



陈春洁 阙险峰◎等编著

房地产经纪人

培训教程

FANGDICHAN JINGJIREN
PEIXUN JIAOCHENG

编织经纪网络 房源名
 实战情景案例 精彩销售话术



客户迎接

需求挖掘

带客看房

房源推介

撮合谈判

完美成交

陈春洁 阙险峰◎等编著

房地产职业培训丛书

FANGDICHAN ZHIYE
PEIXUN CONGSHU

房地产经纪人

培训教程

FANGDICHAN JINGJIREN
PEIXUN JIAOCHENG

客户迎接

需求挖掘

房

条件推介

撮合谈判

完美成交



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书结合作者多年的从业心得,吸收众多优秀房地产经纪人的成功经验,通过大量生动精彩的实战情景案例和话术,以生动活泼的语言系统地阐述了“优秀的房地产经纪人是怎样炼成的”,完整呈现了房地产经纪人(二手房中介人员)的各种工作技巧,包括编织经纪网络、客户迎接与需求挖掘、房源客源匹配、带客看房、房源推介、撮合谈判、完美成交等,为广大房地产经纪人员应对日常情况、解决棘手问题提供了实用的可推广的对策。

本书适用于房地产经纪人(二手房中介人员)、相关培训机构、有志于从事房地产经纪(二手房中介)工作的相关人士,以及大中职业院校相关专业学生。

图书在版编目(CIP)数据

房地产经纪人培训教程/陈春洁,阙险峰编著. —北京:机械工业出版社,2014.6

(房地产职业培训丛书)

ISBN 978-7-111-46911-7

I. ①房… II. ②陈…②阙… III. ①房地产业—经纪人—职业培训—教材 IV. ①F299.233

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第116019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:宋晓磊 责任编辑:宋晓磊 时 颂

责任校对:王晓峥 封面设计:鞠 杨

责任印制:李 洋

北京振兴源印务有限公司印刷

2014年7月第1版第1次印刷

169mm×239mm·20印张·260千字

标准书号:ISBN 978-7-111-46911-7

定价:39.80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 教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售一部:(010) 68326294 机工官网:<http://www.cmpbook.com>

销售二部:(010) 88379649 机工官博:<http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线:(010) 88379203 封面无防伪标均为盗版

前 言



随着房地产市场的火爆，二手房中介门店也开始遍布于大街小巷，尤其是北京、上海、深圳、广州等一线城市，更是不乏雇员万人、门店数百家的大型房地产中介公司。二手房交易量逐渐在赶超一手房交易量，二手房交易市场的火爆可见一斑。

在二手房市场持续火热的同时，也带动了房地产经纪人这一职业的迅猛发展，从2000年左右起步到如今，从业人员飙升至数十万，据有关人士预计，未来20~30年里，从业总数将呈几何倍数增长。

看着这些资料数据，没有谁会否认二手房中介是一个蓬勃发展的朝阳行业。然而，由于我国法律对二手房中介提供服务的内容、流程、收费标准等都没有明确的界定和规范，房地产经纪人入职门槛低，人员良莠不齐，致使行业竞争无序，以至于社会上对二手房中介普遍持有负面看法，甚至有“防火防盗防中介”一说。

在二手房中介市场较为成熟的国家和地区，以美国为例，房地产经纪人属于高级白领，85%的房地产交易都是通过他们的中介服务而完成，是百余年来收入稳居前20的职业。究其原因，主要是他们有一套独具特色的房地产中介管理制度和运作手段，再加上优质的服务态度和服务质量，所获得的社会尊重和社会地位远高于国内。

可见，房地产经纪人这一职业的前景是光明的，国外的今天就是我们的明天。就目前来看，进入这个行业虽然容易，但是要做好、做出成绩却并非易事。为了帮助读者快速掌握房地产经纪人的各项实战

