

优势一

务实、高效

优势二

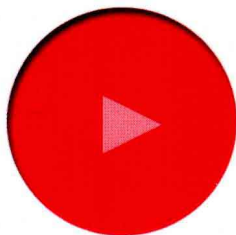
实战情境再现

优势三

融入心理训练

优势四

还有问题解决方案



王珺之/著

推销员实战情景模拟丛书

# 二手房



# 就该这样



问题导入，环环相扣！

二手房实战情境再现，成就王牌中介

**65个**二手房销售情景，  
教你做一个**成功**的中介！



机械工业出版社  
China Machine Press

简单、实用、操作性强的二手房销售技巧

优势一

务实、高效

优势二

实战情境再现

优势三

融入心理训练

优势四

还有问题解决方案



王珺之/著

推销员实战情景模拟丛书

# 二手房 就该这样卖



问题导入，环环相扣！

二手房实战情境再现，成就王牌中介！

65个二手房销售情景，  
教你做一个成功的中介！

 **机械工业出版社**  
CHINA MACHINE PRESS

简单、实用、操作性强的二手房销售技巧

销售业绩的完成与销售技巧和方法是密不可分的，特别是二手房这一特殊的商品，要想取得骄人的业绩，必须从该领域的专业知识和销售技巧学起。怎样才能做好二手房销售呢？本书给出了最为可行的方案。

本书从寻找客户到追踪客户等方面，系统地讲述了二手房销售的专业知识、技巧和方法，包括如何寻找二手房、如何有效地接听电话、如何有礼有节地接待客户以及如何向客户介绍户型和二手房必知的方法等。同时，本书提供了大量具有启发性的实战案例和专家点评，对销售二手房的实践提供了专业性的指导。相信您阅读后一定会受益匪浅！

## 图书在版编目（CIP）数据

二手房就该这样卖 / 王珺之著. —北京：机械工业出版社，2011.6

（推销员实战情景模拟丛书）

ISBN 978-7-111-34676-0

I. ①二… II. ①王… III. ①房地产-市场营销学  
IV. ①F293.35

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2011）第 088447 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：徐永杰 责任编辑：徐永杰 李浩

责任印制：乔宇 版式设计：张文贵

三河市宏达印刷有限公司印刷

2011 年 6 月第 1 版·第 1 次印刷

170mm × 242mm · 13.75 印张 · 1 插页 · 185 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-34676-0

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

门户网：<http://www.cmpbook.com>

销售一部：(010) 68326294

教材网：<http://www.cmpedu.com>

销售二部：(010) 88379649

读者购书热线：(010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

# 前 言

以前说起买房，相信在你的脑海里呈现出来的就是新房，即房地产开发商开发的一手房。然而今天，不少消费者无力承担新房的高额房款，便把目光转向二手房市场，使得二手房需求比重越来越大，市场越来越红火。

随着我国二手房市场的逐渐放开，进入市场的二手房数量不断增加，二手房交易规模也不断扩大。二手房交易相对复杂，所涉及的相关政策较多，其市场体系也处于进一步发育与完善阶段，再加上二手房本身又具有许多不同于新开发房地产商品的特征，使二手房交易环节更多、程序更加复杂，风险也更大。因此，二手房交易大都是通过房地产中介公司和二手房经纪人来完成的。

二手房商品的特性决定了二手房经纪人必须是专业性极强的专业技术人士，必须具备足够的专业知识，才能更完美地撮合买卖双方的交易，让大家都有一个满意的结果。作为二手房经纪人，怎样卖才能达成满意的结果呢？

有人说：“21世纪什么都不缺，就是缺少人才！”面对这样一个充满挑战的行业，从事这个行业的人不仅需要付出激情和努力，更需要具备全面的知识和技巧。作为二手房经纪人，你要做好两件事：第一，把自己锻造成符合公司和客户需求的优秀人才，力求拥有丰富的二手房专业知识，使自己成为专家；第二，掌握能够满足二手房销售任务与客户需求的本领和方法，了解自己所推介房屋的优劣，能有效地接洽客户，准确判断客户的需求，并根据客户的特点进行心理博弈般的推介，从而使客户签约。

