

优势一

经过访谈调研

优势二

针对实战性问题

优势三

融入心态训练

优势四

还有售楼王道

周 帆/主编

组编/

左右地产顾问机构（广州）
左右（国际）城市经营机构
中国房地产策划网

推销员实战情景模拟丛书

房子 就该这样



导入小说写法，生动再现售楼场景

录入全国上百个售楼案例，全程演播售楼过程

输出大量为售楼人员量身定做的售楼方法和策略设计

**涵盖售楼全过程，
环环配有案例解密、专家建议**



机械工业出版社
China Machine Press

售楼王道：售楼11大技法 如何做一个成功的销售员

推销员实战情景模拟丛书

房子就该这样卖

主编：周帆

组编：左右地产顾问机构（广州）

左右（国际）城市经营机构

中国房地产策划网



机械工业出版社

本书是房地产销售人员的实战手册，目的是解决房地产销售人员在实际工作中遇到的难点。本书对刚刚进入这个门槛的人如何建立良好的销售心态进行了讲解，对已经进入这个门槛的人如何处理销售接待中的问题、如何激发顾客的购买兴趣、如何处理产品问题、如何处理优惠折扣问题进行了阐释。一个个售楼场景，像一个个地产职场短剧，让你的阅读变得轻松、有趣，又能触类旁通，深受启发。

图书在版编目 (CIP) 数据

房子就该这样卖/周帆主编. —北京：机械工业出版社，2010.3
(推销员实战情景模拟丛书)
ISBN 978-7-111-29760-4

I. 房… II. 周… III. ① 房地产—市场营销学 IV. ① F293.35

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 025258 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑：任淑杰 责任编辑：张美杰

三河市宏达印刷有限公司印刷

2010 年 3 月第 1 版第 1 次印刷

170mm×242mm • 16.25 印张 • 1 插页 • 208 千字

0001 - 6000 册

标准书号：ISBN 978-7-111-29760-4

定价：36.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心：(010) 88361066

销售一部：(010) 68326294

销售二部：(010) 88379649

读者服务部：(010) 68993821

门户网：<http://www.cmpbook.com>

教材网：<http://www.cmpedu.com>

封面无防伪标均为盗版

序

培养职业魅力：把专业知识凝练成气质优雅溢出

有人说，干售楼这一行，吃的是青春饭，卖的是形象。虽然这话有点偏颇，但也有一定的道理，至少后半句是非常正确的。

当然，不仅仅是售楼，其他行业的销售人员卖的也是形象。

这里所说的形象，当然并不是指长相漂亮，而是指人的精神风貌的外在表现。

在形象设计领域，有句话很经典：你无法改变处境，但你可以改变形象。售楼员的每一次出场，都应该像主持人一样精彩、艳光四射。

“你永远没有机会第二次塑造第一印象”，尤其是售楼人员，留给顾客的第一印象是非常重要的，往往你一出口就决定了胜败。

如果说礼仪是素质的外衣，那么专业就是职场的钥匙。售楼人员不仅要有良好的外在形象，更要具有专业知识。在整个售楼过程中，专业知识将贯穿始终。真正创造销售业绩的是专业能力。

因此，笔者主张，售楼员应该具备两大条件：良好的精神风貌与扎实的专业能力，两者缺一不可。

要想成为一个优秀的售楼人员，就要将自己培养成一个具有职业魅力的人才。什么是职业魅力？职业魅力就是把优秀的素质与专业能力用一种符号植入潜意识后所得到的高度认同感。

理论书籍大都存在一个通病：理论性太强，难免显得枯燥乏味。在我身边有不少朋友都说一看书就想睡觉，特别是看那些理论书籍。有些人失眠，便找来一本理论书籍看，马上就会睡着，理论书籍居然成了治疗失眠的“特效药”。我想，多数作者看到这里都会大跌眼

镜。大概这也算是作者和出版商所没有想象到的一种意外“收获”吧。

那么，有没有什么方法让理论书籍也生动起来？换句话说，能不能像写小说一样来写理论书籍？能不能将小说的写作方式导入到理论著作中去呢？有了这样一个大胆的设想，于是笔者就付诸实施，在本书的创作中，首次将文学创作的手法引进来，生动、真实地再现售楼的场景与过程，然后针对这些真实、生动的写实性售楼案例，从专业角度予以解剖，并有针对性地提出售楼方法与策略。

