

二手房销售知识培训 / 自学体系

SECOND-HAND HOUSE SALES

二手房 销售

从新手到高手

新手必备**基础知识**+高手晋级**必学技巧**

范一鸣 / 编著



100+

海量情景案例

让新手迅速成长

400+

见招拆招方式

令高手秒速晋级

一本书让你爱上二手房销售

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

二手房 销售

从新手到高手

范一鸣 / 编著



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

二手房销售从新手到高手 / 范一鸣编著. —北京:
中国铁道出版社, 2017.8
ISBN 978-7-113-22620-6

I. ①二… II. ①范… III. ①房地产—销售 IV.
①F293.352

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 307993 号

书 名: 二手房销售从新手到高手
作 者: 范一鸣 编著

责任编辑: 吕 艾
责任印制: 赵星辰

读者热线电话: 010-63560056

封面设计: **MXK** DESIGN
STUDIO

出版发行: 中国铁道出版社 (北京市西城区右安门西街 8 号 邮政编码: 100054)

印 刷: 三河市兴达印务有限公司

版 次: 2017 年 8 月第 1 版

2017 年 8 月第 1 次印刷

开 本: 700mm×1000mm 1/16 印张: 16.25 字数: 200 千

书 号: ISBN 978-7-113-22620-6

定 价: 45.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书, 如有印制质量问题, 请与本社读者服务部联系调换。电话: (010) 51873174

打击盗版举报电话: (010) 51873659



前言

19世纪法国伟大的军事家、政治家拿破仑说过：“不想当将军的士兵不是好士兵。”其实，每一个职场菜鸟都有一个年薪百万的梦，有谁不想在职场上所向披靡、平步青云，最后完美蜕变成人人敬畏的“常胜将军”？然而，理想是丰满的，现实是骨感的。由于二手房销售的入职门槛低，很多销售人员仅仅通过一两个月的短暂培训就正式走向工作岗位，一踏进职场，才发现自己手足无措，经验太少，考验太多，未来前途迷茫，感觉人生充满了挫败感。其实要想走过人生的“滑铁卢”并不困难，也许你缺少的只是一些销售经验和销售技巧而已。

《二手房销售从新手到高手》涵盖了对房产销售人员至关重要的各种实战技巧。从外在的衣着打扮到内在的礼仪规范、从房源争夺到客户接待、从签单促成到售后服务，全方位地展现了二手房销售员在日常工作中常见的各种问题的应对技巧，具有实战性、全面性和可操作性。此外，本书还传授给大家如何研读客户的心理、探知客户需求，如何深入、高效地和客户沟通，如何提炼房源的独特卖点等多个拿单的技巧，对二手房销售员的专业技能和销售能力的提升大有裨益。

全书共分为11部分，69个小节，每个小节都展示了一个崭新的课题。文章内容采用“正确应对示范+情景案例+案例解析+重点提示”的方式展

II 二手房销售从新手到高手

示了房地产销售员应对各种销售问题的方法、技巧和话术。语言表达生动形象、通俗易懂，彻底摆脱传统枯燥的说教模式，大量启发性案例为大家展示了各种行之有效的操作方案，二手房销售员在实际工作中可随时借鉴应用，真正做到“现学现用”。这本集可读性和实用性于一体的销售训练指南，特别适合二手房中介人员、相关培训机构及有志于从事房地产销售工作的人士阅读使用。