说起来容易，做起来难。作为二手房经纪人，你知道如何寻找客户吗？你知道如何推介楼盘的优点吗？你知道如何化解客户的异议吗？如果你不能轻松回答以上问题，那就看《二手房就该这样卖》，它将为你答疑解惑、指点迷津。

《二手房就该这样卖》务实、高效，以解决实际问题为导向，从寻找客户开始到追踪客户系统讲述了二手房销售的知识和技巧。具体内容包括：这样找二手房客户最有效、客户最喜欢的电话接待方式、接待二手房客户的经典要领、向客户介绍户型及楼盘必知的方法、正确应对与克服客户异议的杀手锏、与二手房客户议价与磋商的核心技术以及追踪二手房客户的学问等7个部分。每部分内容又包括理论和实操两部分，理论是在操作中经常运用的基本原理、方法等；实操是实际工作中经常遇到的一些问题，它以实战情景开篇，然后以专家点评、要点提示对二手房销售中遇到的种种问题，给予透彻、详细的分析，随后附以工作禁忌，对工作中需要避免出现的问题给以说明，加以警戒，以备防范。相信，只要你细细品味这其中的一招一式，你会惊喜地发现：这一切其实很简单。

《二手房就该这样卖》是二手房经纪人、主管、店长及经理必备的实战宝典，也是房地产中介公司培训的极佳教材。其语言通俗易懂，方法简单实用，能循序渐进地启发你的思维，引发你的学习兴趣，快速提升你的二手房销售水平，使你迅速成为销售精英。

用心阅读本书，你就可以逐步掌握最关键、最核心的方法与技巧，再加上在实际工作中多加思考、联想和灵活运用，笔者相信，你所推介的房子一定能够卖得出去！

编 者

# 目 录

## 前 言

### 第一章 这样找二手房客户最有效

- 寻找二手房客户的理论基础 / 3
- 问题一：当你做了大量的工作，还是找不到准客户时怎么办？ / 13
- 问题二：找二手房客户，到底有没有最有效的方法可以起到事半功倍的效果？ / 19
- 问题三：寻找二手房客户的渠道有多种，应该注意些什么？ / 22
- 问题四：寻找二手房客户时需要做好哪些准备工作？ / 25
- 问题五：如何从大量的潜在客户中甄别出真正的目标客户？ / 28
- 问题六：如果想与客户保持长期、稳定的联系，应该怎么做？ / 32

### 第二章 客户最喜欢的电话接待方式

- 接听客户电话方式的理论基础 / 37
- 问题一：人们在打电话时可能会有许多猜测，接听电话时怎样才能消除这些猜测？ / 43
- 问题二：接听电话时，怎样才能给客户留下好印象？ / 45
- 问题三：接听电话时，如何赢得客户的积极响应？ / 47
- 问题四：接听电话时，你可能会心不在焉，这时应当怎样调整情绪？ / 49
- 问题五：接听电话时，如何利用声音的魅力吸引客户？ / 51
- 问题六：接听客户的第一次来电时，应如何获取其姓名及电话？ / 54
- 问题七：接听电话时，客户会问很多问题，这时应该怎么办？ / 56
- 问题八：如何在电话中巧妙而快速地了解客户的关键需求？ / 57
- 问题九：接听电话结束时，怎样才能争取到与客户面谈的机会？ / 59

