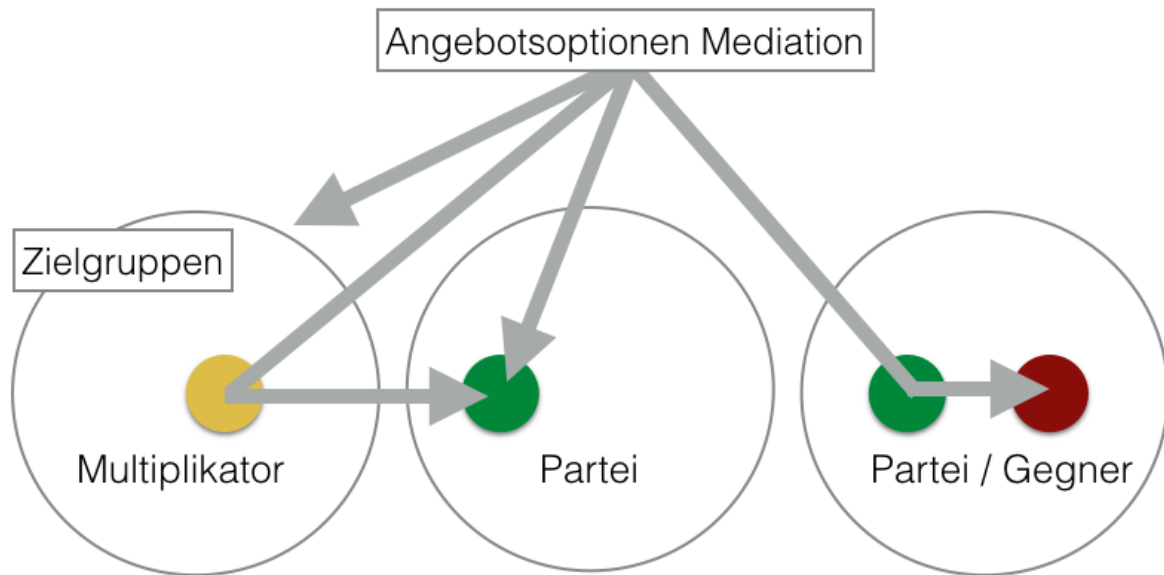


Dreiecksmarketing

Der Begriff Dreiecksmarketing wurde eingeführt, um zu verdeutlichen, dass das Marketing manchmal über Bande laufen muss, ohne ein direktes Affiliate Marketing oder ein Partnerprogramm abzubilden.¹ Auch beim Marketing zwingt die Andersartigkeit der Mediation den Mediator wie die Parteien dazu, um die Ecke zu denken. Diese oft vernachlässigte Notwendigkeit führt zu einer weiteren Herausforderung und eine Besonderheit bei der Vermarktung der Mediation zugleich. Nicht immer erreicht das Angebot des Mediators den Interessenten auf direktem Wege. Erschwerend kommt hinzu, dass der Mediator Kontakt zu beiden (allen) Parteien braucht, um sie von seinem Angebot überzeugen zu können. Um die Mediandenanwärter zu erreichen, muss er manchmal über Bande kommunizieren. Grundsätzlich stehen ihm folgende Optionen zur Verfügung:



© Arthur Trossen, Win-Management GmbH

- Der Mediator kann die Zielgruppe direkt und allgemein ansprechen, um das Individuum innerhalb der Zielgruppe zu erreichen.
- Der Mediator kann über Bande mit den Interessenten kommunizieren, indem er das Angebot über Multiplikatoren wie beim Affiliate Marketing in die Zielgruppe einspeist. Multiplikatoren sind z.B. diejenigen Dienstleister, die direkt mit der Partei im Kontakt stehen.
- Der Mediator kann die Gegenpartei über Bande erreichen, indem er das Angebot an die Partei richtet, mit der er im Kontakt steht und sie bittet, sein Angebot an die Gegenseite weiterzuleiten.
- Der Mediator kann versuchen, mit der Gegenpartei direkt Kontakt aufzunehmen.

[Weiterempfehlen](#) [Zum Archiv](#)

[Hinweise und Fußnoten](#)

Bitte beachten Sie die [Zitier](#) - und [Lizenzbestimmungen](#)

Bearbeitungsstand: 2021-11-05 11:14 / Version 3.

Alias:

Siehe auch: [Ratgeber für Interventionen](#)

Die Seite wird im [Aufgabenverzeichnis](#) und im [Verfahrenshindernis](#) erfasst.

Prüfvermerk: -

Weitere Beiträge zu dem Thema mit gleichen Schlagworten