

中经行业培训



“售罄”微信营销版

地 产 精 英 实 战 系 列 丛 书

售罄

III

售楼冠军微信营销全解密

邓小华 林永青◎著

“互联网+”时代，售罄商学院最受欢迎的地产销售课程

不管你是业内“老猫”还是“新兵蛋子”，
谁先读到此书，谁先“玩赚”地产营销！

继《售罄Ⅰ》《售罄Ⅱ》席卷地产界5年之后，
地产营销教父的又一力作《售罄Ⅲ》强势出击！
《售罄Ⅰ》《售罄Ⅱ》已让数百万地产人士收获连绵不绝的签单惊喜，
《售罄Ⅲ》将签单效率再提升20倍！
数百位房地产公司老总及行业精英联袂推荐！共掀“售罄”风暴！



CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

地 产 精 英 实 战 系 列 丛 书

售罄^{III}

售楼冠军微信营销全解密

邓小华 林永青◎著

售罄[®] 微信营销版



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

售罄Ⅲ：售楼冠军微信营销全解密/邓小华，林永青著.

北京：中国经济出版社，2015.9

ISBN 978-7-5136-3852-4

I. ①售… II. ①邓… ②林… III. ①房地产—销售—技术培训—教材
IV. ①F293.35

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 148542 号

责任编辑 葛 晶

责任审读 贺 静

责任印制 马小宾

封面设计 任燕飞装帧设计工作室

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京科信印刷有限公司

经销者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 13

字 数 181 千字

版 次 2015 年 9 月第 1 版

印 次 2015 年 9 月第 1 次

定 价 39.80 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题，请与本社发行中心联系调换(联系电话:010-68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010-68359418 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话: 12390)

服务热线: 010-68344225 88386794

众多房地产公司老总、行业精英联袂推荐！ 共掀“售罄”风暴！

为重新定义中国房地产经纪人职业地位一起努力！

——Q房网集团董事长 梁文华

《售罄Ⅲ》是移动互联时代房地产经纪人的营销法宝、作业利器！

——南昌中环地产董事长 刘持海

房地产经纪人用微信到底能做什么？如果你只是一味地向客户传达信息，那就大错特错了。本书用一个个鲜活的实例为你揭开微信营销的秘诀，带你走向微信营销高手晋升之路。本书有很强的实战性和前瞻性。

——上海太平洋房屋 杨彬

《售罄Ⅲ》是中国房地产中介员工最爱且必读之书，非常感谢中房地产中介培训教父邓小华老师指引我们前进，帮助我们成长。

——株洲市中伟房地产经纪有限公司、株洲市中游
房地产代理有限公司董事长 游伟

信息和服务是房地产经纪行业存在和发展的根本理由和核心产品。服务是房地产经纪行业不论风云变幻都无法省略的基础，就像少林功夫中的“扎马步”，没有捷径可言。而信息获取和利用渠道的选择与能力的练就，在“互联网+”的时代背景下，已经不仅仅关系到房地产经纪企业的发展快慢，更决定着房地产经纪企业的生死存亡。

时势造英雄，邓老师顺势而为，结合房地产经纪行业的特点和互联网的发展，特别是移动互联网的特点及其对行业的影响，推出了《售罄Ⅲ》。本书延续了邓氏著作的一贯风格——实用、具体、生动，同时为广大房地产经纪从业人员如何面对、理解、使用和优化移动互联网，使其为我所用提供了大量的思路和方法，值得大家认真学习。

——重庆广积粮、中国房价网总经理 王凯

邓老师的新书《售罄Ⅲ》，通俗易懂，实战性超强，是看了就能用，用了就能产生业绩的地产行业“神器”！

——南宁贵人置业董事总经理 李柏晓

在“互联网+”时代，人们低头之间，俨然机遇无限，让我们立足微信热点，再续《售罄》传奇！

——珠海华发房地产代理有限公司执行董事 黄坚德

无论是邓老师的培训，还是他的图书都非常接地气，具有很强的实战性。从《房地产热销有绝招》到《售罄Ⅰ》和《售罄Ⅱ》，都是儒房地产5000门店员工的必备教材。相信《售罄Ⅲ》将会再度成为行业标杆，让房地产经纪人们轻松拥抱新时代。