### 第三章 接待二手房客户的经典要领

- 接待客户时的核心理论基础 / 63
- 问题一：迎接客户入门时，如何给客户留下美好的第一印象？ / 68
- 问题二：迎接客户时，用什么方式才能赢得客户的信任？ / 70
- 问题三：接待客户时，什么时候与客户接触才会不显得唐突？ / 71
- 问题四：接待客户时，怎样才能拉近与客户的距离，让其产生宾至如归的感觉？ / 72
- 问题五：当客户站在盘源架前观看时，怎样引导客户入店？ / 74
- 问题六：接待客户时，怎样才能与客户一见如故，避免初次见面时的生硬对话和尴尬场面？ / 75
- 问题七：接待客户时，寒暄几句后不知说什么了，你该怎么办？ / 77
- 问题八：迎接客户入座时，用什么样的小动作可以俘获客户的心？ / 79
- 问题九：如何有礼有据地递上自己的名片，很自然地进行自我介绍？ / 80
- 问题十：接待客户时，客户说是某客户介绍来的，你该怎么办？ / 82

### 第四章 向客户介绍户型及楼盘必知的方法

- 产品推介的核心理论基础 / 87
- 问题一：带客户看楼前，应如何向客户“打预防针”？ / 95
- 问题二：带客户看房时，应该怎样引领客户参观？ / 96
- 问题三：用什么样的方式介绍才能很容易地被客户接受？ / 98
- 问题四：推介房产时，怎样才能吸引客户并激发其强烈兴趣？ / 99
- 问题五：带客户看房时，当客户对装修有异议时你该怎么办？ / 101
- 问题六：如何激发客户的想象力，从而激发其购买欲望？ / 103
- 问题七：如何避重就轻地介绍才能赢得客户的心？ / 104
- 问题八：向客户介绍时，怎样巧妙地介绍户型或楼盘的“缺陷”？ / 106
- 问题九：在进行房屋介绍时，如何调动客户的兴趣点，从而激发其购买欲望？ / 107

- 问题十：楼盘的卖点有很多，如何针对不同类型的客户进行介绍？ / 110
- 问题十一：在向客户介绍时，怎样引导他们意识到你所推介的房屋就是他们所需要的？ / 112
- 问题十二：在带客户看房的过程中，作为经纪人，你应注意些什么？ / 113

## 第五章 正确应对与克服客户异议的杀手锏

- 应对与克服客户异议的理论基础 / 119
- 问题一：在与客户接触的过程中，客户为什么会随时提出异议，甚至是煞费心思地为难你？ / 132
- 问题二：面对客户提出的各种异议，你应该怎样去辨别其真假？ / 134
- 问题三：客户提出异议后，你应怎样克服它并使交易成为可能？ / 136
- 问题四：由于客户自身原因产生异议时，你应该如何应对？ / 138
- 问题五：针对“什么也不说”的客户，你应该如何应对？ / 140
- 问题六：当客户说“再考虑考虑或商量商量”时，你应该如何应对？ / 142
- 问题七：当客户说“我有个朋友也在房地产公司工作”时，你应该如何应对？ / 144
- 问题八：客户的异议有时是“心理”上的疑惑，对此你应该怎么应对？ / 145

## 第六章 与二手房客户议价与磋商的核心技术

- 与二手房客户议价与磋商的理论基础 / 151
- 问题一：与客户议价时，如何控制好客户杀价的心理底线？ / 159
- 问题二：当客户开价过低时，你应该如何谈价？ / 161
- 问题三：与客户议价时，如何拉高客户的出价？ / 163
- 问题四：在你为客户推介前，有些客户会先询问价格，你应该怎么应对？ / 165





- 问题五：在议价时，客户提出有人以“超低价”成交时，  
你应该如何回答？ / 166
- 问题六：与客户议价时，你费尽口舌，客户还是觉得价  
格太高怎么办？ / 168
- 问题七：客户认为价格高而要求优惠时，你应该如何应对？ / 170
- 问题八：客户拿这套房子和以前所看房子的价格进行比较  
时，你应该怎么办？ / 172
- 问题九：在与客户议价时，如何巧妙地运用数字技巧？ / 174
- 问题十：价格谈判过程不宜拖延太长，你应该如何适时结束议价？  
/ 176

