

房地产经纪人 实务

修订版

方志达 张连生 编著
盛承懋 主编
卞敬礼 主审

REAL ESTATE Middleman

东南大学出版社

内容提要

本书可作为房地产经纪人执业资格考试指导教材。书中讲述了房地产经纪人的各项业务,如经纪业务、咨询业务、居间业务、代理业务、拍卖业务的操作程序和业务技巧等。

本书可作为房地产经纪从业人员的学习、培训教材和大专院校工程管理专业房地产经纪课程的教材。

图书在版编目(CIP)数据

房地产经纪人实务/张连生等编著. —2版. —南京:东南大学出版社,2002.5

(房地产经纪人教程系列丛书/盛承懋主编)

ISBN 7-81050-518-1

I. 房… II. 张… III. 房地产业-经纪人-手册
IV. F293.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 42015 号

东南大学出版社出版发行
(南京四牌楼2号 邮编 210096)

出版人:宋增民

江苏省新华书店经销 南航飞达印刷厂印刷
开本:787mm×1092mm 1/16 印张:10.75 字数:268千字
2002年5月第一次修订 2002年8月第5次印刷
印数:13001—16000 定价:20.00元

(凡因印装质量问题,可直接向发行科调换。电话:025—3792327)

房地产经纪教程

编审人员名单

- 主 编** 盛承懋
- 副主编** 周 云 连永安 方志达
- 编 委** (按姓氏笔划顺序排)
- 方志达 刘鹏忠 连永安
张连生 周 云 胡至廉
高 荣 盛承懋
- 主 审** 卞敬礼
- 副主审** 陈耀亮 龚爱国 王玲玲
马泽发 钱三男 彭 枫

序

自改革开放以来,随着我国城镇国有土地使用制度和住房制度改革的逐步深入实施,房地产业得到了迅速的发展,房地产经纪人及经纪机构顺应市场经济发展的需求,如雨后春笋般地涌现出来。

房地产经纪作为房地产市场的重要环节,在活跃和繁荣房地产市场方面发挥着重要的作用。据不完全统计,到目前为止,我国拥有已注册登记的房地产经纪机构近万家,从业人员有几十万人,而且房地产经纪机构和从业人员的数量还在迅速增加。但是,就目前总体状况而言,我国房地产经纪业尚处于起步阶段,经纪机构良莠不齐,房地产经纪从业人员素质普遍较低,房地产经纪活动的专业化与规范化还十分欠缺。这些问题都大大影响了房地产经纪行为的作用,阻碍了房地产经纪业服务内容的广泛开展以及服务质量的提高,致使该行业难以为社会所普遍认同和接受。

面对这一问题,苏州城建环保学院根据多年来的学术研究,并结合房地产经纪活动实践的成果编写了这套丛书,内容上兼顾了理论性、知识性与实践性,尤其是具有较强的可操作性,是适应当前市场经济,尤其是房地产中介市场发展要求之作,对加强房地产经纪活动的规范性,提高房地产经纪人员的知识水平及业务素质与能力,以及相关经纪人和管理人员的素质,会有所裨益。

謝家瑾

谢家瑾:建设部住宅与房地产业司司长

编者的话

《房地产经纪人教程系列丛书》共分三册,即:《房地产经纪人概论》、《房地产经纪人专业基础》、《房地产经纪人实务》。该套丛书系统地阐述了房地产经纪人的基本理论与基本知识,国内外房地产经纪人的现状与制度,房地产经纪人所应具备的相关专业知识,房地产经纪人的操作实务与技巧,并附录了与我国房地产经纪人相关的法律、法规、规范性文件及部分合同文本。

本丛书由盛承懋主编,卞敬礼主审。编写人员分工如下:《房地产经纪人概论》由周云、刘鹏忠、高荣完成,其中,第一、五章由高荣撰写,第二、三、四章由周云撰写,第六、七章由刘鹏忠撰写;《房地产经纪人专业基础》由连永安、胡至廉、周云、盛承懋完成,其中,第一章由周云撰写,第二、三章由胡至廉撰写,第四章由连永安撰写,第五章由盛承懋撰写,第六章根据房地产估价师培训教材改写;《房地产经纪人实务》由方志达、张连生完成,其中,第一、二章由方志达撰写,第三、四、五、六章由张连生撰写。