——山东儒房融科网络科技有限公司董事长 李 振

很庆幸我们这个时代的经纪人见证了此番互联网对于传统行业的颠覆性变革，在这个不断提升企业服务意识的时代，对于本书的学习将帮助困惑中的企业发现商机。

——成都宏洋房地产经纪有限公司 刘 杨

这是一本贴近市场，贴近中介行业，令房地产经纪行业提升无限档次及效益的书。邓老师不愧是房地产中介行业领军导师。

——佛山市顺德天之龙地产副总经理 李超棠

互联网改变了我们的生活，也同时改变了房地产中介行业的发展模式。毋庸置疑，在信息瞬变的时代，思路将改变出路！如何在房地产中介行业进行升级蜕变，我们需要静下心来累积更多的专业知识。邓小华老师倾力撰写的《售罄Ⅲ》深入浅出的阐述和细致明晰的专业分析，确实让行业内的伙伴们受益良多！

——广东省江门市东骏地产总经理 林英华

悉闻邓小华老师的《售罄Ⅲ》即将出版，在此，我祝愿此书像《售罄Ⅰ》《售罄Ⅱ》那样深受国内外房地产经纪人的热捧。他对房地产销售各

个环节分析得非常透彻，具有很强的实战和指导意义。同时，邓老师也是房地产经纪行业中最专业的讲师之一。本人也亲自组织公司员工参加过邓小华老师的培训课程，受益匪浅。本人将一如既往地支持邓小华老师，倾力推荐《售罄Ⅲ》！

——南通红峰房地产代理有限公司董事长 邢亚峰

邓小华老师是我最敬重的老师之一，跟老师结缘是十多年前的事了，十几年风雨，邓老师风采不变，敬业不变，认真执着不变，我佩服！邓老师用一贯的敬业精神一直坚守在这个岗位上，推动了中国房地产的发展。多年来，中国二手房房地产市场的繁荣和规范以及经纪人的成长和进步，邓老师功不可没！邓老师所著的《售罄Ⅰ》《售罄Ⅱ》及《售罄Ⅲ》等书籍是帮助房地产经纪人成长的宝典，每一个房地产经纪人都要认真学习。

——广州市祈安地产代理有限公司 谢颖仪

从《功夫店长》《赢在店长》到《区域突围》，多次参加了邓小华老师的培训课程。《售罄Ⅰ》和《售罄Ⅱ》伴随了我的整个职业生涯，直至今日创业。《售罄》是我们公司全体经纪人必读的职业教材。在此移动互联网呼风唤雨之时，邓小华老师又为我们一线员工带来期待已久的《售罄Ⅲ：售楼冠军微信营销全解密》。本书一定会成为所有经纪人提升业绩、企业快速发展的好助手！

——哈尔滨海富房地产经纪有限公司 魏 岩

请不要在空降兵时代还孜孜不倦地学习骑兵技巧。移动互联网时代，就要学习《售罄Ⅲ：售楼冠军微信营销全解密》

——西安楼市通董事长 李 涛

由于机缘巧合认识奥锐赵敏，由她推荐学习了邓小华老师的“售罄”系列丛书。这套书开阔了我们房地产直营连锁企业的发展思路，并为我们指明了方向，对公司中高层管理层的意识提升、管理方法的灵活运用有很大的帮助。与此同时，也对一线销售员的销售方法和思路有着创新性的

引导和开发作用。

——昆山理想家园房地产咨询有限公司总经理 华 锐

“不积跬步，无以至千里，不积小流，无以成江海”，《售罄》把经纪工作描述的生动、易懂、系统，学习本书让售楼工作变得事半功倍。

——南京高业房产经纪有限公司总经理 赵秀琴

邓老师的课听了不少次，其大作看了以后，收获良多。《售罄Ⅲ》是一线房地产经纪人值得用心学习并收藏的销售实战教材。

——西安金爵房地产代理有限公司 刘宗元

很多经纪人和管理者对《售罄Ⅰ》和《售罄Ⅱ》学习后，将其运用到了实际工作中，收到了非常好的效果。在新的市场环境下，希望房地产同行们在《售罄Ⅲ》中寻找新的知识点，应对当下工作中遇到的困难与问题，通过努力创造房地产经纪行业新的辉煌。