一个个售楼场景，像一个个地产职场短剧，让你的阅读变得轻松、有趣，又能触类旁通，深受启发。专业分析与策略设计，在这里则像是一个个的饭后果盘，既能帮助读者转换阅读口味，又起到了画龙点睛的功效，让读者可以找到理论注脚。

总之，希望这本书，能得到您的喜爱。



2010年2月10日于深圳

目 录

序 培养职业魅力：把专业知识凝练成气质优雅溢出

如何建立良好的销售心态 /1

心态问题 1 恐惧紧张——具有恐惧感，常常感到紧张和胆怯 /1

心态问题 2 急于求成——心态随着销量变，急于证明自己，表现欲太强 /7

心态问题 3 责任缺失——不敢承担责任 /13

心态问题 4 态度消极——习惯消极应对一切，只看到劣势，看不到优势，多抱怨少检讨 /20

心态问题 5 自以为是——过于自信，不信任他人，总认为自己是
对的 /29

心态问题 6 对自己认识不够——认为自己年轻，没有经验与实
力，丧失信心 /39

心态问题 7 对售楼工作认识不够——觉得是吃青春饭的，地位低
下，职位卑微 /46

心态问题 8 对公司认识不够——公司不出名，没有实力，又舍不
得做广告，待遇和提成也不高，要求却很苛刻 /54

心态问题 9 对产品认识不够——产品质量不好，地段环境差，价
格高，怎么卖得动 /58

【理论连接：建立积极心态的模型】 /63

如何处理销售接待中的问题 /68

接待问题 1 有些客户唯唯诺诺，有些则只问不答，高深莫测 /68

接待问题 2 对第一次来看楼的顾客，如何识别他的身份与意图 /71

接待问题 3 客户不记得原来是哪位售楼员接待的，前台安排了另一人接待，但原售楼员回来后认出了顾客；顾客指定让另一个售楼员接待，怎么办 /75

接待问题 4 售楼员正在接待新客户，老客户来了，怎么办？客户夫妻俩分别来看楼，并分别由两位不同的售楼员接待，成交了，怎么办 /78

【理论连接：售楼接待模型】 /81

如何激发顾客的购买兴趣 /95

激发问题 1 客户总是拿优秀楼盘来比较，挑出许多毛病 /95

激发问题 2 客户来过多次，对楼盘也很熟悉了，这种情况下怎么向顾客介绍产品 /99

激发问题 3 客户说：我暂时不需要房子，我对现在的居住条件感到满意 /103

激发问题 4 客户说：你们的房子价格太高，又没有优惠，超出了我的预算 /108

激发问题 5 客户对楼盘产品不满意，嫌位置太偏、建筑风格不好看，觉得两梯六户的结构不好，嫌每层的户数太多 /119

激发问题 6 客户对楼盘很喜欢，却迟迟不作决定，一提及签约，就说不急，找理由搪塞 /127

激发问题 7 客户态度含糊，却老提出各种各样的复杂异议，故意与我们过不去似的，面对这种客户，我们很无奈 /135

【理论连接：激发顾客消费欲望的模型】 /146

如何处理产品问题 /159

产品问题 1 项目本身的确不错，但是外围没有什么景观，住着会不怎么舒服 /159

产品问题 2 项目的外部环境倒是很优美，有山有水，放眼望去，赏心悦目，可楼盘本身做得不够好，小区里面的园林也太简单了，

只是一些普通得不能再普通的绿化，没有一点内景 /164

产品问题 3 项目是单体楼，没有一点环境，更没有什么配套设施，居然还这么贵 /170

产品问题 4 项目户型种类太少，品质也不如人家的，又不是什么名牌，整体感觉比较差 /178

【理论连接：产品介绍模型】 /182

如何处理优惠折扣问题 /189

优惠问题 1 你一申请就能给到我 88 折，我想，肯定还有空间，再给我一些折扣我就落定，否则不买了 /189

优惠问题 2 上个月我朋友到你这来，还给出 88 折的特价优惠呢，怎么这次就只有 93 折呢 /194

优惠问题 3 你也知道，我都来很多次了，是很有诚意的，我的家人也都对你们的房子很满意，你就给我们一些优惠吧 /205

优惠问题 4 客户对楼盘的品质、环境、物业管理等都比较满意，也谈了很久了，我们公开给出的优惠是 96 折，可客户坚持要给他再优惠点，哪怕再象征性地给点也行，可公司却不允许，这种情况怎么办 /213