《房地产经纪人教程系列丛书》由江苏省建设委员会组织有关专家审稿,并将作为江苏省房地产经纪人执业资格培训的指定教材。

丛书在撰写过程中得到了江苏省建设委员会房地产业处、苏州市房产管理局、南京市房地产市场管理处、无锡市产权监理处的大力支持,得到了卞敬礼、陈耀亮、钱三男、王玲玲、龚爱国、彭枫、马泽发等领导 and 专家的悉心指点。同时,本书还得到苏州城建环保学院领导的关心和指导。此外,魏伟、黄琤、李晓岚、朱淑萍、丁字清等同志在撰写、打印等方面也做了很多工作,在此一并感谢!

编者

目 录

第 1 章 房地产经纪业务	(1)
§ 1 房地产经纪人概述	(1)
§ 2 房地产经纪人业务技巧	(5)
§ 3 房地产合同的基本知识	(11)
第 2 章 房地产咨询业务	(15)
§ 1 房地产咨询业务概述	(15)
§ 2 房地产咨询业务	(17)
§ 3 房地产咨询的服务方式	(19)
§ 4 我国房地产咨询业的现状与对策	(20)
第 3 章 房地产居间业务	(23)
§ 1 房地产居间业务概述	(23)
§ 2 房地产居间业务操作程序	(25)
§ 3 房地产居间合同	(29)
第 4 章 房地产代理业务	(33)
§ 1 代理制度概述	(33)
§ 2 房地产代理业务操作	(38)
§ 3 房屋转让代理业务	(45)
§ 4 房屋租赁代理业务	(50)
§ 5 房地产代理抵押业务	(54)
§ 6 房地产权属登记代理业务	(61)
第 5 章 房地产拍卖业务	(69)
§ 1 房地产拍卖制度概述	(69)
§ 2 房地产拍卖操作	(73)
第 6 章 房地产经纪人的管理制度	(78)
§ 1 房地产经纪人的资格管理	(78)
§ 2 房地产经纪人职业道德和执业纪律	(81)

附录	(86)
城市房地产开发经营管理条例	(86)
建设部关于修改《城市商品房预售管理办法》的决定	(92)
城市商品房预售管理办法	(94)
商品房销售管理办法	(96)
房屋建筑工程质量保修办法.....	(103)
中华人民共和国合同法(摘录).....	(105)
中华人民共和国城市房地产管理法.....	(109)
中华人民共和国土地管理法(节选).....	(118)
中华人民共和国契税暂行条例.....	(126)
建设部关于修改《城市房屋权属登记管理办法》的决定.....	(128)
城市房屋权属登记管理办法.....	(130)
城市房屋租赁管理办法.....	(136)
建设部关于修改《城市房地产转让管理规定》的决定.....	(141)
城市房地产转让管理规定.....	(142)
商品房买卖合同示范文本.....	(146)
国有土地使用权出让合同.....	(154)
房屋租赁合同.....	(157)
商品房租赁合同.....	(159)
居间合同.....	(161)

第1章 房地产经纪业务

§ 1 房地产经纪人概述

1.1 房地产经纪人的概念

1) 房地产经纪人的概念

在经济学中,经纪人是指在市场交易活动中,为买卖双方提供成交机会,以获取佣金的中间商人。经纪人是以从事他人间商业行为的媒介为职业,其本身是独立的商人。房地产经纪人指受委托人(客户)的委托,为委托人提供信息,促使委托人与第三方就房地产的转让、房屋租赁、房地产抵押等交易活动成功,从中获取佣金作为服务报酬的中间人。房地产经纪人只有十分熟悉国家的有关房地产法律、法规及有关政策,并熟悉房地产开发经营过程中的有关土地测量、土地使用权转让、建筑施工、房地产估价、抵押贷款、物业管理等方面专业知识,才能为房地产交易双方提供专业服务,从而促使交易成功。