——沈阳森众志诚房产经纪公司 吴世楠

邓小华老师讲课很有激情，其课程理论与实战完美结合，实操性极强，很好地总结了二手房销售环节的各种细节问题，并对行业普遍存在的问题给予了专门性的解决方案，对二手房经纪企业有一定的思路性指导。《售罄Ⅲ》将成为房地产经纪人的开单制胜法宝。也希望邓小华老师的售罄商学院能服务全国所有的房地产经纪机构，促使行业健康良性发展。

——哈尔滨金皓房地产经纪有限公司总经理 何春亮

一流的经纪公司有一流的培训体系，2015年我们虽然处在竞争的劣势之中，却有机会运用售罄商学院从讲到看、从探讨到复制、从摸索到改进的一流培训体系，在这种情况下，就算行业老大闹得再凶，你还怕吗？

——中山市华振地产 梁观武

邓老师的《售罄Ⅰ》和《售罄Ⅱ》我一直都在追阅，它们收录了房地

产行业从业的精髓，简单易懂，实用性强！期待《售罄Ⅲ》有更大的惊喜！

——厦门山林风房地产行销代理有限公司 余冬霞

行业因售罄而灿烂，行业因售罄而精彩，行业更以邓老师的卓越贡献为骄傲！

——内江博馨地产 张 蕾

房地产销售的书籍大多空洞乏味，邓老师的《售罄》将讲授专业知识的书写得生动、耐看，却又不乏味，实战性极强，值得用心学习。

——西昌中信房产 赖云宏

买房是家的开始，读《售罄Ⅲ》是卖房的开始，“售罄”系列丛书是房地产经纪人的必读书籍。

——新疆鑫德基业房地产总经理 王博文

邓小华老师是我走遍中国 100 多个城市，花了 160 多万元学费以后，见到的唯一一位房地产中介行业的地产中介教父。邓老师的课程及其“售罄”系列地产丛书覆盖面广，有方法、有标准、可执行、可复制，是绝对值得我们每一位房地产经纪人和中介老板学习的范本！

——温州功铭地产董事长 张电电

“互联网+”是一个时代的趋势，运用互联网手段进行房地产销售也是每一个经纪人必须掌握的要领，《售罄Ⅲ》是让公司提升业绩的智慧宝典。

——连云港新港城地产 李云峰

拥抱互联网，品读《售罄Ⅲ》；微信售楼全解密，在“微”机中爆发，圆你冠军梦！

——东莞品位一品置地产经纪集团总经理 连安源

人类因梦想而伟大。书籍是人类进步的阶梯。《售罄Ⅲ》将帮助地产

人找到实现梦想的正确方向坐标。

——四川宏运达房产董事长 黄 平

《售罄Ⅲ》不仅仅可以解决房地产销售中遇到的难题，还能帮助经纪人悟出销售的真谛。它是房地产经纪行业的《九阴真经》。

——湖北风驰天下房地产经纪有限公司董事长、襄阳市樊城区
工商联副主席、襄阳市房地产中介行业协会副会长 刘红俊

如果说邓小华老师的《售罄Ⅰ》是源于他18年的行业经验积累出来的优秀售楼法，那么，《售罄Ⅱ》就是解剖销售成交心理学的成功秘诀。时至今日，如果我们依旧想在行业中领跑，那就要跟得上“微时代”的发展步伐，《售罄Ⅲ：售楼冠军微信营销全解密》是行业中的唯一力作。抓住新机遇，你没有理由错过！

——天津鼎盛亿嘉地产总经理 李红梅

“售罄”系列丛书是房地产行业的地标性力作，为房地产人指明了方向，更是我们隆源人培训的标准，《售罄Ⅲ》更是加入了独特的销售理念，让房地产人在谈笑风生间就可以轻松签单。

