

普华
经营

正略钧策
ADFAITH



莫萨营销沟通情景对话系列

房产销售人员 口才训练

超级

王宏◎著

能说善问，抓住客户心理
话到单来，赢得冠军业绩
情景对话，展示沟通技巧
练好口才，轻松赢得订单

——房产销售人员与客户的
72次沟通实例

情境不同**话不同**，说好拿单**才轻松**



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

莫萨营销沟通情景对话系列

房产销售人员 超级口才训练

——房产销售人员与客户的
72次沟通实例

王 宏◎著

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

房产销售人员超级口才训练：房产销售人员与客户的72次沟通实例 / 王宏著. —北京：人民邮电出版社，2010.7

(莫萨营销沟通情景对话系列)

ISBN 978-7-115-23291-5

I. ①房… II. ①王… III. ①房地产—市场营销学—口才学 IV. ①F293.35②H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 113827 号

内 容 提 要

这是一本提升房产销售人员沟通能力的有效工具书。书中内容涉及房产销售过程中的售楼热线接听、客户来访接待、需求挖掘、房型推介、带客户实地参观、异议拒绝的处理、客户的跟踪跟进、签约促成、售后服务等各个环节，通过 72 个情景呈现，详细阐述了房产销售人员与客户沟通中需要用到各种技巧。

本书适合房产销售人员、销售经理以及销售培训师等使用。

莫萨营销沟通情景对话系列 房产销售人员超级口才训练 ——房产销售人员与客户的 72 次沟通实例

◆ 著 王 宏

责任编辑 许文瑛

执行编辑 贾璐帆

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号

邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京鑫正大印刷有限公司印刷

◆ 开本：800×1000 1/16

印张：15.5

2010 年 7 月第 1 版

字数：150 千字

2010 年 7 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-23291-5

定 价：32.00 元

读者服务热线：(010) 67129879 印装质量热线：(010) 67129223

反盗版热线：(010) 67171154

“莫萨营销沟通情景对话系列”总序

好口才才能带来好业绩，好口才才能有效说服客户。具备有效沟通技能、拥有好口才对于销售、客服人员来说尤为重要。

“莫萨营销沟通情景对话系列”图书旨在通过模拟沟通情景，引出沟通技巧，解决沟通问题，让销售、客服人员在轻松阅读中掌握沟通技能，提升沟通能力，打造超级口才。

“莫萨营销沟通情景对话系列”图书共计9本，包括《销售人员超级口才训练》、《电话销售人员超级口才训练》、《服装销售人员超级口才训练》、《导购促销人员超级口才训练》、《保险销售人员超级口才训练》、《房产销售人员超级口才训练》、《汽车销售人员超级口才训练》、《客服人员超级口才训练》、《物业管理服务人员超级口才训练》。

“莫萨营销沟通情景对话系列”图书分别从销售、客服两种工作入手，全景模拟各类沟通情景，将沟通对话与技巧说明相结合，寓理于景。本系列图书具有如下三大特点。

1. 沟通技巧情景化

模拟销售、客服工作中可能出现的情景，通过情景对话引出每一环节可能用到的沟通技巧，让读者快乐读对话，轻松学沟通。

2. 问题解决情景化

针对销售、客服工作中可能出现的沟通问题、客户异议等，通过情景对话展现问题解决之道，使读者从中学到沟通技能，掌握问题解决办法。

3. 应对话术模板化

在本系列部分图书中，我们总结了“万能话板”，以便于读者在实际情景中灵活套用。本系列图书旨在成为销售、客服人员提升沟通能力的实务性手册。

“莫萨营销沟通情景对话系列”图书适合销售、客服一线的各类销售、客

服人员学习使用，也可作为销售管理者指导下属的参考指导书，或者培训师开发沟通培训教材的参考书。

莫萨营销是弗布克公司下属专门研究市场营销管理实务的专业机构。由于我们经验有限，书中难免存在疏漏，恳请各位读者在阅读本系列图书时提出宝贵意见，以便本书修订时加以补充和完善。