【理论连接：价格沟通模型】 /220

售楼王道 /225

王道 I 销售 11 大技法 /225

王道 II 如何做一个成功的销售员 /227

王道 III 全程售楼模式 /230

王道 IV 客户消费心理分析模型 /240

如何建立良好的销售心态

心态问题 1 恐惧紧张——具有恐惧感，常常感到紧张和胆怯

典型特征

许多售楼人员在接触顾客时，常常会感觉紧张，有些人不习惯于与陌生人打交道。只要一上班，在接待顾客时，就会被一种恐惧感所笼罩，因而工作无法有序展开，语无伦次，说话不得要领。

(1) 紧张慌乱，表现出无所适从，神情慌乱，口不择言，在回答问题时，常常不知道怎么回答，严重的甚至不知道自己说了些什么、做了些什么。行动上不自然，常常会碰倒物件，给人留下手足无措的印象。

(2) 害怕心虚，见到顾客就生出一种胆怯心理，不敢面对顾客，眼睛不敢正视对方，目光游离，常常环顾左右。当顾客询问时，心虚不敢回答，或者回答得生硬，令顾客似丈二和尚摸不着头脑。说话声音很小，动作拘谨，常常出现冷场现象。

(3) 当顾客需要资料时，便慌忙到处乱找，并且常常拿错资料。

(4) 因害怕而紧张，因紧张而慌乱，脸会发红、发烧，严重的还会出汗。说话结结巴巴，没有次序。

原因剖析

产生这些现象的原因是多方面的、复杂的，但主要不外乎以下几点：

1. 缺乏自信

对自己没有信心，总担心自己说不好、做不好。不自信，你的思维将会变得迟缓；不自信，你的记忆力将会减退十倍；不自信，你的所有事情将会变得不顺利，工作上会变得一筹莫展，好像上天故意让你倒霉似的。所谓一顺百顺、一不顺百不顺就是这个道理。

2. 太在乎别人的看法

因为总希望自己表现得好一点，所以就不敢轻易表现，害怕自己的一言一行让别人不满意，担心自己给别人留下不好的印象，这是缺乏自信的一种表现。过分在乎别人的看法，就会变得谨小慎微、胆怯、心虚。

3. 没有做好充分的准备

在上班之前，或者在接待客户之前，没有把该准备的事情准备好，比如工作工具、资料、楼盘介绍书、空白订单、空白合同、计算器等，在需要时却找不到。更重要的是没有调整好心态，就难免会临阵慌乱。成功来自于充分的准备。

情景再现

【情景 A】 小张长时间处于颓废状态，想找回自我的时候，发现失去了自信。她小时候就是这样，喜欢模仿别人，心里没底的时候容易被别人诱导，明明知道自己比别人优秀，知道的事情比别人清楚，却还是信不过自己，有的时候觉得自己比那些不如自己的人还要差。她经常会思考这样的问题，可是自己总是不能想明白，感觉很困惑。上班时，来了一位身材高大的顾客，一看派头，就是一个大老板，他一走进售楼大厅，就冲着小张喊：“有什么样的房子？”小张被顾客的架势吓倒了，胆怯地问：“有很多的，你想要什么样的？”顾客侧过头来看了她一眼说：“你新来的？”小张感到奇怪，他怎么知道我是新来的？真厉害，她更加胆怯了，回答道：“嗯。”顾客一摆手说：“换个懂行的过来。”

小张一听，立即跑到卫生间去，气得眼泪都流出来了。

【诊断】 小张之所以一眼就让顾客看出是新来的，是因为她说话的声音与神态暴露了自己的身份，顾客从她胆小慎微的状态中就能判断出她是个新手，老手不可能是这种状态。

【建议】 很显然，顾客财大气粗，且不拘小节，大大咧咧。当顾客走进来时，不等顾客自己发话，小张就应该迎上前去，主动与对方握手：“先生您好！”这样，就能变被动为主动，只要掌握了主动权，恐惧与胆怯就会退避三舍，取而代之的就是自信、落落大方。