——大庆隆源房地产中介服务有限公司 张晓梅

一个行业光靠身口相传只能称之为行当，之所以称之为行业，是要有一套系统化的易学易懂又易用的理论基础来支撑引导。邓小华老师的“售罄”系列丛书是一套非常难得的经典之作，理论与实战兼具，在夯实了我们这个行业理论基础的同时，也推动了行业快速健康的发展。

——黑龙江家世纪地产 李 瑛

邓小华老师是一位实战型导师，《售罄Ⅰ》和《售罄Ⅱ》一直伴随着我从基层走向高层，公司的发展与成功离不开邓小华老师的悉心指导，非常期待新书《售罄Ⅲ》的再次爆发。

——随州家兴房地产总经理 肖银辉

“读万卷书，行万里路”，“售罄”系列丛书收录了近百位销售精英的

智慧，值得学习。《售罄》在手，开单必有。

——温州巨信地产总经理 闫贻恒

《售罄》已经成为房地产行业的经典培训用书，其收录了众多地产精英的实战心得，整套书获得了无数地产经纪人的肯定，是一部值得收进囊中的地产销售宝典！

——龙城地产总经理 吴泽财

把握时代发展趋势，以超前智慧引领房地产销售新思维。《售罄Ⅲ》是房地产经纪业生存与发展的宝典

——徐州第一房屋董事长 于 健

这本书没看会后悔！看了也会后悔！没看——当移动互联网变得更普遍、更重要时，你一定后悔当初没有去阅读此书；看了——你一定后悔没有更早看到这本书，让自己的公司更早地走在互联网营销的前沿。

——义乌坐标不动产总经理 方 星

过去十年，各种互联网端口提供商、传统媒体等影响着我们的房产销售；如今，微信营销为房产销售插上了飞跃的翅膀。自媒体时代，动动手指将让我们的销售变得更加容易和高效。

——四川鲁昂房地产营销策划有限公司 徐勇均

本书与时俱进，是互联网思维的进一步实践成果，将为行业改革、发展、创新提供巨大帮助，是一本好书！

——惠州市家世界置业总经理 李德新

邓小华老师对中国房地产中介行业的贡献是巨大的，他始终研究行业的发展趋势，研究行业成功的关键，并无私的传播。我们的员工和干部上了邓老师的课后变化非常大，谢谢邓小华老师！

——湖南嘉业地产董事长 张拥军

三尺讲台、三寸舌、三寸笔、三千桃李，十年树木，十载风，十载

雨，十万栋梁！《售罄Ⅲ》就是这样一位地产中介行业好老师的力作！

——上海启轩房地产投资管理有限公司总经理 孙利新

《售罄Ⅲ》很有实战意义，有情商、有魅力，从更加新颖的角度将博大精深的销售艺术细致入微地展现在我们面前，值得认真体会。

——苏州天扬集团董事长 韩丽华

继《售罄Ⅰ》和《售罄Ⅱ》之后，邓小华老师又与时俱进地撰写了《售罄Ⅲ》，非常期待《售罄Ⅲ》能够给我们这些迷茫的人，特别是房地产中介机构和房地产经纪人答疑解惑，运用微营销的手段和方法来达到高效营销的效果。

——长春市协力房地产代理有限公司总经理 李茂玉

听过好多房地产经纪行业的培训课程，我认为邓小华老师是行业内少有的优秀讲师，课程实用性、可落地性强，覆盖面广。同时邓老师对中小经纪公司发展的见解和推动作用不可小觑。知悉《售罄Ⅲ》出版，祝愿此书在“互联网+”的新形势下能够给房地产经纪业带来新的增长动力！

——呼和浩特正邦地产总经理 李永光



移动时代，售楼无微不至

这是新的一天，上班路上，我打开微信刷朋友圈，看到昨晚王先生5岁的儿子过生日的照片，我主动点赞并评论。王先生回复说准备让儿子上小学，正在了解本市哪个小学比较好。于是，我发了一条本市学区信息的链接给他，我们之间的聊天就此开始。

这是新的一天，上午，我在门店用微信搜索附近的人，添加了旁边小区张女士的微信。浏览她的朋友圈我得知张女士是某化妆品公司的副总经理。其另一则朋友圈信息显示，她看上了一套105平方米的三居室，但拿不定主意，请朋友给意见。我立即中肯评价，并给她推荐了一套更有品位的三居室。