在本系列图书的创作过程中，陈娇、郭建北、赵成、梁华、蔡昕宏、袁艳烈、毕汪峰、王刚、陈俊芳、王丽、刘井学等朋友给予了大力支持和帮助，在此深表感谢。

前 言

房子作为大宗商品，对客户来说不仅仅是遮风避雨的居所，更是安居乐业的生活理想的载体，大部分家庭或个人在购房时都是小心谨慎的。所以房产销售人员销售的不仅仅是房子，更是这种安居乐业的生活理想。房产销售人员必须掌握全面的行业知识，练就有效的沟通技能，才能成为客户信赖的专业“置业顾问”。

面对客户的各种情况、客户提出的不同问题、同一问题客户的不同表现，房产销售人员该如何应对？如何进行有效沟通，提升自己的销售业绩呢？

本书针对房产销售人员展业过程中的9大环节，以“四位一体”的内容结构形式将房产销售过程中常见的72个销售情景一一展现，给出了这些问题的答案。

9大环节：即售楼热线接听、客户来访接待、客户需求挖掘、房型推介、带客户实地参观、异议拒绝的处理、客户的跟踪跟进、签约促成、售后服务。

72个情景：详细列出每一环节可能出现的情况，每一情景都是一个问题的点、技巧点。

四位一体：本书针对每一销售情景，通过情景对话进行实景再现，情景分析说明对话沟通中的成功之处，同时提醒可能出现的错误，最后进行方法技巧展示，帮助房产销售人员应对销售过程中出现的各类问题，进而提升自身的沟通能力。

本书呈现的72个销售场景为房产销售人员全程演绎了销售的整个过程，再现了优秀房产销售人员解决客户提出的各类问题及同一问题在不同场景中的沟通话语，是房产销售人员全面学习沟通的经典教材和案例。

值得注意的是：我们提供的销售场景和呈现的具体问题有的可以直接运用于具体的房产销售沟通中，有的则需要读者根据现场实际情况变通使用，切不可生搬硬套。

本书适合房产销售一线人员使用，也可作为房产销售人员沟通培训的教材，或者是房产销售管理人员指导下属的参考书。

莫萨营销研究中心

2010年7月

目 录

- 第 1 章 热线接听引面谈 / 1**
 - 情景 1 留下完美第一印象 / 3
 - 情景 2 解疑答惑有方有寸 / 5
 - 情景 3 巧问客户资料信息 / 7
 - 情景 4 介绍卖点提升兴趣 / 9
 - 情景 5 邀约面谈创造机会 / 12
 - 情景 6 再度邀约彰显诚意 / 15
 - 情景 7 结束通话把握细节 / 17
- 第 2 章 巧迎客户建好感 / 21**
 - 情景 8 客户在销售中心外犹豫徘徊 / 23
 - 情景 9 客户对房产销售人员爱理不理 / 26
 - 情景 10 客户说“我就是随便看看” / 29
 - 情景 11 客户看了一圈转身打算离开 / 31
 - 情景 12 客户仔细查看户型资料、
模型 / 33
 - 情景 13 客户开门见山直接询问价格 / 36
 - 情景 14 客户考察看房之后再度光临 / 38
 - 情景 15 特殊客户应当给予特殊关照 / 40
 - 情景 16 高峰时期同时接待多位客户 / 42
 - 情景 17 同行踩盘时要善应对多提防 / 44
- 第 3 章 需求挖掘促销售 / 49**
 - 情景 18 全面掌握客户的信息 / 51
 - 情景 19 挖掘客户购房的需求 / 54
 - 情景 20 探询客户的购房预算 / 57
 - 情景 21 了解客户的决策情况 / 59
 - 情景 22 判断客户的市场认知 / 61
 - 情景 23 让客户需求快速升温 / 64
- 第 4 章 房型推介满需求 / 69**
 - 情景 24 如何进行沙盘解说 / 71
 - 情景 25 如何圈定意向房型 / 74
 - 情景 26 如何进行销控配合 / 78
 - 情景 27 如何渲染房产卖点 / 79
 - 情景 28 如何评价竞争楼盘 / 82
 - 情景 29 如何回答客户提问 / 87
 - 情景 30 如何面对群体客户 / 90
 - 情景 31 如何应对低调反应 / 92
- 第 5 章 带客看房有技巧 / 97**
 - 情景 32 看房要做足准备工作 / 99
 - 情景 33 如何向客户介绍现房 / 103
 - 情景 34 如何向客户介绍期房 / 107
 - 情景 35 如何向客户介绍样板房 / 111
 - 情景 36 如何巧妙应对楼盘缺陷 / 115
 - 情景 37 如何让客户回销售中心 / 118
 - 情景 38 如何进行第一次逼定 / 120
- 第 6 章 拒绝异议消疑虑 / 125**
 - 情景 39 这房子我不是很喜欢 / 127