【情景 B】 我是一名工作了三年的毕业生，姓李。按理说应该工作得有条有理，但是事与愿违。以前也感觉到自己有一些问题，但是不怎么突出，现在问题凸显出来了。我高中的梦想是做一名电影导演，虽然考上了导演系，但由于家里经济拮据放弃了导演的学习而选择了一所专科学院学软件设计。妹妹为了我的学费而中止学业、外出打工，为此，我心里一直都很自责。

大学毕业时，本来找好了一份工作，我却为了寒假能提前体验工作而去了一家公司实习。在老总的诱导下，我放弃了原来的工作和专业，做了与我专业毫不相干的销售，而且是做网店和办公室内勤工作。一年后，我离开了这家公司。因为我觉得这份工作和我专业不相干，还是想回到在大学里所学的专业，转到软件上来，可是内心深处却忘不了那魂牵梦绕的电影行业，虽然我知道这不现实。过了一年，软件知识落下了很多，为了找工作我不停地补习。

后来，朋友建议一起开公司做生意，在不付出一分钱现金的前提下，我仍然可以获得公司一成的股份。我动摇了，8个月后，公司注销了。我不得不再次寻找工作。

我来到了一个沿海城市，在那里近一个月找工作的过程中，没有找到一份理想的工作。一天，保险公司打来电话。我在没有选择的情况下选择了保险公司，两个月出了一个单，还是亲戚那里出的。此后，我选择了再次跳槽，去了一家食品公司，因为我觉得公司的制度不够公平，所以放弃了。

再后来，我去了现在的房地产公司，公司发展前景很好，但我

是新人，让我专门跟一些大客户和团购客户，我不停地拜访客户，不停地被拒绝；不停地回访，不停地被拒绝。于是我偷偷地减少了拜访量以减少自己被打击的次数。可是这样一个月下来，拜访总量势必会减少，于是我又开始自己欺骗自己，说这些客户都是需要我们产品的，再去拜访，再被拒绝。我绝望了，完全失去了信心。这几天，我都是魂不守舍地在街上乱逛，不再拜访新客户了，老客户也不再回访了。因为我对自已没有一点信心了，觉得任何客人都会拒绝我。我没有必要再去了，每次到了客户门口，我都望一望再离去。和陌生人打交道都觉得恐惧。

我晚上常常做梦，早上五六点就开始处于半睡不醒的状态，很痛苦，常感觉后背发凉，慢慢地，我便不喜欢和同事在一起，不喜欢和同事交流；没有安全感，没有目标；喜欢一个人在一个僻静的地方待着，不喜欢被别人打扰；但在别人面前却强忍着伪装自己很坚强。由于经历了汶川大地震，现在对稍微的震动都很敏感，就连公交车驶过的震动都让我紧张。

工作我做不好，销售出不了单。虽然公司规定试用三个月，但是，试用了一个月后我自己却动摇了，正准备辞职。可另一个问题也出现了，现在经济危机，工作这么不好找，我就只好勉强过一天算一天了。

【诊断】 一开始，小李的问题并不突出，自己也能认识到自己的不足，问题出在她一次又一次地换工作，一次又一次地失败。这些经历加重了她的消极心理。在刚刚接触售楼工作时，一次又一次地被拒绝，更让她看到自己的不足，以致丧失自信。

【建议】 调整心态，正确看待事物是解决问题的最好方法。在面对挫折时，不要气馁，而应该把这看成是磨炼意志、积累经验的最好经历。试问世界上有哪一个成功人士不是经历了一次又一次的失败才走向成功的？有句话说得好，三十岁以前，怎么跌倒都可以，因为还有时间重来，年轻时就是要多经历一些挫折，人生才是丰富的，一个没有经历多少挫折的人，老了连回忆都没有了。

专家处方

恐惧来自于无知，自卑源于用自己的缺点与别人的优点对比的结果。

充分的准备和积极的行动是对付恐惧、胆怯最好的武器。

自信是什么？自信就是发自内心的自我肯定和坚信，是一种积极的心态，是获取销售成功的最重要的精神力量。

当然，最关键的是要找出让你不自信的缘故。分析自己所遇到的挫折，一个个解决它，我认为成就感会让人恢复自信。任何事情来说，逃避不是办法。要解决问题，就必须先找出问题产生的原因。