2) 房地产经纪人的特征

房地产经纪人与其他类型的经纪人相比,有其自身的特征:

(1) 房地产经纪人的专业性和行业色彩强

房地产业是一个独立的行业,也是一个新兴产业。房地产的投资、开发、交易等各环节紧密相关,程序复杂。经纪人如果不具有房地产形成中的各阶段(投资、开发、销售、物业管理等)的专业知识和有关的政策、法律、法规知识是难以胜任的。在经纪人的分类中,房地产经纪人是独立的一类,其专业性也由此可见。

(2) 房地产经纪人的服务面广,社会影响大

某些专业经纪人如文化经纪人、体育经纪人,可以为固定的一些客户服务,而房地产经纪人则不同,其服务对象是广泛的。虽然房地产经纪人也可以为某开发商专门服务,但服务的相对人,即房产的购买人或潜在购买人,仍然是相当广泛的。而且,由于房地产其本身价值大,又涉及到千家万户的切身利益,甚至关系到客户的人身财产安全,因此,房地产经纪人

责任重大,其业务的社会影响面也广。

(3)房地产经纪人的业务活动范围具有地域性的特点

由于房地产这种商品的不可移动性,房地产经纪人的业务活动范围受到地域的限制,因此,房地产经纪人必须要对其从事经纪活动区域的房地产行情十分熟悉。

(4)房地产经纪人的收入较高,但不固定

由于房地产交易的价值较大,房地产经纪人所能得到的佣金也相对较高。也正由于房地产经纪人的收入较为可观,其同行间的竞争也十分激烈。因此,独立的房地产经纪人收入不固定。房地产经纪人只有通过为客户提供优质、高效的服务,才能得到较高的收入。

1.2 房地产经纪人的作用

房地产业是一项投资大、生产周期长、交易程序复杂、竞争激烈的行业。由于房地产具有占用资金数额大以及不可移动的特性,使得房地产这个特殊商品不能像其他商品那样以“物流”的形式进行销售。开发商由于不了解市场,找不到买主而无法出售房地产,而顾客因难以了解房地产商品的真实情况而徘徊等待。供与求之间双方不能像其他商品那样直接面对面地了解,因此,从事居间活动的房地产经纪人就有了市场。另外,房地产的交易还涉及不少政策和法律问题,如抵押贷款、产权产籍登记,手续较为复杂,这时就十分需要借助知识全面、训练有素的房地产经纪人为交易双方提供服务。

西方发达国家的经验表明,房地产业的发展 and 成熟必须有一大批水平较高的中介机构及经纪人活跃在房地产交易市场,促使房地产交易市场健康有序地发展。

房地产经纪人在房地产交易中的重要作用表现为:

1)为交易双方提供及传播房地产信息

房地产经纪人的居间活动就是为交易双方提供信息,即为开发商寻找客户,为客户提供房源信息。经纪人的中介过程就是供求信息汇集和交流的过程,同时又是宣传房地产知识的过程。

2)房地产经纪人的专业优势

房地产经纪人的优势在于了解市场、熟悉政策、懂得各类物业的特点,在“中介”过程中进行信息交流,来弥补房地产交易中物业不能流动的特性而带来的交易困难。同时,由于经纪人掌握丰富的市场信息、渊博的专业知识以及良好的执业信誉,运用其经验丰富的谈判技巧及公关手段,往往可以协调双方,解决矛盾,排除困难,最终促使交易成功。

3)代办交易涉及的各项具体事务

房地产交易涉及许多专门知识,涉及的事务性手续也较为复杂。例

如,房地产抵押贷款、房地产产权产籍登记、房地产税收等等。房地产经纪人可以利用自身掌握的有关知识、信息和经验,为房地产交易双方代办上述事务,还包括代办产权过户登记、代办抵押贷款、代交税费、代签合同,甚至可以代为客户联系室内装修、室外绿化,代购家具等服务。由于房地产经纪人参与了交易活动,使本来较为复杂的手续就能较轻松地办妥,使得开发商省力、省心、省时,也使得购房客户在支付较少的费用甚至不付佣金(经纪人为开发商代理销售时,不向购房者收费)时得到专业服务,对交易更为满意。