- 情景 40 我还是觉得毛坯房好 / 130
- 情景 41 我不太放心你们公司 / 134
- 情景 42 这房太贵了我买不起 / 136
- 情景 43 再打一点折我就买了 / 140
- 情景 44 我请风水先生来看看 / 143
- 情景 45 客户看好同伴不喜欢 / 144
- 情景 46 我先比较比较再决定 / 147
- 情景 47 我要和家人商量商量 / 151
- 情景 48 我不着急买房再等等 / 154

第 7 章 跟进客户用妙招 / 159

- 情景 49 客户拒绝不代表失败 / 161
- 情景 50 潜在客户要区分重点 / 164
- 情景 51 找准跟进的切入话题 / 167
- 情景 52 客户下定之前的跟进 / 171
- 情景 53 客户下定之后的跟进 / 175
- 情景 54 客户退订之后的跟进 / 178

第 8 章 促进签约有方法 / 181

- 情景 55 直接促成法 / 183

- 情景 56 假设促成法 / 186
- 情景 57 选择促成法 / 189
- 情景 58 让步促成法 / 191
- 情景 59 激将促成法 / 194
- 情景 60 利益促成法 / 197
- 情景 61 对比促成法 / 199
- 情景 62 诱导促成法 / 202
- 情景 63 实例促成法 / 205
- 情景 64 从众促成法 / 207
- 情景 65 紧张促成法 / 209
- 情景 66 最后一问法 / 212
- 情景 67 富兰克林法 / 214

第 9 章 售后服务赢客心 / 219

- 情景 68 签约的流程与事项 / 221
- 情景 69 老客户怨诉应重视 / 224
- 情景 70 客户退房妥善处理 / 229
- 情景 71 售后回访增进感情 / 232
- 情景 72 老客户人脉巧利用 / 234



第1章 热线接听引面谈

客户在看到房产公司的楼盘宣传广告或DM单后，为了节约时间与精力，通常会先通过售楼热线进行初步的咨询与了解，以便决定去哪些楼盘考察。这时，房产销售人员如果接听洽谈得当，就很有可能将客户吸引到现场面谈；反之，客户可能转向其他的楼盘。因此，售楼热线的接听是房产销售人员实现成功邀约、获得销售机会的关键性的一步。

情景1 留下完美第一印象



情景再现

(售楼热线在响第三声的时候，房产销售人员面带微笑地接听了电话)

房产销售人员：“先生，您好，这里是××公司，我是小王，您需要什么帮助吗？”

客户：“请帮我找一下小李来听电话。”

房产销售人员：“好的，请您稍等片刻……抱歉，让您久等了，小李陪客户看房去了，请问您有什么事吗？我能不能帮您转达？”

客户：“不用了，你让他给我回个电话。”

房产销售人员：“没问题，麻烦您留下电话和姓名，好吗？”

客户：“我姓陈，电话是123456。”

房产销售人员：“我确认一下，陈先生，您的电话是123456，对吧？我让小李下午三点给您回电话，可以吗？”

客户：“行。”

房产销售人员：“好的，陈先生，我姓王，谢谢您的来电，再见。”



情景分析

什么时候接听客户的来电也是房产销售人员的一种心理战术。如果房产销售人员在电话响第一声时就接听，客户会认为售楼处生意太冷清，或者认为销售人员太在意生意了，从而产生提防和疑虑心理；如果电话响了五六声都没有人接听，客户会觉得这个公司服务有问题。因此，电话铃响第三声时接听是最合适的时机。电话接通后，房产销售人员首先应该“自报家门”，然后再了解客户的需求，并及时解决客户疑问，给客户反馈。房产销售人员礼貌、亲切、热情、迅速地接听热线电话，才能给客户留下完美的第一印象。