技能，我们结合自身多年的从业心得，吸收众多优秀房地产经纪人的成功经验，编写了本书，希望能够系统地阐述“优秀的房地产经纪人是怎样炼成的”。

在编写的过程中，我们始终抱着这样的信念：一定不能让本书为大家一看就想睡觉的理论书，就像市场上的一些同类书一样。为此，我们拜“幽默大师”林语堂为师，力求达到“绅士的演讲，应当是像女人的裙子，越短越好”的境界。在此基础上，我们大量收集了生动真实的案例和极具启发性的小故事，理论结合实际，以通俗、轻松的语言深入浅出，一步步指导大家提高自身的专业水平和销售技巧，凭专业素养帮助买卖双方达成满意的交易，取得羡慕旁人的业绩，成为一名优秀的房地产经纪人。此外，为了让大家活学活用，在提供方法技巧的基础上，我们还特地挑选出一些极具代表性的情景，并对这些情景进行了深入剖析，提供了可供参考的情景话术。

如果此书有幸成为你成功进步的垫脚石，请将你的成功之道传授给他人，让更多同仁变得更加优秀。参与本书编写的还有范志德、许坤棋、郑蓉贞、魏玉兰、陈梅凤、曾建宇、陈信洪、陈海全、张秀云、洪从凤、杨文良、陈梅兰、陈海洪、王阿星、洪文金、吴阳富、陈银炜、张秀玲、陈建安、陈信科、阙险峰、王毅毅、陈冬明，在此一并表示衷心的感谢。由于水平有限，书中难免有纰漏，恳请读者批评指正。我的 E-mail 地址是 subjectxm@163.com。

编者

目 录



前言

第 1 章 编织经纪网	1
熟悉你的地盘	1
房源客源一个都不能少	8
管好你的信息资源库	14
情景解析 1: 如何说服业主将钥匙交给你	17
情景解析 2: 如何让准备自售的业主将房源委托给你	20
情景解析 3: 如何说服业主将房源独家委托给你	23
情景解析 4: 业主说有朋友做中介, 想独家委托给朋友	25
情景解析 5: 如何说服客户签署卖房/买房委托书	28
第 2 章 礼迎天下客	32
今天, 你微笑了吗	32
展示你的最佳职业形象	39
接好每一个销售电话	48
喜迎四面宾, 笑纳八方客	58
情景解析 1: 如何判断客户是不是购房决策者	64
情景解析 2: 如何接待朋友或熟人介绍来的客户	66
情景解析 3: 如何接待不同性格特征的客户	69
第 3 章 当好红娘巧配对	77
给嘴巴抹点蜜	77
找出客户的秘密	84

聆听客户的“心声”	93
在提问中下点功夫	105
把准脉搏找个好“家”	112
情景解析 1: 如何挖掘客户的需求	117
情景解析 2: 如何探询客户的购买预算	121
情景解析 3: 如何识别客户的购房动机	124
情景解析 4: 如何发现客户的购房关注点	127
情景解析 5: 客户对你的询问不加理会, 无法明白其想法	129
第 4 章 带上客户去看房	131
提前踩点精心“备战”	131
邀请客户看房有诀窍	134
带看要引导而不是陪同	137
卖利益而不是卖房子	142
为你的说法提供支持	149
给客户插上想象的翅膀	154
让你的推介更生动起来	157
防止“为他人作嫁衣”	161
情景解析 1: 客户对你的推介反应很冷淡, 怎么办	162
情景解析 2: 房源存在某些明显劣势, 怎么办	168
情景解析 3: 和客户沟通时, 客户总是不爱言语	173
情景解析 4: 看房时, 客户向业主/业主向客户偷偷递纸条	178
情景解析 5: 如何防止客户看房后回头找业主	180
第 5 章 消除客户的疑虑	183
不要被异议吓到了	183
找出根源才好对症下药	187
嘴巴说的不一定是心里想的	190
选择恰当的回答时机	195
秉持正确的处理态度	199

处理客户异议的六种实效方法	205
情景解析 1: 这里太偏了/交通不便利	213
情景解析 2: 这个小区太大了, 太杂	215
情景解析 3: 这个小区太小了, 没什么配套	217
情景解析 4: 客户认为“户型太大了”	219
情景解析 5: 客户认为“户型太小了”	221
情景解析 6: 户型不好, 浪费面积/不好装修	224
情景解析 7: 我不想买朝北/朝西/东西向的	226
情景解析 8: 我不想买高楼层/中楼层/低楼层	230
情景解析 9: 靠近马路/铁路/飞机场/广场, 太吵了	233
情景解析 10: 周边环境不好/都是农民房/太杂了	235
情景解析 11: 小区配套设施太少	238
情景解析 12: 一梯多户, 等电梯要等半天	239
情景解析 13: 单体楼, 没绿化, 也没配套	241
情景解析 14: 高楼层没带电梯	243
情景解析 15: 只有一个卫生间	245
第 6 章 拉近买卖双方价格差距	247
客户真的对价格不满吗	247
遵循价格谈判的原则	248
买方价格异议的处理	251
卖方价格异议的处理	257
情景解析 1: 谈价时, 业主表示少于 300 万元免谈	258
情景解析 2: 客户让你去砍价, 却不愿意交意向金	261
情景解析 3: 业主报价 300 万元, 客户却还价 260 万元, 如何 谈价	264
情景解析 4: 临近成交, 业主突然又要提价	266
情景解析 5: 客户表示是老客户介绍过来的, 要求中介费 打折	269