正所谓“腹有诗书气自华”，二手房销售员如果能把书中的销售知识和业务技能烂熟于心，相信你一定能从一名销售新手快速成长为房地产界的职场达人，从此年薪百万不再是梦。

新手篇

第一章 二手房销售新手必备常识

什么是二手房	4
二手房的五大优点	8
二手房权属确认	11
二手房的后遗症	14
产权到期后的处理方式	16
买卖二手房五大注意事项	18

第二章 二手房交易流程和贷款办理

二手房买卖交易流程	23
二手房贷款流程和相关政策	26
银行、公积金贷款利息计算	29
二手房交易税费计算	32

第三章 房产销售从礼仪开始

销售礼仪的本质是一个“敬”字	36
----------------------	----

II 二手房销售从新手到高手

看脸时代，外表是一张无形的通行证	38
销售员着装贵在大气、得体	42
通过握手传达你的敬意	45
对客户的称呼要得体	47
用寒暄和问候打开客户的心扉	50

高手篇

第四章 打赢房源争夺战

有好人缘才有好房源	58
建立自己的“信息资源库”	60
争取“独家委托”的5个技巧	63
不要相信业主“准备自售”的托词	66
房源钥匙是争取来的	71
设法控制业主的报价	77
签署卖房委托书贵在一气呵成	81

第五章 赢得客户信任，排除客户疑虑

让客户相信你才是“专家”	86
客户不愿意签署买房委托书暂时不要勉强	89
客户只想委托做中介的朋友买房该怎么办	91
打消客户买二手房的安全顾虑	93

第六章 研究客户心理，探究他们的真实需求

一分钟内要让潜在客户产生兴趣	98
了解二手房客户的真实需求	102

为客户“找”出他的隐藏需求	105
客户购买二手房的心理过程	109
为客户提供几种选择	113
学会恰到好处地赞美客户	116
从各种细节洞察客户的内心	119
巧妙引导, 让客户自己说出购房预算和购房动机	121

第七章 深入、高效地与你的“上帝”进行沟通

销售就是要持续不断地与客户进行心灵沟通	127
好的销售员光接电话就能赢得客户好感	130
快速获得客户联系方式的 10 个技巧	133
介绍房源要让客户“意犹未尽”	137
千万不要怠慢那些“不像要买房”的人	140
分析客户购房决策, 促其购买决心	142
尊重客户的朋友就是对客户最大的尊重	146
公司累积的客户要设法留住	147

第八章 提炼二手房的独特卖点

为每一个房源提炼自己的独特卖点	151
介绍二手房缺陷的 3 个技巧	154
位置、绿化与噪声评估及卖点提炼	157
户型、地段与配套设施评估及卖点提炼	160
朝向、电梯与邻里评估及卖点提炼	163

第九章 千方百计促成客户签单

犹豫、怀疑是客户的心理常态	167
沉着、耐心地进行三方价格谈判	171
不能让买方和卖方有“吃亏了”的感觉	175

打消客户与业主私下交易的想法	178
快速逼定不能随便乱用	181
找其他“同盟军”说服客户	185
让客户明白“和家人商量”不能没完没了	188
冷静应对其他经纪人和律师的干扰	191
客户无休止的“比较”是一种陷阱	193

第十章 佣金的落实及合同签订

佣金收取要及时、谨慎	197
佣金收取中的异议要耐心解释、沟通	199
对老客户，折扣也要有一定的底线	204
对斤斤计较的客户一定要有适当优惠	206
签订合同前的准备和注意事项	207

第十一章 完美服务要做好售后工作

完美服务要做好售后工作	211
管理好过客才能有新的顾客	212
对成熟公司，售后服务比新的成交更重要	215
客户的意见和抱怨一定要马上做出回应	219
处理客户投诉的回应步骤分解	221
房价下跌所引起的矛盾要妥善处理	224
有理有利有节地对待理赔要求	225

附录

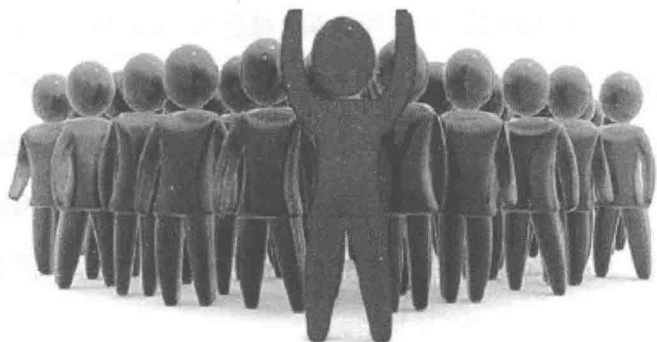
相关法规 1: 《中华人民共和国城市房地产管理法》 (2009 年修正)	229
相关法规 2: 《房地产经纪管理办法》(2016 年修正)	241
相关法规 3: 《关于房地产中介服务收费的通知》 (1995 年修正)	250