错误提醒

错误提醒一 粗鲁，使用方言、口头禅、脏话等，不注意礼节。

房产销售人员：“喂，谁啊？您说话大声点！什么事啊？”

房产销售人员：“找小李啊，他不在！”（“啪”的一声挂断电话）

房产销售人员：“您想看一室一厅的小户型啊？没了，卖没了！”（“啪”的一声挂断电话）

错误提醒二 接听电话三心二意，与同事或其他客户搭话。

客户：“我想了解一下你们广告上这个6 000元一平米的房。”

房产销售人员：“哦，6 000元一平米的啊……（对身边的客户）张先生，您先坐，喝杯水。（接着通电话）6 000元的是吧，您想看几室几厅的呢？（对同事）哎，帮我拿支笔来。（回到电话）您想看两室一厅的是吧……”




方法技巧

留下完美的第一印象

售楼热线和售楼处一样，是房产公司向客户展示良好形象的一个平台。接听热线的房产销售人员不仅代表自己，也代表了公司，代表了所售楼盘的品质。因此，给客户留下完美的第一印象非常重要，以下这些细节要做好。

接听电话的细节

- 
- 及时接听电话，不让铃声超过三次
 - 清晰、礼貌地“自报家门”，例如，“您好，这里是××公司，我是小王，您需要什么帮助吗？”
 - 多用礼貌用语，例如，“您”、“请稍等”、“让您久等”、“谢谢来电”等
 - 注意电话礼节
 - 声调柔和，语速适中，吐字清晰，话语简洁，避免使用方言、脏话或口头禅；不允许对着电话打呵欠、咳嗽、大笑；更不能以不耐烦的口气来通话；不允许在接听客户电话时与同事或其他客户搭话
 - 迅速回答客户问题
 - 不拖延、不推诿，高效、积极、迅速地回答客户提出的问题

情景2 解疑答惑有方有寸



情景再现

房产销售人员：“先生，您好，有什么可以帮您的吗？”

客户：“我看到了你们公司的广告，你们均价多少钱一平米啊？”

房产销售人员：“不同的房型价格都不一样，4 000~8 000 元之间的都有。您大概想看多少平米的呢？”（对价格问题模糊作答）

客户：“70 平米左右。这广告上还写着送全套家电，都有什么啊？”

房产销售人员：“洗衣机、冰箱、空调和热水器。”（对广告宣传的卖点可以作答）

客户：“分期付款可以分几次啊？首付款是多少？如果一次性付款有什么优惠吗？”

房产销售人员：“先生，不知道您住在哪一块儿呢？”

客户：“二环靠西边。”

房产销售人员：“买房子是件大事情，我想，相比价格，您一定更关心房子的品质。西二环离我们楼盘只有半个小时车程，我建议您过来看一看，您说呢？”（对敏感问题转换话题，不予作答）



情景分析

电话洽谈的最主要目的是说服和吸引客户到售楼现场面谈，如果房产销售人员在通话中对客户的所有疑惑一一做出解答，可能会降低客户前来面谈的几率。同时，也可避免同行打电话来刺探信息。因此，房产销售人员在与客户进行电话洽谈时，解答客户的疑惑要有分寸、有限度。一般来说，广告上宣传的卖点可以跟客户讲，而涉及到公司商业秘密与竞争优势的信息则应该模糊作答，或者转换话题避免作答，这样既不损害公司利益，又为客户留下了尚未解决的疑问，可以吸引客户前来面谈。



错误提醒

错误提醒一 知无不言，言无不尽。

客户：“你们这个楼盘谁设计的啊？谁承建的啊？”

房产销售人员：“我们的楼盘是由××公司设计的，由××公司承建的。”

客户：“广告上说是6000元一平米，你们还能便宜多少啊？”

房产销售人员：“最低也要5500元一平米。”

错误提醒二 被客户的问题牵制，长时间占用热线电话。

客户：“你们楼盘环境怎么样？交通方便吗？”

