

打造地产 销售精英

黄维 著

售楼人员实用培训手册

本书汇集了100家以上房地产企业的实战精髓，是1000元以上房地产销售经理、总监拿来培训员工的必备参考书，被2000多所以上地产销售精英奉为职业宝典。

本书分为基础篇和提高篇两大部分。基础篇从售楼人员必备的基本理论知识开始，讲解了房地产的基本概念、基础知识、房地产销售的一般程序、待客礼仪、常规销售技巧、客户问题应答以及付款方式计算等。基础篇旨在帮您夯实根基，为实现目标奠定坚实的基础。

提高篇将帮助您迅速提升自身素质以拥有顶尖售楼人员的特质：了解售楼人员必备的十四大认知，掌握成功销售的五大黄金步骤，洞悉客户的购买心理，购买行为，并掌握解决疑难问题的诀窍——提高篇旨在为您铺就一条通往卓越的捷径。



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

打造 地产销售精英

售楼人员实用培训手册

黄 维 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

打造地产销售精英:售楼人员实用培训手册/黄维著. —北京:北京大学出版社,
2006. 5

(时代光华培训大系)

ISBN 7-301-10649-1

I. 打… II. 黄… III. 房地产—市场营销学 IV. F293.35

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 037448 号

书 名: 打造地产销售精英: 售楼人员实用培训手册

著作责任者: 黄 维 著

责任编辑: 胡玉喆

标准书号: ISBN 7-301-10649-1/F · 1382

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 82893506

电子信箱: tbcbooks@vip.163.com

印 刷 者: 北京富生印刷厂

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 16 印张 225 千字

2006 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 38.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究



作者简介

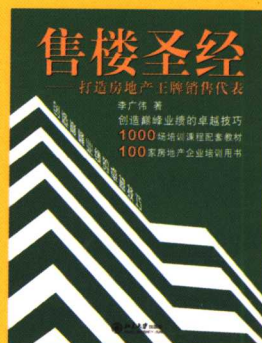
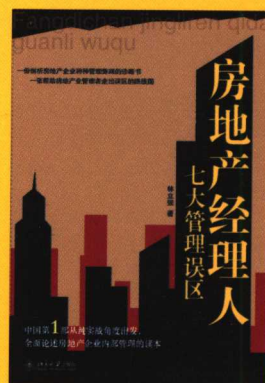
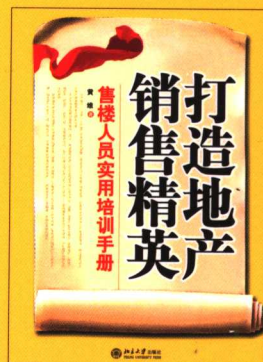
黄维，现任广州中山大学规划设计研究院培训中心副主任，广州市鼎太企业管理咨询有限公司总经理，中国房地产教育培训中心主任，广东省职业技能鉴定指导中心“房地产营销师”职业技能鉴定组专家，中山大学“中国房地产职业经理人”、中国策划学院“房地产注册策划师”、广东省房地产协会系列课程主讲老师。房地产管理与销售实战培训讲师，策划人，房地产企业顾问师，国家心理咨询师。

现同时受聘于多家专业咨询顾问机构，任房地产高级培训讲师，并担任数家知名地产企业的培训教练、管理顾问，长期致力于企业的团队、管理、销售培训实践工作，有丰富的培训及顾问经验。受广东省房地产业协会邀请在广东省十余个地市巡回演讲，同时在上海、成都、重庆、济南、青岛、武汉、西安、杭州、苏州等大中型城市巡回培训，培训场次近100场，反响热烈，深受好评。

曾服务过的代表性企业有：新世界（中国）、万科、香港经纬物业、合生创展、广州中原、深圳华侨城、深圳美联物业、深圳世联地产、广东丰泰集团、东莞东城中心、和记黄埔、河南建业集团、青岛城建集团、成都五岳地产、成都诚裕地产、自贡英祥集团、重庆天庆地产、西安玛雅房屋、西安腾飞地产、武汉复地、浙江广厦集团、浙江正达集团、南京泰山地产等。

主讲课题：“房地产策划与营销实战”、“房地产销售管理实战”、“房地产专业销售实战技能特训”系列课程。

作者电子邮箱：syhw05@163.com



策 划：北京博雅光华教育科技有限公司

责任编辑：胡玉喆

征稿电话：010-82893507

E-mail: tbcbooks@vip.163.com

装帧设计：清水设计工作室

前言

销售是关系到所有企业生死存亡的关键环节，对于走出了暴利时代的房地产行业而言，尤为如此。无论是比产品、比品牌还是比创新、比文化，最终所有的竞争都会落到工作在市场一线的销售人员身上，他们是企业决胜市场的关键！本书旨在为房地产企业打造一支最具核心竞争力的王牌销售团队，也为房地产销售人员努力成为销售精英铺平道路。