新手篇

第一章

二手房销售新手必备常识

做好一名合格的销售员，专业知识必不可少。熟练掌握二手房的概念、优势、权属确认及产权到期的处理方式是每一个销售新手的必修课。大家只有掌握了这些必备常识，才能在销售工作中游刃有余，得心应手。



什么是二手房

了解二手房是推销二手房的前提和基础。倘若一个销售员对自己推销的产品都不甚了解，那么如何有力地说服客户产生购买行为呢？下面我们首先为大家普及一下二手房的基本概念。

“二手房”是指已经在房地产交易中心备过案，完成初始登记和总登记的，再次上市进行交易的房产。它是相对开发商手里的商品房而言，新建的商品房第一次交易为“一手房”，第二次交易就成为“二手房”。凡产权明晰（以房屋产权证为依据），经过一手买卖之后再行上市的房屋均可称之为“二手房”。

家境不是太富有的无房一族，可以买一套别人出售的房；而另一些手里有积蓄又有小房子居住的，可以以旧换新，以小换大；而那些一户多房的富裕家庭，也能卖掉自己的多余住房换取收益。这就是二手房的真正由来。

目前二手房住宅市场上的房产名目繁多，叫法不一，看得人眼花缭乱。但从严格意义上来讲，从居民所拥有的房屋产权证来看，二手房可以分为商品房、经济适用房、房改房三种类型。

1. 商品房

商品房是指具有经营资格的房地产开发公司（包括外商投资企业）开发经营的住宅。此外，按照法律的规定，这类的住房拥有完整的所有权，包括占有、使用、处置和收益四项权利。业主只要不触犯国家的法律法规，就有自由转让、出租或赠予的权利，他的这些权利不受任何单位或个人的限制和干涉，其收益也全部归个人所有。

但商品房的销售并没有绝对的自由，以北京为例，国家规定北京人购房以家庭为单位，单身限购一套，已婚的限购两套，外地人限购一套。

2. 经济适用房

经济适用房是指政府提供优惠政策，限定建设标准、供应对象和销售价格，向低收入住房困难家庭出售的具有保障性质的政策性住房。

这类住房具有经济性和适用性的特点。经济性是指住宅价格相对于市场价格比较适中，它是按建设成本确定的，为中低收入家庭住房困难户供应；适用性是指在住房设计及其建筑标准上强调住房的实用价值，而非建筑标准。这类住宅因省去了工程报建中的部分费用，价格要比普通商品房低，故又称为经济适用房。

相对于商品房，经济适用房虽然可以取得房屋所有权，但它和完全意义上的商品房屋又不太一样，在房屋买卖过程中其所有权会受到一些国家政策的限制。

3. 房改房

房改房又称为已购公房，是指城镇职工根据国家和县级以上地方人民政府有关城镇住房制度改革政策规定，按照成本价或者标准价购买的已建公有住房。

房改房又分为成本价、标准价和优惠价三个类型，房屋的类型不同，交易方式也不一样。标准价房与成本价房是指房改中职工家庭购买的单位公有住宅用房，售房单位开出的折扣是以职工的工作年限和所购房屋的实际情况为依据的，成本价房的价格要比标准价房高一些，房改初期购房时多采用标准价购买。

房屋如果是以标准价购买的，那么它的产权分配一般是这样的：单位占6%，个人占94%。在房屋需要进行买卖转让时，必须与单位协商，除补交相应的土地出让金外，还要给予单位相应的效益。单位有权限价出售并享有优先购买权。