4)由于房地产经纪人的参与,规范了房地产交易市场

房地产经纪人是精通房地产交易各个环节的行家,由经纪人代理房地产交易,就能严格按照规定的程序去办理各种手段,不仅给交易双方带来方便,而且可以起到规范房地产市场的交易行为,促进房地产交易健康发展。

1.3 房地产经纪人的主要业务

房地产经纪人从事的居间活动,业务范围非常广泛。房地产经纪人可以参与房地产买卖、租赁、置换、抵押、典当等各种经纪业务,也可以提供与房地产交易有关的政策、项目、工程、管理咨询等业务。

1)房地产交易代理是目前我国房地产经纪人或经纪机构的主要经纪业务。房地产交易代理包括:房地产转让代理、房屋租赁代理、房屋置换代理等。

2)房地产经纪人利用自身了解市场、熟悉市场的优势,收集有关房地产信息,包括开发公司,开发项目,开发项目的设计、质量、工期,开发项目的所处位置和四周环境以及房源信息、价格信息等等。特别是房屋置换代理业务量与日俱增时,经纪机构掌握房源信息,熟悉待置换房源的情况以及掌握一批现有的或潜在的客户,这些都是房地产经纪人利用信息为交易双方服务的优势。

3)房地产经纪人代办各种交易事务,办理各种权证,代交税费,甚至代签合同等,使交易双方更方便、更轻松。

4)房地产经纪人提供房地产咨询服务,如房地产开发项目立项、可行性研究、可行性报告评估,开发项目投资分析及效益分析,开发项目的技术咨询及项目管理、物业管理等等。

1.4 房地产经纪人的素质要求

作为一名房地产经纪人,为了保证其从事的中介服务的行为规范,必须满足一定的从业条件。一般来说,随着房地产业的不断发展,对房地产

经纪人的从业要求在逐步提高。公民个人要成为一名房地产经纪人,其应具备的基本条件是:

①年满 18 岁,有从事经纪业务所在地的正式户口。

②必须具有在房地产行业或房地产有关部门中两年以上的从业经历,并表明有良好的职业道德。

③必须具有高中以上文化程度,或房地产专业中专学历,或大专学历,并经过房地产经纪业务培训,经考试合格取得房地产经纪人从业资格证书。

在美国、日本等国,从事房地产经纪的从业人员必须经过培训和考试。考试内容包括:

①有关房地产的法律、法规知识;

②房地产交易知识;

③在房地产市场上独立为顾客服务的知识和方法;

④有关房地产金融的知识;

⑤有关房地产物业管理的知识。

一支高素质的房地产经纪人队伍对于保障交易双方权益,活跃房地产市场和促进房地产商品流通方面起着重要作用,从而促使房地产业的健康发展。

1.5 房地产经纪人自我形象的塑造

房地产经纪业是属于一种特殊的职业,从业人员要了解房地产商品的特性、房地产交易的特性以及要有房地产法律、金融、开发、估价等较广泛的知识。除了房地产经纪人必须具有的良好素质和职业道德外,房地产经纪人或经纪机构还必须注意自我形象的塑造。

房地产经纪人自我形象的塑造应从以下几方面着手:

(1)房地产经纪人应提高个人素质修养,注意仪表谈吐,因为这些生活细节都会直接影响经纪工作的成效。

(2)在业务指导思想上房地产经纪人必须树立为客户服务的宗旨,全心全意为客户(委托人)服务,办事认真,说到做到,并具有坚韧不拔的毅力,有实现预定目标的能力。经纪人不能只追求经济效益,应提倡在提供优质服务的前提下,得到公正、合理的报酬。