本书立足于中国房地产业发展的前沿地带——香港、广东，融合了中国目前最专业、最优秀的一批中介机构和大型房地产开发企业多年的实战精髓，集合了笔者多年的培训心得以及数位大师和前辈几十年的宝贵经验。本书最大的特点就是实用。

如果您是一名房地产职业经理人或销售部门主管，您将可以学习到一整套专业的房地产销售及训练技巧，并借此来提升您和您团队的销售能力。因为现代商业机构的顶级管理人才的第一要素就是必须具备成功地训练下属和管理团队的能力，而销售能力正是其中最重要的一环。

如果您是一名房地产营销人员，那么无论您是从事市场策划，还是直接从事销售工作，本书所介绍的众多原则和技巧都会对您的工作极有帮助。

如果您从事的工作与销售没有直接关联，您也会获益匪浅。人生和事业的进步本意就在于推销，我们不是每天都希望推销一些好的主意和建议给别人，从而获得别人的支持以达到我们的目标吗？专业销售技巧

会引领您进入一个全新的境界。

如果您想要成就人生，在社会上崭露头角，那么专业销售技巧绝对是您必备的工具，是您人生成功的助推器。

只要您用心阅读本书，您就可以逐步地掌握最关键、最核心的销售技巧，只要在实际工作中坚持思考、联想和发挥，不用太长的时间，您就会为能够轻松实现个人理想而感到惊喜。

成为一名成功的销售人员，秘诀就是坚持不懈地学与用！

最后，衷心地祝愿每一位房地产销售人员、每一位读者朋友学有所获！祝愿您的事业百尺竿头，更进一步！

黄维于中山大学

2006 年春

小测试:销售代表的必备素质

您喜欢服务于人群吗?您是个自信的人吗?在您认真阅读本书之前,我们先做一个小小的检测,看看您是否适合做房地产销售代表。请填写下表,进行自我评估。

	需要加强 (2分)	尚可 (3分)	优良 (4分)	极佳 (5分)
开朗的性格				
工作的努力程度				
对表扬的接受度				
对批评的承受度				
勇于竞争				
注重实际				
诚恳				
热心				
坚韧				
积极				
适应性				
可靠性				
自信心				
成功的决心				
充足的词汇量				
说服力				
创造力				
分析能力				
快速学习能力				
解决问题能力				
应变能力				
对陌生面孔及小事的记忆力				

分数高低并不能说明和决定什么,它主要是对您的态度和自信心的检测。如果您的得分在80分以上,说明您从事销售工作是很有潜质的,同时您是一个很自信的人;如果您的得分在60分以下,只能说明您对自己尚不够自信,但如果您按照表格中所列的22项内容去学习、去加强,一定能找到自信,并最终成为一名成功的销售人员。

目 录

前言 / 1

基础篇

第一单元 房地产基础知识

房地产的定义及分类 / 4

房地产行业名词解释 / 5

房地产项目开发的一般程序 / 10

房地产推广流程及途径 / 12

房地产广告 / 15

第二单元 销售礼仪

以礼待客 / 18

着装礼仪 / 18

等候客户的礼仪 / 27

迎接客户的礼仪 / 29

介绍过程的礼仪 / 31

结束介绍的礼仪 / 36

接听电话的礼仪 / 37

其他日常礼仪 / 39

销售礼仪十大禁忌 / 39

第三单元 房地产销售的一般程序

总体介绍	/ 42
寻找客户	/ 43
接待过程	/ 44
介绍过程	/ 46
促销过程	/ 51
结束介绍过程	/ 53
客户跟进过程	/ 55
签约	/ 57
入住	/ 61

第四单元 基本销售技巧

接听电话技巧	/ 64
迎接客户技巧	/ 65
如何挑选客户	/ 67
介绍模型的方法技巧	/ 68
坚持销售的方法	/ 70
如何让客户落订	/ 71
正确把握客户的第二次参观	/ 73
客户跟进技巧	/ 75
学会善用资源	/ 77