这是新的一天，我昨天约的客户10点钟看房，我再一次分享了见面的地理位置给她。在等待客户的过程中，有客户看到朋友圈的房源信息向我咨询了解，于是我发了一个房源实景的小视频给他。

这是新的一天，我们还是继续深耕商圈，但现在的我只需一部手机就足够了。无论是从开发房源到跟进业主，还是从责任楼盘维护到商圈服务，微信给我的售楼工作带来了更多的便利及优质体验。比如，我可以通过微信利用碎片时间来学习，提升自身的房地产销售专业技能，同时，也可以关注类似“中国房地产培训中心”等公

众号和订阅号，浏览房地产时事新闻，增加与客户交流的话题。不知不觉中，微信成了我们的一种生活方式和工作方式。

在移动互联网时代，微信给我们的售楼工作带来了无数的机会和可能。房地产销售人员可以在微信上完成从前期的开发客源、房源，到后期的客户管理、服务，以及提升约客带看体验、老客户维护水平等售楼工作。房地产销售人员要做的就是让目标客户成为自己的微信粉丝，通过不断的沟通互动，增强客户对自己的信任感，从而提高客户对自己的黏度。

本书的编写是基于微信在售楼工作中的运用，旨在手把手教会房地产销售人员利用微信开发房源、客源，直至最终成交。本书内容涵盖了房地产销售人员微信使用实操指南、二维码推广营销；利用公众平台打造免费的售楼平台，让房地产销售人员把门店开到客户的手机里；撰写微营销房源广告标题等。

基于庞大的用户群体和投放精准等优势，微信已经成为当前最快速、最精准、最有效的房地产营销推广渠道之一。在这样一个微信的时代，希望房地产销售人员都能够通过微信创造更好的售楼业绩，提高收入，进而实现理想的人生目标。

本书能够顺利呈现在读者面前，要特别感谢邓小华老师和奥锐公司的鼎力支持，还有王黛红、林惠玲、龙雁冰、梁伟荣、张文艳、陈伟、缪锡丽、车云扬、林雪霞、卢玉婷、王大治、潘嫚依、孙伟、罗武、陈忠文、陈浩钺、陈志强等同志也都参与了文稿的整理和校对工作，在此一并向他们表示衷心的感谢！

林永青

2015年1月



第一章 全面解读微信在售楼中的应用

一、利用微信营销的 13 把飞刀 / 4

- (一) 扫一扫，扫出买楼好客户 / 4
- (二) 微群营销，快速储备客户 / 5
- (三) QQ 绑定，让开发客户的圈子倍增 / 8
- (四) 附近的人，客户就在附近 / 10
- (五) 摇一摇，原来客户可以这样摇出来 / 12
- (六) 漂流瓶，客户可能随时漂出来 / 14
- (七) 微信语音，轻松穿越客户沟通屏障 / 17
- (八) 群发助手，轻松维护客户 / 18
- (九) 视频聊天，卖楼玩的就是体验 / 20
- (十) QQ 邮箱提醒，卖楼也可以润物细无声 / 21
- (十一) 位置分享，卖楼约会就是这么简单 / 23
- (十二) 微视频，瞬间突破你的带看时空限制 / 24
- (十三) 文件传输助手，让手机变成售楼战斗机 / 26

二、利用微信服务客户的 18 个秘诀 / 28

- (一) 朋友圈封面，对客户进行营销的黄金广告牌 / 28

- (二) 朋友圈营销, 发布房源的标准流程和技巧 / 29
- (三) 朋友圈视频, 让你的房源广告动起来 / 32
- (四) 与微博、QQ 空间同步, 推广房源从此变得更简单 / 34
- (五) 评论, 让楼盘信息全部展现在客户眼前 / 34
- (六) 收藏, 打造服务于客户的素材仓库 / 35
- (七) 标签, 实现客户 ABC 管理秘密武器 / 39
- (八) 聊天背景, 3 秒钟俘获客户芳心 / 41
- (九) 好友分组, 房源营销变得如此精准 / 43
- (十) 聊天记录保存, 好记性不如烂手机 / 45
- (十一) 祝福表情, 让客户也疯狂 / 46
- (十二) 隐私设置, 你在不经意间拒绝了客户 / 46
- (十三) 第三方平台, 开发及维护客户的重型武器 / 47
- (十四) 原图, 让房源照片亮瞎客户的眼 / 49
- (十五) 群置顶, 让业绩也置顶 / 49
- (十六) 有人@ 你, 个性化关怀客户需求 / 50
- (十七) 信息删除, 截杀潜伏朋友圈的同行 / 50
- (十八) 拉黑, 让我们安全潜伏到对手朋友圈 / 51

