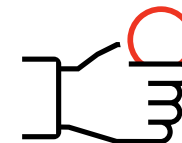


kbCHARITY

CIBLES THÉMATIQUES POUR LES NPO

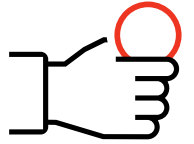


En tant qu'organisation à but non lucratif, plus vous pouvez limiter la sélection à votre propre groupe cible lors des campagnes de collecte de fonds, plus le retour des dons sera élevé. C'est pourquoi KBDM a modélisé **6 groupes cibles spécifiques** et les a définis comme critères de sélection dans **kbCONSUMER**. Les définitions empiriques des groupes cibles reflètent les caractéristiques communes typiques de chaque groupe cible de donateurs. Au sein de chaque groupe cible NPO, **3 niveaux d'affinité** sont codés pour la sélection :

- **High** classe d'affinité la plus élevée pour le sujet
- **Medium** 2. classe d'affinité la plus élevée pour le sujet
- **Low** 3. classe d'affinité la plus élevée pour le sujet

Description des différents groupes cibles :

- **Aide d'urgence** Ce groupe cible se concentre sur la fourniture d'une aide d'urgence et d'un soutien dans des situations de crise telles que les catastrophes naturelles ou les urgences humanitaires.
- **Santé** Ce groupe cible se consacre à la promotion et à l'amélioration de la santé publique par la prévention, le traitement et l'éducation à la santé.
- **Environnement** Ce groupe cible s'engage pour la protection et la préservation de l'environnement naturel afin de promouvoir des conditions de vie durables.
- **Enfants et famille** Ce groupe cible soutient le développement et le bien-être des enfants et des familles par le biais de programmes d'éducation, de soins et de soutien.
- **Étranger** Ce groupe cible s'engage dans des projets internationaux afin d'améliorer les conditions de vie et les opportunités dans les pays en développement.
- **Intérieur** Ce groupe cible se concentre sur le soutien et l'amélioration de la qualité de vie dans son propre pays par le biais d'initiatives sociales, économiques et culturelles.



L'utilisation d'adresses caritatives pour les entreprises à but non lucratif est d'une valeur inestimable. Ces adresses spécialement sélectionnées permettent de s'adresser de manière ciblée à des donateurs potentiels qui ont déjà un intérêt marqué pour les projets d'utilité publique. L'utilisation d'adresses caritatives vous permet d'atteindre efficacement et à moindre coût des donateurs prêts à s'engager pour de bonnes causes. Le résultat : une plus grande disposition à faire des dons, des taux d'engagement accrus et un soutien durable de vos projets. Utilisez cette ressource précieuse pour faire passer votre message directement dans le cœur de vos futurs soutiens et maximiser l'impact de votre travail.