## 第七章 追踪二手房客户的学问

- 追踪客户的核心理论基础 / 181
- 问题一：作为二手房经纪人，为什么要追踪客户？ / 187
- 问题二：追踪二手房客户时，客户可能会有抵触情绪，你  
应该如何应对？ / 189
- 问题三：追踪二手房客户时，应该怎样正确面对客户的拒绝？ / 190
- 问题四：追踪二手房客户时，如何寻找跟踪的切入点？ / 192
- 问题五：追踪二手房客户时，如何把握回访客户的时间间隔？ / 194
- 问题六：作为二手房经纪人，应该如何进行电话追踪？ / 195
- 问题七：电话追踪时，应如何做好自我介绍？ / 198
- 问题八：电话追踪时，什么时间更合适？ / 199
- 问题九：电话追踪时，如果联系到的不是客户本人，应该怎么办？  
/ 202
- 问题十：针对不同类型的客户，应该如何追踪？ / 203
- 后记 / 207
- 参考文献 / 208

# 第一章

◎ 这样找二手房客户最有效



## 寻找二手房客户的理论基础

客户是销售之本，没有客户就没有一切。据调查数据表明：怎样寻找客户是销售人员遇到的首要问题，在从事销售工作满一年的销售人员中，80%的失败来自于对客户的搜索不到位。

作为二手房经纪人，只有不断挖掘潜在客户，才能不断创造经纪成果。因此，我们要想成为一名合格的二手房经纪人，就要学会寻找二手房客户的有效方法。

### 一、二手房客户开发的原则

二手房客户与新房客户在开发上有一定的区别。新房客户开发往往是坐门等客居多，而二手房客户开发除了坐门等客以外，还必须主动出击，去寻找客户。同时，二手房客户开发还需要具备寻找房源的本领。二手房客户的开发是从认识客户、服务客户开始的，二手房经纪人通过客户开发，可以和客户取得联系并建立良好的关系，为之后的成交奠定基础；还可以积累客户，不断拓展人脉，使自己拥有较大的客户回馈量。

#### 1. 服务心态

客户就是上帝。作为二手房经纪人，要时刻保持为客户服务的心态。及时、热情地跟客户交流，严格要求自己的言谈举止，将自己既专业又礼貌的一面呈现给客户，千万不要冲撞、嘲笑客户。

#### 2. 赢得尊重

二手房经纪人要正视客户开发这项工作，要知道客户开发工作能给购

房的客户带来便利，并收取一定的佣金，自己和客户的地位是平等的，对客户不卑不亢、大方自然，如此才能赢得客户的尊重和认可。

### 3. “三英尺”原则

所谓的“三英尺”原则，就是指在你周围三英尺范围内的人，都值得你与之谈论你的产品、服务以及生意。事实上，那些由于各种原因走近你的陌生人，都可能是对楼盘有兴趣的人。二手房经纪人应该不放过任何一个机会，从周围的陌生人中开发出准客户。

### 4. 制订计划

凡事预则立，不预则废。二手房经纪人在开发客户前，要制订详细的计划，明确目的，并在开发过程中不断地调整计划和内容，最终达成预期的目标。在面访或者电话拜访客户时，要先想好说辞并明确拜访的目的，这样才能使每次联系都取得一定的成效。

### 5. 经常联络

二手房经纪人要不厌其烦地和客户联系，不管是新客户还是老客户，都需要不断联系，给予他们关心。不间断的联系，一方面可以让客户加深对自己的印象，另一方面还可以巩固自己和客户之间的感情，对促成交易将起到积极的作用。

### 6. 持续开发

二手房的客户开发不是一朝一夕就能完成的，也不是成功开发一个客户就可以一劳永逸的。客户开发需要二手房经纪人能够不断坚持，长久地经营。二手房经纪人要对客户开发保持持续的热情、恒心和耐力。