(3)经纪人或经纪机构的办公地点最好设立在交通便利、设施齐全的较高级的写字楼内。因为交通便利,必然是人群流动量大,信息量大,因此信息传播既广又快。

(4)经纪人或经纪机构主要依靠“信息”为客户服务的,因此,从事中介服务的经纪机构应有现代化的办公设施、计算机网络系统,可以与委托人或其他经纪人随时保持联系,并共享信息资源。

(5) 经纪人或经纪机构应具备宽敞的办公室及谈判室、信息发布室。信息分类公布。这种分工细致、操作规范的工作场所,会使客户感到经纪人提供的服务专业性强,增强了客户对经纪人的信任感。

一个好的经纪人自我形象的塑造必将大大有利于经纪工作取得预期的效果。

(6) 通过广告宣传,使得房地产经纪人或经纪机构在公众中树立良好形象。在广告宣传资料中应着重介绍公司的实力,主要是经纪人或经纪机构的信息网络、客户资源、经纪人素质及献身精神,以及“一切为客户着想”的经营宗旨、及合理的佣金费用等。

§ 2 房地产经纪人业务技巧

2.1 房地产经纪人寻找客户的技巧

房地产的特定用途及其自身的特点,决定了房地产经纪人的现实客户或潜在客户存在于一定的范围内。根据房地产经纪人或经纪机构自身的实力、经验、能力去寻找委托人,或根据委托合同,去寻找物业的购买者或承租人,可以通过直接或间接方法去完成。

1) 直接寻找客户的方法

直接寻找客户的方法往往需要投入一定的初期费用,存在一定的风险。一般的做法为:

(1) 利用媒体做广告宣传是常用的手段

房地产广告一般以报纸、期刊宣传为主,因为覆盖面广,便于潜在客户保存并作多次或长期研究。广告上将物业所处地理位置标明,将物业的外部轮廓、建筑造型、内部布局以简明的建筑平面图来表示,使读者一目了然。在报纸、期刊上做广告宣传的费用成本比利用电视、电台媒体要便宜且效果要好。

(2) 直接投寄资料

随报附送,或上门投递房源信息等资料,或节假日在市中心、大型百货商店门前、超市门前、地铁口、交通要塞等地向行人投送宣传品。这些做法在国外十分常见。

(3) 参加房地产市场交易会

可用模型、图片,乃至声像资料参加交易会,收到的效果会很明显。

2) 间接寻找客户的方法

(1) 通过对房地产信息进行登记

建立档案,利用正确、及时、高效的档案系统使房地产经纪人找到合适的房源,主动接近潜在客户,争取委托合同。

(2)浏览报纸收集信息资源

特别是有关房改的动态、政策以及了解工商企业的有关信息和他们对房产的需求。由于房地产业正走上健康有序的发展道路,房地产市场的竞争环境使得开发商们纷纷利用各种媒体宣传其开发的项目及充足的房源,因而房地产经纪人可以从大量的报纸及新闻媒体上获得房源信息,再凭借自身的经验可以将房屋的供方及需方沟通在一起,促成房地产交易成功。

(3)新老客户的交往

多年从事经纪业的经纪人通过与过去的老客户联系获得新客户。由于房地产经纪人一贯的良好的服务态度、认真负责的工作精神,及为客户排忧解难的业绩,使老客户乐意为他们介绍新客户,这就为房地产经纪人扩大业务提供了条件。

同时,房地产经纪人良好的人际关系,也容易结识潜在客户。当前我国房地产市场正处于逐步完善、发展的阶段,个人房产交易所占的比重在逐步增大,房屋的买卖及租赁往往都利用方方面面的社会关系而成交。因此,房地产经纪人的业绩在很大程度上有赖于其自身的交际能力以及社会背景。随着房地产市场的发展、市场的规范操作,经纪人的作用将更为明显。经纪人的诚实信用、业绩声誉是客户选择经纪人的首要条件。