重建信心是关键，只有信心建立起来了，恐惧、胆怯就会自动消失。

首先，不要自卑，要相信自己，积极地寻找自身的优点。一个人生活在这个社会中有其自身的存在理由与责任，认识到这点后，应该有目的地去培养自己的理论能力，在实践中锻炼自己的实践能力，找到自己的不足，再去学习理论知识，在这个不断学习、不断锻炼的过程中走向成熟，走向自信。其次，心中要有定力，不能让别人左右自己的心智。最后，不要害怕失败，失败是每个人的人生中都会经历的事情，重要的是学会总结经验，相信自己能够做到最好。

要学会总结，成功来自于总结。

积极的人生态度会帮助你克服无数障碍从而走向成功；消极的人生态度只会带你走向失败、困扰。

下面讲两个故事。

故事一：一个纽约的商人看到一个衣衫不整、蓬头垢面的尺子推销员，顿生一股怜悯之情，他把一美元丢进卖尺子的人的盒子里，准备离开。但他想了一下又停了下来，从盒子里取出一把尺子，并对尺子推销员说：“我们都是商人，只是所销售的产品不同。”

几个月后，在一个隆重的推介酒会上，一个风度翩翩、西装革履的年轻人来给他敬酒并对他说：“或许您已经不记得我了，但我永远不会忘记您，正是因为您说我们都是商人，这让我觉得我们都是平等的，我也有可能成为富有的人，从此，我积极调整心态，相当自信地去完成工作，我现在已经是公司最优秀的业务员。”

故事二：尼克是一家公司的调度人员，他工作认真，可有时心态不太好，缺乏自信。有一天，公司的职员都急着赶去为老板过生日，大家都提前急急忙忙地走了，不巧的是，尼克不小心被关在一个待修的冷藏车里。惊恐之下，尼克在车厢里拼命地敲打着，叫喊着，把嗓子都喊哑了，手掌都敲打得红肿了。但全公司的人都走了，根本没有人能听到他的叫喊声。尼克不由万分惊恐，心想：车厢里的温度只有零度，如果不出去，一定会被冻死！

第二天早上，大家陆续来上班，当他们打开车厢门时，发现尼克赫然倒在地上。尽管大家及时把他送去医院急救，但最终无法挽回他的生命。但是，令大家奇怪的是，冷藏车冷冻开关并没有启动，车厢里面也有足够的氧气，车内十几度的温度竟然将尼克冻死了。

其实，尼克并不是被冻死了，而是他自己给自己判了死刑。他的心态有问题。

相信大家能从上面两个故事中悟出许多人生道理。

【重建信心的方法】

1. 多读些有益的书，包括成功学、房地产、营销等方面的图书，知识是提升自信最重要的武器。
2. 多交些高素质的朋友，一个高素质的朋友，就是一所学校，能教会你许多道理。
3. 多与人进行交流，思想的碰撞可以产生火花。俗话说，在深山沟里读书，抵不上在十字街上听讲。
4. 多参与社会活动，把自己融入社会大家庭，去看、去听、去参与，然后去思考、去发掘、去提炼。

5. 做好充分的准备，无论做什么事情，都应在事前做好一切准备，尤其是要调整好心态，去迎接即将展开的工作。有了足够的准备，就能避免出现临场查找、无以应对的慌乱现象。

看书能充实自己，听音乐可以让自己的心灵沉静下来，上网可以让你迅速获得信息，爬山能令你产生快感、消除抑郁，聚会能让自己多认识朋友，这些活动都有利于建立积极的人生态度、消除恐惧与胆怯。

心态问题 2 急于求成——心态随着销量变，急于证明自己，表现欲太强

典型特征

争强好胜，求胜心切，凡事都想快人一步，为了达到目的，往往采取极端手段，表现得过于急切。

(1) 平时最害怕看到别人出成绩，只要别人签单了，心里就不舒服、不平衡，求胜心异常强烈，但往往欲速则不达。由于求胜过于急迫，对客户盯得太紧，急于签单落地，反而会令客户反感，容易给客户留下急功近利、过于现实的不良印象。同时，也会令客户形成产品卖不出去的错觉，客观上把客户推开了。

(2) 为达到目的而不择手段。如果客户不急于签单，就会采取欺骗，超出职权范围随意承诺客户、频繁追踪客户、不断给客户打电话、夸大事实等一系列不当措施，以达到签单的目的，最后给公司留下许多隐患。