### 7. 抓住时机

我们进行二手房客户开发的时候，要善于利用有利的时机。一般来说，二手房经纪人在晚上拜访客户成功的概率比较大。客户经过一天的工

作，防御力和抵抗力都到了最低程度，在这个时间，二手房经纪人礼貌而巧妙的拜访，既能轻松地找到购房的客户，又会使成功率大大增加。

## 8. 利用工具

二手房客户开发的工作量很大，二手房经纪人要善于运用各种工具来辅助自己的工作。例如，常常携带纸笔，记录不同客户的需求；还可以借助各种中介软件系统进行自我管理；利用网络、电话等现代科技来搜集客源等等。

## 9. 人际关系

俗话说“一个好汉三个帮”，再厉害的经纪人，在开发客户的时候，也需要别人的帮助。因此，作为二手房经纪人，我们要在日常工作中和店长、同事们搞好关系。这样，当你向店长和其他同事寻求帮助时，就会得到热心的帮助。另外，二手房经纪人还要和客户所在地的工作人员及其身边的亲朋好友搞好关系。这样能获得尽可能多的购房信息，促使更多客户主动上门。

## 二、寻找二手房客户的有效方法

寻找二手房客户的有效方法就是开发有效客户，充分的客源是二手房经纪人业绩的保障。二手房经纪人要开发足够多的客源，除了努力工作外，还需要掌握一些有效的开发客源的方法。

### 1. 门店开发法

门店开发法是指利用所从事的中介门店这一客观资源来开发客户，可以通过在店铺门口张贴宣传页，在门店的橱窗中张贴有吸引力的房源信息等方法，让有需求的客户主动上门。这种方法现在已经被众人认可并使用。

可以说，这种利用门店开发客户的方法是所有客户开发方法中最简单易行的，同时也是成本最低的，效率也相对较高，因为一般主动上门的客户都是在短期内准备购房的客户。

要想让这种方法发挥最大的优势，需要该门店具有较高的知名度、丰富的房源信息以及积极、热情的接待。

## 2. 电话开发法

电话开发法是指二手房经纪人使用电话来开发客户，这是一种较为常用的客户开发法。这种方法不仅可以节省很多时间，还不至于因为陌生拜访令客户感到突兀。不过，在使用电话开发客户的时候，要注意以下几点：

- (1) 打电话前要确认电话号码的准确性，并准备好纸笔作记录。
- (2) 打电话要选择恰当的时机，不要在客户吃饭和休息的时间打。
- (3) 符合使用电话的礼仪，礼貌地告知客户自己的身份，并向客户问好。

如果是通过朋友介绍的，最好向对方表明介绍人是谁，以增加其信任度。

## 3. 广告开发法

广告开发二手房客户，顾名思义，就是利用广告来开发客户的方法。二手房经纪人在运用广告开发客源的时候，可以有多种形式，如报纸广告、广播电视广告、网络广告、展板广告以及经纪人广告等。

广告开发客源的方法具有时效性强、效果直接的特点，成本也相对高一些。为了节约成本、提升广告效果，二手房经纪人要对此深入探索特定地域的市场和特定的客户。

(1) 报纸广告。在报纸成本继续下降的今天，越来越多的房地产中介都选择了用报纸广告开发客户。但是，以经纪人个人名义运用报纸开发客户的还不是很常见，因为个人的财力还不足以支付报纸广告的费用。

如果二手房经纪人个人有足够的财力，在进行报纸广告的时候要力求做到独特、吸引客户，否则你的广告信息将会被淹没在众多中介公司的广告海洋中，收不到很好的成效。

(2) 广播电视广告。广播电视广告常常被中介公司运用，但费用昂贵，单独的经纪人利用广播电视广告来开发客户的相对较少。

(3) 网络广告。伴随着互联网的不断发展，接触互联网的人群也在快速增长，利用网络广告开发客户也成了众多经纪人青睐的方法之一。在利

用网络广告开发客户的时候，需要做到以下几点：①跟报纸广告一样，二手房经纪人在利用网络广告开发客户的时候，要做到独有特色，以吸引客户；另外，还要及时更新广告信息。②在利用网络广告收集客源资料的时候，要勤于记录、勤于分析，做到眼、手、脑并用。③经过分析后，要及时和这些客户取得联系，确保对客户服务的及时性。④在利用网络广告的资源开发客户时，要能确保信息的准确性和完整性。