(4)依靠行业协会收集客户信息

在房地产市场发展到相当程度时,应由房地产主管部门牵头成立房地产经纪人协会,实行会员制管理办法,协会内建立信息网络,逐步做到房源、客源信息共享。在有条件的城市,可以成立由开发企业和经纪人机构共同组成的房地产交易市场或交易中心,也实行会员制,交易中心会员之间实现信息资源共享。协会之类的民间团体的作用是促使经纪人之间的信息交流,加强他们之间的合作,消除经纪人之间相互封锁的壁垒和信息障碍,为房地产经纪业的发展创造良好的环境和条件。

2.2 房地产经纪人的调查技巧

为了保证房地产经纪人中介经营的良好信誉,也为了提高房地产交易的成功率,增强客户对房地产经纪人的信任感,房地产经纪人在供求双方成交之前对双方的情况进行一些必要的调查了解,以便掌握确凿的第一手材料,便于在协调双方的交易中采取主动,促成交易,同时也为自身的工作获得声誉,并为今后的工作打下基础。

1)调查委托方(房地产开发商)的楼盘情况及信誉

房地产经纪人要对委托方的经营方式、开发能力、财政状况、开发业

绩以及企业信誉进行了解,并对所委托代理销售的楼盘的具体位置、周边环境、设计水平、施工质量、物业管理等作较为详细的调查了解;同时还得调查了解所委托代理销售的物业周围具有竞争力的同类物业情况。对于房地产三级市场中的房产委托代销、代租、代为置换的小物业主的情况,更要调查弄清物业的产权关系,有否抵押,权属有否争议,是否共有房产,是否被查封房产等等。对于想出售、出租房改房产的,要查看所有产权产籍资料以及国家的有关政策。只有对委托方的楼盘状况了解清楚确信无疑的基础上才可以开始物色客户,否则房地产经纪人一旦陷入产权纠纷的房产交易业务,或开发商信誉欠佳、预售后退手不管时,不仅会影响房地产经纪人的正常交易业务,破坏其声誉,而且房地产经纪人还有可能要承担连带责任。

2)对需求方的调查

房地产经纪人对潜在的或真正的房屋购买者的购买能力或承租人的支付能力必须进行调查了解,以减少风险。

(1)对购买诚意或购买动机进行了解

客户购买房地产商品的动机及诚意是交易成败的关键。经纪人了解客户的购买动机是为了消费,还是作为投资保值增值,就可决定该客户是现实客户还是潜在客户。在交易洽谈过程中,可为投资目的的客户提供最投资方案来满足客户需要。

(2)对消费者(客户)的购买能力进行了解分析

消费者的购买能力决定了消费者对住宅地段、住宅类型、层次、朝向等的选择要求。消费者年龄结构、个人爱好等也会对物业提出新的要求。房地产经纪人在初次接触到客户时,从一般的聊天之中就可了解到客户的所在工作单位情况,大体年收入水平,全家人口及个人爱好等,然后,就能主动地为客户介绍满足他个人爱好要求,又符合他经济支付能力的房源,使交易成功率提高。

2.3 房地产经纪人的谈判技巧

在房地产流通过程中,房地产经纪人作为提供交易中介服务的一方,往往既要与房地产商品的供应方,又要与房地产商品的需求方进行反复多次的交易谈判,目标是为了促使交易成功。在谈判过程中,谈判的焦点是交易价格,而往往委托人授权经纪人可进行价格下调的幅度是十分有限的,若消费者一味要求价格下调作为成交的先决条件的话,经纪人只有与委托人一起在测算成本、分析行情及了解竞争对手的情况后作出决定。国外资料表明,房地产商品的价格固然十分重要,但不是交易成败的惟一决定因素。交易谈判的失败,除了价格上谈不成(占20%)以外,还有就是对经纪人谈判的态度和方式表示不满(占60%~70%)而中断交易谈判