第7章 踢好成交“临门一脚”	272
该出手的时候就要出手	272
别让煮熟的鸭子“飞”走了	275
在关键时刻“推”客户一把	284
情景解析1：我还要和家人商量商量再决定	291
情景解析2：客户已经产生兴趣，还想再比较比较后做 决定	295
情景解析3：客户拖家带口前来看房，大家意见不统一	298
情景解析4：客户带朋友前来一起看房，担心客户受朋友 影响	302
情景解析5：客户带律师前来一起看房，担心律师从中 作梗	303
情景解析6：我今天没带那么多钱，明天再来下定金吧	305
参考文献	309

第 1 章

编织经纪网

熟悉你的地盘

在一个陌生的城市，不知道该如何到达目的地时，你会怎么办？当然了，现在的网络很发达，智能手机也已经普及，下载个地图查查基本上都能搞定。但更为简单的方法，不外乎“打的”或者向的士司机问路了。要知道，“的哥”通常被称为“一个城市的导游”，对于这个城市的道路，他们是最熟悉不过了。

房地产经纪人的职业要求某种程度上和“的哥”是一样的，虽然不及“的哥”要对城市的各个地方都了如指掌，但是起码要熟悉本公司主要业务范围内的区域，也就是要比任何人都了解自己的“地盘”。几乎每一个新加入房地产经纪行列的新人，其第一项必须要做的工作就是熟悉环境，业内通常称之为“跑盘”。而这个“跑盘”的核心，就在于提炼社区的卖点，以便更好地将房源推介给合适的购房者。

熟悉区域环境

每位成功的房产经纪人，都曾经辛辛苦苦的“跑盘”过。不论天

气如何恶劣，他们在职业入门阶段，都会带着纸和笔，走遍周边区域内的每一条路，以熟悉区域环境，了解区域内各个小区的情况。

总体来说，熟悉区域环境，需要了解以下情况：

- 区域内的交通情况；
- 各个小区的分布情况；
- 周边的购物环境（菜市场、超市、商场、家具城、电器城等）；
- 文化配套设施（学校、培训地、体育馆、文化宫、展览馆）；
- 休闲娱乐设施（娱乐城、公园、湖泊）；
- 餐饮设施（宾馆、酒店、咖啡厅、酒吧、小吃部）；
- 重要标志性建筑；
- ……

当然了，要记下如此多的信息，还是需要讲究方式方法的。俗话说，“好记性不如烂笔头”，在“跑盘”的时候，最好能一边走一边记下身边的标志。这样当你走遍这个区域的时候，一幅完整详细的地图也就形成了。可别小看了这小小的地图，对于房地产经纪人来说，它的价值可比市场上出售的城市地图要高多了。

对区域环境了解得越详细，对今后工作的开展就越有利。当客户说出求购条件时，我们就能马上反应出符合客户需求的房源大体有哪几个；当客户报上房源时，我们就能很快知道它在哪个位置、周边环境如何、有什么配套设施、该怎么走……

掌握楼盘具体情况

只熟悉周边的区域环境还不够，房地产经纪人还应该对区域内的各个小区（楼盘）的情况了如指掌。只要客户一说出小区名字，脑海里马上就能浮现出小区的详细资料，并能清楚地做介绍。这有助于增加客户对我们专业性的肯定，提高客户对我们的信任度。

(1) 地理位置

- ◇ 处于哪个片区?
- ◇ 处于哪个方位? (如城市的东北)
- ◇ 具体在哪条街道或哪条路交叉口?
- ◇ 周围有何特征建筑? (如著名大厦、超市、商场等)
- ◇