房产销售人员：“……”

客户：“都有什么房型啊？”

房产销售人员：“……”

错误提醒三 口径不统一，客户起疑心。

客户：“你们那里60平米的小户型现在还有吗？”

房产销售人员：“没有了，这种户型早就卖完了。”

客户：“怎么可能，上午我打电话来，另一个销售人员还跟我说有房呢！你们两个人怎么两种说法啊！”

房产销售人员：“这个……”



方法技巧

方法技巧一：公司利益放心上，解答疑惑有分寸

房产销售人员在接受培训时，一定要明确哪些信息是涉及公司的商业秘密与竞争优势的，在客户问及这类问题时，回答要掌握分寸，不能损害公司利益。关于楼盘的规划、配套设施、工程进度、建筑质量、定价方案及销售政策等内容，房产销售人员要统一口径，否则会严重影响客户对公司的印象和信任。

方法技巧二：控制热线通话时间，敏感问题特殊处理

楼盘广告登出后，售楼热线往往会非常繁忙，每一个电话都可能是一个

销售机会，因此，通电话的时间不能太长，以3~5分钟为宜。客户不断提问，尤其是问及不适宜在电话中沟通的敏感问题时，房产销售人员要巧妙处理，既恰到好处地避开客户的提问，又要吸引客户带着未解决的疑问来售楼现场。例如，上文的情景中，房产销售人员就使用了模糊作答和转移话题避免作答的方法。

情景3 巧问客户资料信息



情景再现

房产销售人员：“先生，您好，请问怎么称呼呢？”

客户：“我姓陈。”

房产销售人员：“您应该就住得不远吧？”

客户：“挺远的，一个多小时车程呢。”

房产销售人员：“陈先生，您想了解哪一类户型呢？”（直接询问）

客户：“三室两厅的。”

房产销售人员：“我们的楼盘共21层，不知道您喜欢高层、中层还是低层呢？”

客户：“八九层的样子吧。”

房产销售人员：“陈先生，是这样，户型不同，选择的付款方式不同，我们的优惠幅度也会有差别，不知道您比较倾向于一次性付款，还是按揭呢？”（迂回询问）

客户：“按揭。”

房产销售人员：“您方便告诉我一个联系方式吗？”

客户：“联系方式我就不留了，等有时间我会去看看楼盘。”

房产销售人员：“陈先生，我们明天会公布按揭付款的优惠政策，我想到时候打电话告诉您，让您在比较楼盘的时候也有个参考。您的手机号码是？”（诱导询问）

客户：“那你记一下吧，我的手机号码是123456。”

房产销售人员：“好的，我记下了，123456，对吧？”



情景分析

详细了解客户的资料与信息，不仅有利于房产销售人员在电话洽谈中说出最能吸引客户的独特卖点，也有利于面谈时为客户推荐合适的房型。这些信息和资料分为两类，一类是客户的个人信息，例如姓名、住址、联系方式等；另一类是客户的需求信息，例如客户偏好的户型、面积、楼层、朝向、付款方式等。房产销售人员可以直接询问，也可以迂回询问，还可以用优惠促销信息来诱导询问。多样的问询方法，不仅可以减轻客户的心理戒备，还有利于房产销售人员获取更多有效、有用的信息。



错误提醒

错误提醒一 客户不愿告知个人信息，房产销售人员就轻易放弃。

房产销售人员：“您方便告诉我一个联系方式吗？”

客户：“不必了，我不想接那么多电话。要是觉得好我会去看的。”

房产销售人员：“哦，那好吧，您要是觉得不错就来售楼处看看吧。”

错误提醒二 房产销售人员询问时过于急躁，接连发问，最终吓跑客户。

房产销售人员：“您贵姓啊？住在哪里啊？今天能过来看房吗？”

客户：“……”

房产销售人员：“您想看什么样的户型？大概多少平米的？是按揭还是一次性付全款啊？”

客户：“……”



方法技巧

方法技巧：如何获取客户的联系方式

通过电话洽谈掌握的客户信息当然是越多越好，其中，最重要的是获取对方的联系方式，以便后期的面谈邀约与销售跟进。但是，客户往往会有戒