的,还有15%左右因对委托人售后服务缺乏保证而中断交易谈判。因此,对房地产经纪人或经纪机构的谈判能力和谈判技巧提出了更高的要求。

1) 不打无准备之仗,做好谈判前的准备工作

面谈是房地产交易过程中的一个十分重要的环节。面谈指房地产经纪人运用各种方式、方法和手段去说服客户的过程,也是向客户传递信息的过程。房地产交易过程中的面谈一般可以分为几个阶段进行。首次面谈只是由客户表示购买或租赁的意向,提出一些想法与要求,经纪人主要是聆听并认真作好记录,双方十分友好地把对方的联络方式及方法记录下来,可随时保持联系。第二次的面谈往往是在经纪人带了客户参观物业现场时进行,一般在参观现房或期房的过程中。这时双方的意向进一步明确,关系进一步融洽,经纪人对客户的需求的了解有了加深。第三、四次的面谈,大都在经纪人办公室,也可以在客户的家中,在比较轻松友好的气氛中进行。房地产经纪人通过了三四次面谈以后,对客户购买的动机、目的基本了解,从中可以得出这样的结论:是有可能继续谈判的真正客户,还是潜在客户。此时,经纪人应将客户登录在案,并禀报委托人,把这类客户定为目标客户。以后的几次面谈几乎主要集中在价格、付款方式、客户特殊要求及物业管理等等具体的细节问题上了。

在任何一宗房地产交易谈判的前几次面谈是成败的至关重要的因素,房地产经纪人的充分心理准备和物质准备是首次面谈成功的保证。

2) 房地产经纪人面谈的心理和物质准备

(1) 房地产经纪人必须充满自信

对自己所介绍的房地产商品充满信心,以及对自己的工作充满信心,以激发谈判取胜的勇气。只有相信自己有能力来满足客户的需求,做到“有求必应、真诚相待”时,才能时时掌握主动,把握时机。

(2) 诚恳是房地产经纪人基本素质要求

与人交往,诚信为本。要倾听客户的要求,要实事求是地介绍物业的情况,如是期房交易,预售谈判时一定要把入伙期等如实介绍,还应介绍设计施工单位的情况,并且一定要把客户带至施工现场亲眼目睹未来物业的构造及外貌,要让客户“放心、称心”而去。与客户打交道,讲信用是第一位的,只有这样才能将客户抓在手中,使面谈深入下去。

(3) 房地产经纪人应有良好的仪态

房地产经纪人应仪表大方,谈吐自然,显示出文明高雅的举止行为,用自己良好仪态给客户留下一个好的印象。在介绍房地产商品时,要简明扼要,重点突出,特别是客户关心的细节不能疏漏。介绍要客观,实事求是,要讲物业的优点,但也要客观地分析存在的问题,及如何克服这些存在的缺点。最好对于客户原先存在的疑点,能给予充分解释并提供信息,使客户能解除疑问或疙瘩。在交谈中要倾听客户的看法或想法,要观察客户的表情。

一个有经验的房地产经纪人从交易的最初几次面谈中,就可了解到自己的客户的爱好、需求及存在的难处,然后提出种种咨询意见,帮助客户打消顾虑,排除难处,最终达到成交的目的。

3)现场参观是交易谈判过程中的关键环节

当客户乐意接受经纪人的邀请去参观商品房现房或参观正在施工中的期房时,这就表明了客户的比较强烈的购买欲望。参观前的准备和组织工作,以及参观中的面谈工作就显得格外的重要了。房地产经纪人应随时准备回答客户的各种问题,特别是所用材料、设备的性能质量以及有关水、电、气等方面的供应及使用维修等客户通常最关心的问题。因此,房地产经纪人对房屋建筑构造,对建筑材料以及水、电设施等基本知识应了解,若能对住宅单元的设计、户型和布局等有所掌握的话,在现场参观时,房地产经纪人可以作较为详细的介绍,在主要介绍优点的同时,也可善意地提醒客户在房屋装修及使用时应注意的问题,以及一旦使用后,如何继续保持与经纪人机构或开发商的联系,以便可以获得帮助。总之,诚实信用地对待客户,就能获得客户的信赖,客户的信赖就是交易成功的前提。