(2) 交通情况

- ◇ 周边有哪几路中巴、公交经过? 有无地铁、快速公交出入口?
- ◇ 到火车站、市政府、机场等地有多远? 可以坐什么车?
- ◇

(3) 小区规模

- ◇ 小区大概的占地面积和总建筑面积;
- ◇ 总共多少栋楼, 多层、小高层和高层各几栋;
- ◇ 各栋楼的编号或名称及位置分布;
- ◇ 每栋分别几层, 一梯几户;
- ◇ 容积率、楼间距;
- ◇ 主要户型结构及面积;
- ◇

(4) 配套设施

- ◇ 小区的园林景观风格、绿化情况;
- ◇ 小区内有无泳池、会所、幼儿园、小学、中学等;
- ◇ 该小区的孩子就读哪所学校, 该学校的详细情况;
- ◇ 周边有无菜市场、超市、银行、邮局等, 具体多远;
- ◇

(5) 物业产权

- ◇ 开发商是谁?
- ◇ 是否已经取得产权?
- ◇ 产权是哪一年的?

◇ 物业管理如何？

◇ ……

有些刚入门的房地产经纪人认为，只要大概知道每个楼盘在什么位置等基本情况，没有必要花费太大的精力去详细了解。毕竟二手房是现房，客户可以亲自上门察看，让客户“眼见为实”来得更实在。告诉你，这种想法是错误的！

◎ 案例

一天，店里来了一位急匆匆的客户，他说要在曾厝垵附近租一套两室一厅的房子，要求不能超过三楼，最好小区内有室内活动场所，因为房子是要给老人家住的，最好在这几天之内就能找到。

负责接待的经纪人小杨一听就有点傻眼了。那个时候他刚进入公司不久，已经跟着师兄“跑盘”了好几天，虽然公司一再要求要对片区内的各个楼盘情况都了如指掌，但他却觉得没有必要太费心思去深入了解，到时带客户亲自实地看房不就可以了吗？两室一厅的房子，小杨记得滨南是有几个房源，不超过三楼的好像也有，但是否有室内活动场所就不清楚了。看着他支支吾吾的样子，客户不耐烦地说了句：“算了，你连这个都不清楚，我还是找别人吧。”

就这样，小杨损失了极有可能成交的第一单。其实，滨南那里的几个房源就有两个是符合那位客户要求的，而且那个楼盘师兄之前带他“跑盘”的时候就去过，并向他详细讲解了该楼盘的具体情况，还列了一份资料给他。

同样，对于所掌握的各个小区（楼盘）的详细情况，最好能够制作成表格（如楼盘调查表），以便于记忆和查阅（见表1）。

表1 楼盘调查表

地理位置	片区		方位	
	具体地址		周边建筑	
交通情况	公交线路		地铁	
	城铁		其他	
小区规模	占地面积		总建筑面积	
	容积率		楼间距	
	楼层		朝向	
	电梯		户型结构	
	户型面积			
配套设施	园林		绿化	
	配套		教育	
物业产权	开发商		产权	
	物业管理			
价格行情	售价		租金	
其他情况				
分析评价				

提炼区域卖点

作为专业人士，只了解信息还不够，在掌握了区域以及各个楼盘的具体情况后，还应该懂得分析评价。SWOT分析是目前较为普遍也较为科学的分析方法，就我们房产经纪人来说，最常见的是从strengths（优势）、weaknesses（劣势）两方面进行比较分析。如该区域的优势和劣势，具体某个楼盘的优势和劣势，甚至是各栋楼、各个户型的优势和劣势。

详尽的分析评价，有利于我们在向客户推介房源时趋利避害。对于优点，我们可将其提炼出来，以便日后向客户推介；对于缺点，我

们还必须学会如何化解，简单讲就是应如何向客户解释这些缺点。

此外，价格对于绝大部分客户来说都是很敏感的问题，我们应该十分清楚各个区域、各个楼盘的价格行情和价格走势。这样不但有利于帮助业主了解房源的科学定价，也有利于引导客户的购房选择。

◎ 案例

刘小姐的女儿今年到了入学的年龄，想进市里的实验小学读书。然而现在的小学招生都是划片的，想要进实验小学，就得在该区域内买套房子。刘小姐就近找了家中介，接待她的房地产经纪人告诉她，目前××小区有几套房源，1995年左右兴建的，而且每平方米的价格和其他区域新开盘的楼盘价格差不多。

