

## **Les outils du médiateur dans son démarchage et développement d'activité.**

Dans ses démarches auprès des prescripteurs de médiation, le médiateur dispose d'outils que lui servent à attester de son professionnalisme et à promouvoir la matière.

### Les outils de prospection

- Le diplôme, la certification professionnelle, le médiateur se présente comme un expert de la résolution des conflits répondant aux exigences légales sur la nécessaire formation du médiateur.
- la valeur du caractère généraliste de sa formation : mettre en avant les atouts de cette caractéristique comme étant l'assurance pour les parties de traiter globalement un conflit avec le même interlocuteur et dans le cadre d'un même processus.
- L'affiliation ou le rattachement à une organisation professionnelle telle que la Chambre est un réel plus en tant que gage de crédibilité et de sérieux. C'est aussi la possibilité d'un démarchage groupé sous couvert de cette instance.
- La présentation du code d'éthique et de déontologie.
- Une carte de visite professionnelle.
- Inscription sur des annuaires du web, (*Viadeo, le village de la justice,...*)
- Création d'un site internet bien référencé.

Ces outils servent notamment à établir le sérieux, la crédibilité, l'éthique et la compétence du médiateur. D'autres ont une fonction pédagogique utile pour la promotion de la médiation.

### Outils de promotion

- la plaquette informative qui synthétise et présente les grandes lignes du processus de médiation donne corps à une information et permet d'en laisser une trace tangible.
- Créer des liens vers le Wiki médiation pour parfaire les connaissances des profanes comme des avertis et trouver réponse aux questions.
- Organiser des « cafés médiation » ou toutes autres actions visant à promouvoir le procédé auprès des particuliers et des professionnels.