4)最终谈判技巧

在完成上述几次面谈及参观现场后,在对客户的购买动机了解清楚的基础上,房地产经纪人应乘胜追击,在下一轮的谈判中就实质性问题即价格及付款、合同签订及办理手续等方面展开深入的研究和讨论。

要激发客户,使客户的购买动机转变为购买欲望,进而成为购买行为,这就需要房地产经纪人做深入细致的工作。

在现实生活中,在顾客作出购买行为之前,往往要经历多次考虑,权衡得失,三思而行。何况,房地产商品的价值大,一个家庭一生中几乎只有一次购买不动产的机会,因而,要允许客户反复思考、反复比较后再作出决定,房地产经纪人需要充分的耐心,与客户保持联系。经纪人还应不时地将国家有关的房改的信息、政策以及房地产市场的供求情况及时向客户传递。当客户看中了某处的房产,但还在为价格犹豫时,经纪人在力所能及的情况下,为客户着想,将客户可接受的价格要求告诉委托人,当委托人可以在价格上再作出一点让步,或在其他配套服务的收费上和客户其他要求的承诺方面作出让步,就很容易使交易成功。当客户在支付房款的方式方面还有一些难以启齿的难处时,经纪人应站在客户立场上,为其想办法,如进行银行按揭,介绍公积金贷款的具体办法,或与委托人商量适当改变一下付款的模式。当客户得益于付款条件的适当放宽后,他就可能会不一味坚持要求价格下调了。“一切为客户着想”的经营宗旨,可以加强客户对经纪人的信任感,为交易成功打下基础。

2.4 房地产经纪人的自我保护技巧

房地产经纪人在完成了为一笔房地产交易提供中介服务并使交易成功后,房地产经纪人理应获得委托人按合同支付给经纪人的合法劳动报酬,即佣金。佣金是经纪人付出的劳动所应获得的手续费和服务费收入。房地产经纪人只能收取中介服务的佣金,不能以任何名义向交易双方再收取任何其他费用。

房地产经纪人的佣金是由经纪人与委托人协商而定,并在委托合同中明确。但由于我国目前房地产交易市场运作还不十分规范,房地产经纪业是崭新的行业,正在逐步被房地产交易双方认可。关于经纪人制度、经纪人佣金管理办法等规则在部分地区和城市已出台,但总体上讲还欠健全。不少房地产经纪人在从事中介服务过程中最担心的是,客户一经介绍给委托人后,或在交易成功后,委托人(尽管是少数)以种种理由不支付佣金。由此带来的后果是经纪人与委托人即使签订了委托协议,但双方各自有小算盘,十分警惕对方。经纪人防范被委托人甩掉,委托人也十分小心,生怕经纪人超权代理或与客户勾结来坑害委托人。

房地产经纪人在从事房地产交易过程中的各种服务时,应注意保护自身的合法权益,一般可归纳为下列方面:

1) 应签订书面的经纪委托合同

将佣金数额及支付时间在合同中明确,而不能模棱两可。佣金最好要求分期支付,至少应按经纪人提供的服务内容或时间为界限,要求委托人支付。在委托合同中还应明确违约条款,当委托人拖延支付佣金,或有拒付佣金意向时,经纪人可以采取的行动。

所签订的经纪委托合同应经过公证或鉴证,以便及时确认合同的真实性、合法性,以维护合同双方的权益。

2) 在签订委托合同前,应对委托人的资信及信誉进行了解

对于信誉欠佳的委托人,应特别小心,应注意合同条款的严密性,要求“中介服务”完成一半时,佣金至少支付至3/4,这样才能完成全部经纪业务。对委托人信誉的了解和委托人对经纪人信誉和业绩的了解是一样的,既是十分必要的,又是十分重要的。

3) 委托人与经纪人应相互合作

委托人与经纪人应建立相互支持的合作关系,才能签订一个互惠互利的明确双方权利和义务的委托合同,这是原则。另外,随着房地产交易市场的日趋规范,相关的法律、法规制度的确立,委托人或经纪人均提高了法制观念,都能按照合同条款履行,房地产经纪人被甩,收不到佣金的现象会逐步杜绝。