一听到是老房子，价格还和新楼盘差不多，刘小姐就火了，大声说中介不能这么黑人，欺负她是外乡人，最后不欢而散。那位中介最失败的一点就在于只阐述了基本事实，而没有向刘小姐分析购买该房源的优势。

其实那位中介可以跟刘小姐这么说：买了这里的房子就可以获得入学名额，孩子就有了一个较好的学习环境。而且比邻实验小学，作为市场上炙手可热的“学区房”，房子总是非常抢手根本不愁卖，等孩子长大后升中学，不想住了可以转手把房子一卖，轻松就能赚上一笔不少的钱。

关注宏观市场动态

除了应在微观上了解相关区域和楼盘的情况外，作为房地产经纪人，我们还应该时时关注宏观市场动态，把握市场的脉搏，这样才能为客户提供专业的服务。

► 要多关注城市建设情况，了解城市规划，以便及时对地图进行修正；了解市政设施变化，如公交线路是否变动等。

➤ 平日要多读报纸多看新闻，学习新的专业知识，了解市场动态，如哪个地块以多少钱被哪个开发商获得了，哪个楼盘即将开盘价格是多少，哪个小区即将交房等。

➤ 要密切留意国家相关政策的变化。作为影响民生的一个重要行业，国家总是在通过政策的调整引导房地产健康发展。

➤ ……

◎ 案例

周女士有意在富山片区购买一套房产。根据她的需求，经纪人小王带她看了几套房源，她感觉挺满意的，但一到要签合同的关口她就开始犹豫不决了，因为她总觉得房价短期内应该会跌，想再等等看吧。

小王把这个情况反馈给了店长。店长让小王向客户详细分析了最近的房地产市场情况，并将近期本市土地拍卖会的情况告诉周女士（本次土地拍卖会异常火爆，再次出现“新地王”）。没两天，周女士出手了，她说：“你们分析得有道理，现在CPI涨幅那么高，地价也高涨，看来想跌没那么容易。”

可见，作为房地产经纪人，必须时刻关注市场动态，并有效利用所掌握的市场动态去说服客户，帮助客户做出合适的选择。

和同行多多走动

在中国生活久了，大家常会有这样的体会：“没有关系不行，否则啥事都难办，甚至什么事都办不成！”如果你是新人，最好能多认识些同行，这样才好做事。有句老话是这么说的：“见面三分亲。”如果你多花点时间到附近的中介公司坐坐，和同行聊聊天，不但能了解到更多信息，还能学习到不同的销售技巧，混个脸熟的话，也方便日后的合作。

要知道，在房地产经纪行业中，同行合作是非常普遍的也是非常有效的。一个老的房地产经纪人，由于其积累了较多的人脉资源，通常会拥有更多“合作单”的机会。在有意和同行合作时，房地产经纪人首先想到的是找熟人，这样大家合作起来更轻松便利。

房源客源一个都不能少

房源与客源就像二手房中介的空气，人要靠空气才能生存，二手房中介要靠房源和客源才能生存。可以这么说，房地产经纪人赖以生存的根本就是房源和客源！如果你能够比别人更快一步抢到优质的房源和客源，你就能比别人多一份成交的机会；你能够圈住多少房源和客户，你就有多大的生存空间。

随着房地产市场的火爆，中介行业的竞争也逐渐走向成熟，以前拨拨手指坐在门店里就能等到大笔业务的日子是不会再来了，现在所有的中介公司、房地产经纪人都在绞尽脑汁，使出浑身解数争夺优质的房源和客源。打造自己的信息资源库对提升房地产经纪人的销售业绩有着直接的促进作用。

上门登记

上门登记是房地产经纪人获取房源和客源信息的主要途径，即通过门店吸引客户上门登记房源或者求购房源。这种方法简单易行，成本低，而且上门客通常意向明确，信息更为有效。但是，客户“主动上门”也受一些外在因素的影响，如门店的知名度、地理位置、服务质量等。

1. 知名度

二手房交易牵扯到很多部门和很多的专业知识，而且包含着诸多风险，稍一不小心就可能麻烦不断；而交易的双方（买方和卖方）通