第五单元 客户的基本问题

法律法规 17 问	/ 80
银行按揭 26 问	/ 81
物业管理 23 问	/ 84
规划设计 43 问	/ 86
其他问题 24 问	/ 88

第六单元 付款方式及认购书的签署

常见付款方式 / 90

付款方式计算应注意的问题 / 91

认购书签署应注意的问题 / 92

提高篇

第七单元 销售人员素质的提升

销售人员的“自行车理论” / 96

销售人员素质的双重三角形 / 106

顶尖销售人员素质的三重三角形 / 108

销售人员 21 种能力的自我检测及评估 / 110

销售人员的三层级修炼 / 112

杰出销售人员的特质和职责 / 114

第八单元 销售人员必须具备的认知

我们不是在卖房子,而是在卖一种全新的生活方式 / 118

我们不是在卖最好的房子,而是在卖性价比最高的房子 / 118

房地产的四大投资附加值 / 119

客户想要的是墙上的洞,而不是你手中的钻头 / 122

改善销售的心智模式——变不可能为可能 / 123

服务的最高境界不是让客户满意,而是为了实现客户穿透 / 125

勇于突破传统的销售模式 / 129

销售人员的“水”性及三种角色转换 / 131

不推销牛排,而推销牛排的“吱吱”声 / 133

没有抗拒表明没有兴趣,拒绝意味着成交的开始 / 135

客户的认同源于专业的沟通 / 135

客户的抱怨是珍贵的稀缺资源 / 137

成交源于对销售系统中每一个细节的把握 / 140

不把客户当上帝,而把客户当自己 / 141

第九单元 房地产专业销售流程

现场销售的“成功五步” / 144

第一步:迎接客户(寒暄热身) / 145

第二步:咨询需求(了解背景) / 148

第三步:带看现场(楼盘介绍) / 161

第四步:购买洽谈(解决异议) / 180

第五步:落订签约(促成交易) / 191

第十单元 客户类型及其心理分析

客户类型分析 / 202

客户购买决策过程分析与销售控制 / 205

客户购买的七个心理阶段及操控术 / 206

购买心理的“比较法则” / 211

拉动客户的五层内需 / 216

第十一单元 重点问题解析

客户疑难问题处理 / 220

销售谈判 / 223

办理认购手续 / 227

附 录 / 231

打造地产销售精英

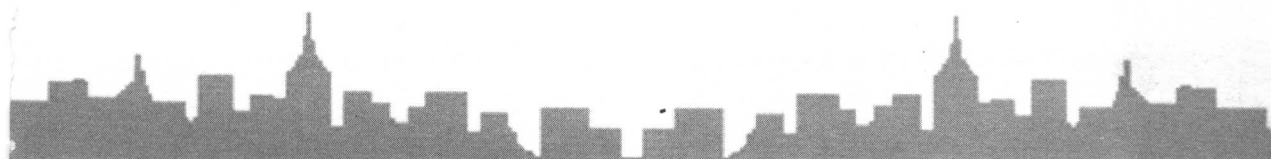
售楼人员实用培训手册

基础篇

- 第一单元 房地产基础知识
- 第二单元 销售礼仪
- 第三单元 房地产销售的一般程序
- 第四单元 基本销售技巧
- 第五单元 客户的基本问题
- 第六单元 付款方式及认购书的签署

第一单元

房地产基础知识



房地产的定义及分类

房地产的定义

房地产是指土地、建筑及其地上附着物，包括物质实体和依托于物质实体上的权益。这里的三个关键词是“土地”、“建筑”、“权益”。

房地产的类型

1. 按用途划分

- 居住房地产：包括普通住宅、高级公寓、别墅等
- 商业房地产：包括商务办公楼（写字楼）、旅馆（宾馆、饭店、招待所、旅店等）、商店（商场、购物中心、铺面等）、餐馆、影剧院等
- 旅游房地产：包括公园、风景名胜、历史古迹、沙滩等休闲场所
- 工业房地产：包括厂房、仓库等
- 农业房地产：包括农场、林场、牧场、果园等
- 特殊目的房地产：包括政府机关办公楼、学校、教堂、寺庙、墓地等

2. 按市场性质划分

- 出售的房地产
- 出租的房地产
- 营业的房地产
- 自用的房地产

第一单元
房地产基础知识

3. 其他

- 有的房地产既可出售也可出租、营业：如商店、餐馆
- 有的房地产既可自用也可出租、出售：如住宅
- 有的房地产只能自用：如学校

房地产行业名词解释

发展商（开发商）：指组织建设房地产项目的房地产公司。作为房地产业内人士，了解并熟悉一定数量的开发商企业是相当必要的，尤其是全国知名的品牌企业（如万科、中海、合生创展、富力集团、恒大集团、顺驰、绿地等）。对发展商通常有一、二、三3个等级的资质评定。

代理商：指专业策划销售房地产项目的房地产中介机构。代理公司业务有一手和二手之分。通常为发展商策划销售新楼盘项目的是一手中介，以店铺方式经营、主要销售二手楼盘的是二手中介，当然两者是可以交叉的。熟悉当地市场中各家代理公司的优势领域，对于我们选择合作伙伴相当重要。如我们熟知的中原地产、美联地产、世联地产、合富辉煌等代理公司在不同地区都有自己的业务侧重点。对代理商通常也有一、二、三3个等级的资质评定。

承建商（承建单位）：负责房地产项目工程建设的施工单位。通常有一、二、三3个等级的资质评定。

物业管理商：在房地产项目建成后对其进行全权管理的单位。目前我国的物业管理普遍处于薄弱环节，整体水平偏低，当然也有万科、中海等一些优秀的物业公司。通常也有一、二、三3个等级的资质评定。

商品房：有合法产权，购买后能领取《房屋所有权证》或《房地产证》的住宅。业主有自由买卖、转让、租赁的权利。

集资房：集资房是改变过去住房建设由国家和单位统包的制度，实行国家、单位、个人三方面共同承担，通过多渠道筹集资金而建造的房