(3) 喜欢表现，平时的言语之间总有意无意地流露出一自夸倾向，只要有机会，就会采取行动去表现自己，以得到别人的认同和赞许。

(4) 自信过头而演变成为自负、清高，不把别人放在眼里，总觉得别人不如自己。如果别人签单了，便认为是运气好，是偶然的，只有自己签单才是能力的象征。往往只看到自己的优点和别人的缺

点。因而常常弄巧成拙，业绩总是无法提高，人际关系也弄得很紧张，最后导致心理压抑、情绪低落，感觉工作压力特别大，心情沉重。

原因剖析

产生这种急于求成、极端心态的主要原因是过于争强好胜，是受表现欲驱使所致，属于内窥性，平时只看到自身的优点，而看不到自己的致命缺点。求胜心切源于害怕失败，把荣誉看得太重，把别人对自己的评价看得太重。受求胜心切的影响，人就容易变得不择手段，只要能够成功，用什么方法都行。另外，往往为求速战速决反而屡战屡败，对自己缺乏足够、清醒的认识。遗憾的是，这类人不去总结经验教训，只知道要成功、要脸面、要荣誉；把面子问题看得高于一切，平时爱出风头。

过度自信的另一个原因，是把自己某一次的成功看成是检阅自己实力的标签，以后只要没有成功，就会自然而然地想起过去的那次成功，然后对自己说：我不是没有能力，过去我可以创造辉煌，就足以说明我能力非凡。我要再现过去的辉煌。

情景再现

【情景 A】 有一次我应邀到山东演讲，演讲结束后，一位姓刘的售楼经理找到我，先是要求与我合影，后又让我签名，最后一定让我给她一次机会，请我吃饭。由于主办单位已有安排，我拒绝了她的邀请，她便向我请教了一个问题。

刘经理平时很要面子，争强好胜，是个急性子。她在做销售经理时，由于销售指标达不到公司下达的目标额，她便急着要把业绩提上去，天天找售楼员开会，见没有起色，她有时便在会上骂人。弄得上下级关系紧张，下属每次看到她，都像老鼠看见猫一样躲躲闪闪。

为了提高业绩，她每天都亲临售楼现场，自己也加入到售楼员

的队伍中去了。有一天，来了一位顾客，由另一位售楼员接待，刘经理在一旁听到了一些交谈内容。这位顾客是一个大老板，想买一套 300m² 以上的复式房子，如果能卖成，成交额将高达约 300 万元，这是一个不小的数字，她感觉这是一条大鱼。

事后刘经理特意找到那位售楼员，了解了情况后，她对售楼员说：“你必须把这个客户搞定，下次他再来时，你向他推荐一个 400m² 左右的单元楼，争取成交一套大单元房。”售楼员说：“这样不好吧，我问过他了，客户说他只想买 300m² 左右的，大的不考虑。”刘经理急了：“什么不考虑，关键看你怎么去说服他，就按我说的，让他买 400m² 的单元楼，搞定后请你吃饭。”售楼员为难了：“经理，真的不行，我觉得那样反而不好。”刘经理打断了她：“别给我找理由，就这样做。做销售，就要善于达成别人达不成的目标。”

过了几天，那位顾客又来了，售楼员按照刘经理的意思，推荐他买一套 400m² 的单元，可顾客不接受。售楼员无奈，只好找到刘经理，向她汇报了情况，刘经理说：“我去和客户谈谈。”

刘经理走到客户面前，只问了一句“你好”，便直奔主题：“之所以推荐你买 400m² 的房子，是因为 400m² 的这个单元无论是朝向还是景观都是一流的，比 300m² 的要好很多，我觉得你完全可以考虑我的建议。”

客户笑了笑说：“谢谢。”

见客户没有正面回答，刘经理有点急：“怎么样，考虑好了吗？其实你不用再考虑了，我是站在专业的角度为你选择的。”还没等客户说话，刘经理又接着说：“买房子主要是要住得舒服，钱多一点也值。”

客户没有吭声，刘经理认为客户是在默认她的提议，她说：“小王（那个接待客户的售楼员）去把预订书拿来，现在赶紧订下来，否则明天就可能没有了。”

顾客笑了笑说：“你别这么急，我有我的考虑，我想买 300m²