapter leur contenu aux donateurs les plus généreux et leur présenter en quoi leur contribution a aidé un chercheur en particulier à poursuivre son travail.

« Avec ce programme, ces donateurs peuvent tout de suite savoir comment leur contribution a été utilisée, explique M^{me} Chiovitti. Ce programme est tout à fait unique et très apprécié de nos donateurs et de notre personnel. Nous sommes heureux de pouvoir adapter Cision Comms Cloud à nos besoins précis. »

» EXPÉRIENCE DE DÉMARRAGE EXCEPTIONNELLE:

Étant donné l'expérience avec leur fournisseur précédent, M^{me} Chiovitti était à la recherche d'un nouveau départ et d'une expérience améliorée avec Cision.

« Darrin et Gary sont nos personnes-ressources principales à Cision. Nous aimons le fait que Cision offre constance et transparence. Avec Meltwater, nos personnes-ressources étaient toujours différentes, avoue M^{me} Chiovitti. Darrin voulait vraiment que cette nouvelle relation fonctionne. Il a organisé des appels hebdomadaires pour s'assurer que tout allait bien et que l'outil nous convenait, mais aussi pour nous offrir de la formation supplémentaire au besoin. J'ai trouvé cette expérience de démarrage absolument exceptionnelle. »

« J'ai réellement l'impression que Cision est un partenaire. On répond toujours rapidement à mes courriels ou à mes appels, ce qui est merveilleux. C'est le type de partenariat avec un fournisseur que je recherche, ajoute M^{me} Chiovitti. L'équipe semble réellement vouloir nos commentaires concernant la plateforme pour l'aider à faire évoluer le produit de Cision. »

» UN REGARD QUALITATIF SUR L'ÉCOUTE SOCIALE:

Les équipes de RP, de marketing, des services créatifs et des médias sociaux de SickKids Foundation se rencontrent une fois par semaine pour discuter des projets à venir. Auparavant, les présentations aux médias étaient le centre des discussions, mais M^{me} Chiovitti a remarqué que les médias sociaux ont pris leur place : contenu à produire pour les médias sociaux, moment de publication, cible...

« C'est pour cette raison que nous avons décidé d'ajouter la surveillance des médias sociaux, explique M^{me} Chiovitti. Nous avons besoin de jeter un regard plus qualitatif sur les médias sociaux pour les comprendre d'un point de vue analytique : ton, auditoires qui parlent de nous, auditoires à connaître... De cette manière, nous pouvons déterminer comment répartir notre temps de production et notre argent pour générer un plus grand engagement. »

» L'EXAMEN DE L'ANALYTIQUE DE LA CONCURRENCE:

Récemment, SickKids Foundation a ajouté Cision Insights à sa gamme de produits. « L'équipe a pris le temps de nous poser beaucoup de questions pour bien saisir le type d'information que nous voulions analyser et compiler. De cette manière, le produit fonctionne vraiment pour nous et nous aide à adopter des stratégies pour l'avenir », affirme M^{me} Chiovitti. SickKids Foundation souhaite documenter sa position exacte par rapport à ses concurrents, notamment en ce qui concerne le partage des voix, la couverture médiatique et le ton.

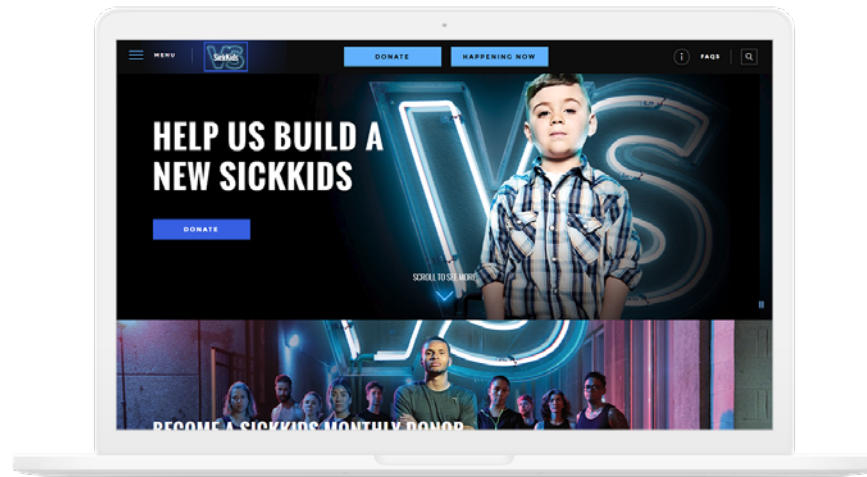
« Cision a beaucoup à offrir, et je crois qu'il s'agit seulement de la pointe de l'iceberg, explique M^{me} Chiovitti. J'ai hâte de recevoir notre premier rapport Insights pour orienter notre stratégie de communication en fonction des résultats. »

« *Cision a beaucoup à offrir, et je crois qu'il s'agit seulement de la pointe de l'iceberg, explique Mme Chiovitti. J'ai hâte de recevoir notre premier rapport Insights pour orienter notre stratégie de communication en fonction des résultats.* »

— Sandra Chiovitti, directrice des relations publiques à SickKids Foundation

Le client

SickKids Foundation s'est dotée d'une mission claire : faire de chaque enfant un enfant en santé. SickKids Foundation croit que la lutte pour la santé et le bien-être des enfants est l'une des façons les plus efficaces d'améliorer la société. SickKids Foundation amasse des fonds au nom du Hospital for Sick Children (SickKids) et est l'un des plus importants bailleurs de fonds philanthropiques de la recherche, de l'apprentissage et des soins en matière de santé des enfants au Canada. La philanthropie est une source de financement essentielle pour SickKids, l'un des établissements de soins de santé pédiatriques les plus importants au monde. SickKids Foundation figure parmi les grands organismes de bienfaisance du Canada.



CISION

Cision Ltée (NYSE: CISN) est l'un des principaux fournisseurs mondiaux de logiciels et de services de médias acquis pour les professionnels des relations publiques, du marketing et des communications. Les logiciels de Cision permettent aux utilisateurs de repérer les influenceurs clés, de rédiger et de distribuer du contenu stratégique et de mesurer les répercussions importantes. Cision compte plus de 4 000 employés et des bureaux dans 22 pays dans les Amériques, en Europe, au Moyen-Orient, en Afrique et dans la région Asie-Pacifique. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ses produits et services primés, y compris sur Cision Communications CloudMC, visitez www.cision.com et suivez Cision sur [@Cision](https://twitter.com/Cision).

DÉCOUVREZ COMMENT CISION PEUT TRANSFORMER VOS COMMUNICATIONS

877.269.3367

2000, avenue McGill College, 3e étage, Montréal
QC, H3A 3H3

Copyright © 2019 Cision Ltd. Tous droits réservés

CISION[®]