三、微信售楼的 19 个应用小技巧 / 52

- (一) 微信字体, 没有最大, 只有更大 / 52
- (二) 利用苹果手机微信上的“附近的人”查找不到“我”怎么办 / 52
- (三) 如何查看当前微信会话总数与上传聊天记录 / 53
- (四) 如何同步微信聊天记录 / 53
- (五) 如何查找聊天记录 / 54
- (六) 如何关闭公众账号推送消息 / 54
- (七) 如何撤回消息 / 55
- (八) 如何设置微信独立密码, 防止客户资料泄露 / 55
- (九) 如何开启夜间免打扰模式 / 56

(十)	如何给昵称添加表情 / 56
(十一)	如何取消正在进行的语音发送 / 57
(十二)	如何隐藏已发布的图片 / 57
(十三)	如何找到客户发的语音 / 58
(十四)	微信消耗流量如何 / 58
(十五)	如何自定义群名字 / 58
(十六)	全屏阅读，轻松与客户沟通 / 59
(十七)	不想打字，说说话一秒变文字 / 59
(十八)	关闭群消息提醒，专注工作 / 60
(十九)	如何删除不愉快的微信聊天记录，快乐工作 / 61
四、	微信粉丝类型及应对粉丝的技巧 / 61
(一)	用相对比较随和的生活照做头像 / 62
(二)	用端庄正式的证件照做头像 / 62
(三)	用经软件处理过的艺术照或可爱照做头像 / 62
(四)	用远距离不太清晰的全身照做头像 / 62
(五)	用非常规角度自拍照或超级特写做头像 / 63
(六)	用童年照片做头像 / 63
(七)	用家人的照片做头像 / 63
(八)	用男女朋友的照片做头像 / 63
(九)	用婴儿照片做头像 / 63
(十)	用帅哥靓女照片做头像 / 64
(十一)	用偶像或伟人照片做头像 / 64
(十二)	用生性懒散的动物做头像 / 64
(十三)	用宠物猫或壁纸做头像 / 64
(十四)	用飞鸟或雄鹰做头像 / 65
(十五)	用狗做头像 / 65
(十六)	用老虎、狮子做头像 / 66
(十七)	用风景美图做头像 / 66

- (十八) 用卡通图片做头像 / 66
- (十九) 用激励文字、企业图标或产品图片做头像 / 66
- (二十) 用参加各种活动的照片做头像 / 67
- (二十一) 用恐怖图像做头像 / 67
- (二十二) 用搞笑或娱乐图片做头像 / 67

五、微信售楼实战案例 / 68

- (一) 微信售楼，一天成交 3 套是如何做到的 / 68
- (二) 微信售楼，签约总额 1000 万元 / 68
- (三) 微信售楼，两个月成交 4 单 / 70

第二章 有效增加粉丝数量的策略

一、二维码营销 / 76

- (一) 售楼过程中常用的 21 种二维码推广渠道 / 76
- (二) 吸引客户扫描二维码的 16 个策略 / 80

二、批量导入粉丝的 3 个方法 / 81

三、如何跨界整合线下资源提升推广效率 / 83

第三章 房地产微营销运营策略

一、房地产微营销的专业素养 / 87

- (一) 微营销提升售楼业绩的 3 个步骤 / 87
- (二) 高效能房产经纪人微营销的 5 个习惯 / 87
- (三) 微信运营者的 8 个专业素养 / 88

二、房地产销售微信群运营策略与措施 / 91

- (一) 房地产销售微信运营策略 / 91
- (二) 房地产销售微信运营措施 / 92