成本价购房是以成本价购买的单位住房，购买房改出售的住房的人只能是承住独用成套公有住房的居民和符合分配住房条件的职工。职工家庭具有该类房屋的所有权，可以上市转让或继承，届时需补交土地出让金并按规定缴纳相关税费。

另外，像生活中常常碰到的危改回迁房，根据其产权性质不同可以归入经济适用房或商品房。因农村房屋所有权不属于个人，所以不得出售给集体经济组织以外的人，即外村农民或城市居民，也就是说农村房屋买卖会受到一定条件的限制，它不属于真正意义上的二手房。

情景案例

一天下午，某二手房中介公司来了一位衣着朴素的中年妇女。她神色慌张地要求上前接待的销售员小崔帮她尽早卖一套房子。据这位客户交代，她的丈夫前段时间生了很大的一场病，需要一笔金额巨大的手术费用，她向周围的亲戚朋友都借遍了，但是凑来的钱对于庞大的医疗花销仍然是杯水车薪，

出于无奈，她只好想出卖房的主意。最后她语气哽咽地说：“求求你们中介公司帮帮忙，我的房子需要尽早出售，我的男人还等着这笔钱救命呢！”

看着这位处境困难的客户，小崔心中也很是难过。为了安抚这位客户的情绪，他连忙点头答应，并且郑重向其承诺：“这位大姐，请您放心，我们会第一时间帮您挂牌，加大宣传力度，争取早点帮您把房子卖出去。咱们接下来赶紧了解一下房子的具体情况吧！”

然而，小崔在了解沟通的过程中才发现，这位中年女人售卖的房子不是一般的商品房，而是以标准价购买的房改房。对于此类房屋的所有权并不属于住户一人所有，而是集体和职工家庭共同所有，所以这位妇女并没有单独出售房屋的权利。

于是，小崔赶紧把这一特殊情况告诉她。岂料，女人听完小崔的话急得声泪俱下，一个劲儿地问：“怎么我住的房子我自己还不能卖了呢？那我男人怎么办呀？”小崔赶紧一通耐心细致的解释。在得知房屋的产权性质和归属问题之后，女人无不感慨地说道：“原来，我们家的大事儿小事儿都是我家男人一个人在操持，所以我啥都不了解，谢谢你们告诉我这些，我赶紧回去找单位的领导商量一下。”

销售员售卖二手房，首先要对各种类型的二手房有一个清晰的认知。案例中，假如销售员对二手房的概念没有一个全面的了解，肯定察觉不了其中的问题，进而会给以后的交易埋下纠纷隐患。

重点提示

1. 一个合格的房地产销售员必须真正了解什么是二手房。

2. 销售员只有对二手房的概念、种类及其产权性质有一个全面的了解，方能顺利地完成任务。一个专业知识不过关的销售员，客户是不会为他埋单的。

二手房的五大优点

近几年，随着一手房价格的不断飙升，越来越多的购房者把目光投向了二手房。作为一个房地产销售员，必须对自己所推销的产品以其优势了然于胸。当客户对二手房发出质疑时，销售员便可用这些优势坚定其购买的决心。

第一大优点：安心

对于二手房的户型、楼层、小区环境、人文状况、装修、使用等具体情况，客户可以通过带看有一个直观的了解和感受，而未建成的新房却只能凭空想象，就算能到施工地查看毛坯房和样板房，但客户仍然无法预估房屋后期的使用状况和质量问题，所以往往会有很多的业主在购买新房后，因为房屋质量、面积误差、水电路问题、物业问题等和开发商讨要说法，有的甚至不得不诉诸于法律解决。所以，二手房的优势就在于客户能通过亲身考察和体验的方式全面了解房屋的情况，从而在很大程度上避免后期的各种问题。

第二大优点：省钱

目前随着城市化的进程不断加快，土地被大量开发，城市的土地资源越来越紧张，相应的开发商的成本也就越来越高，购房者需要承担的房价自然也会高了很多。

但是购买二手房情况就大不相同：一是房价有讨价还价的余地，特别是