(4) 展板广告。展板广告相当于二手房经纪人的移动连锁店，是利用广告开发客户的重要方式。在运用展板做广告的时候，二手房经纪人需要掌握以下技巧：①应将展板放在人流较集中的地方，如超市附近、市场附近、车站附近以及小区人口等地。②在利用展板做广告的时候，应保持展板清洁、干净，并且保证展板上所展示的房源纸粘贴平整，及时将褶皱或者不干净的房源纸换掉。③要保证展板上房源纸中的房源内容清晰，房源纸的排列要有一定的规律性，便于客户比较。④在做展板广告时，还要准备一个工具包，里面放着自己的名片、纸笔，如果有客户走近展板观看房源时，经纪人要及时、礼貌地同客户打招呼，热情、专业地解答客户的问题，并递出自己的名片或者留下客户的联系方式，便于以后的跟踪和服务。另外，二手房经纪人还可以根据实际需要配备展业椅、展业桌以及遮阳伞等。⑤在做展板广告时，不要轻易离开展板，如果有急事必须离开时，也要请其他同事帮忙在展板前值班。

(5) 经纪人广告。经纪人广告是指二手房经纪人通过给经纪人自己做广告来开发客户。提高自己的知名度，将自己成功地推销出去，这样就会有许多的客户主动和自己取得联系。二手房经纪人在给自己做广告的时候，要掌握以下两个技巧：①名片是一个人最好的广告，你要给自己印制一盒能体现自身特点的名片，让更多的人知道你是从事二手房经纪人行业的，告诉大家你能为大家提供的服务和帮助。还可以将名片做成书签形式的，这样可以让你名片的人时常用到，不断加深对你的印象。②二手房经纪人还可以自己制作或者定做一些精美的卡片，在节假日邮寄给那些你准备开发的客户，这样既能够给他们一个惊喜，又能够很好地宣传自己，为自己做广告。



#### 4. 讲座开发客户

所谓讲座开发客户，就是指通过举办房地产相关讲座来向社会中特定的团体或人群介绍购房时应该关注的问题等，并借此来开发客源。一场成功的讲座，一方面可以培养客户对经纪人专业服务的信任，另一方面还能够潜在客户群中传播房地产信息和知识，减少未来客户在交易过程中的难度。

#### 5. 人脉开发法

人脉开发法是客户开发方法中不容忽视的一种方法，这种方法是以二手房经纪人的亲朋好友为基础而开发客户的方法。该方法不受时间、地点的限制。

每个人的日常生活都不会在隔绝状态下进行，由于先天的血缘关系和后天的经历认识了一大批人。请记住，所有这些你认识的人都是你的资源，你完全可以利用这些资源去发掘你的潜在客户。其中很可能有人是需要购房的，即使今天不需要购房，明天、后天也会购房；即使他们不购房，他们的亲朋好友也有要购房的。只要经纪人能合理地运用自己的人际关系，就一定能开发到满意的客源。

#### 6. 房展会开发法

二手房经纪人要学会利用房展会来开发客户，房展会上不但人流量大，而且目标客户也比较确定，是二手房经纪人费时短、开发量大的一种方法。为了开发到更多的客户，参加房展会时，要做到以下几点：

(1) 保持专业的形象，给客户留下良好的印象。

(2) 对要重点推荐的房源熟记于心，详尽地为客户介绍房源，并根据客户的需求急迫程度，尽可能促成带看。

(3) 不要只在本公司的参展位置不动，一旦观察到目标客户后，二手房经纪人可以离开本公司的参展位置追踪客户，但前提是本公司的参展位置前有其他的同事照应。

(4) 在房展会结束以后，二手房经纪人要及时和目标客户沟通，取得