

联合
推荐

广东省房地产业协会
北师大珠海分校不动产学院
搜房网·广州(www.soufun.com)

圈子人
实战地产
系列丛书

售楼秘籍

美林基业集团 主编
邓小华 张驰 左农 著

- 一年多时间深入走访研究，广、深两地20余位楼盘销售冠军的成功之道，首次全面披露房地产销售的经典必杀技
- 近百场“临床试验性”培训证实：巅峰绝技可随意复制
- 地产疯狂销售100招，大量翔实一线案例，助您迅速晋升一流高手的行列

策划：广州天呈文化传播有限公司 支持：凌峻地产（中国）有限公司

广东旅游出版社

中国第一部探索

复制地产销售冠军的实战力著

图书在版编目 (CIP) 数据

售罄/邓小华, 张驰, 左农著,
—广州: 广东旅游出版社, 2006. 12
ISBN 7-80653-831-3

I. 售… II. ①邓… ②张… ③左… III. 房地产
—市场营销学—中国 IV. F299.233.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第125524号

总 策 划: 沈志伟
责任编辑: 刘志松 (songlau20022002@yahoo.com.cn)

出版 发行 印刷 开本 印张 字数 版次 印次 书号 定价	广东旅游出版社 (广州市中山一路30号之一) 广州市人杰彩印厂 (广州天河区长湴白沙水路61号) 787X1092毫米 1/16 19.5 310千字 2007年1月第1版第1次印刷 2008年3月第2版第4次印刷 ISBN 7-80653-831-3 88.00元
--	--

如发现印准确质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

邮购地址: 广州市中山一路30号之一

电话: 020-83791927/83780819 邮编510600

· 版权所有 翻印必究 ·



你一个月能 卖出几套楼

为什么？

→ 为什么有人可以连续三年平均每天卖一幢房子？

→ 为什么有人可以在1天之内完成全年的销售额定指标呢？

到底这些销售冠军们有些 什么特质呢？

为什么有些人的售楼业绩比你
你好一倍、两
倍，甚至十倍、百
倍？

难道？

- 难道他们有比你聪明一倍、两倍，甚至十倍、百倍吗？
- 假如不是，难道他们有比你努力一倍、两倍，甚至十倍、百倍吗？
- 假如也不是，那为什么他们的业绩会比你高这么多呢？
- 也许你并没有做错任何事，但你想不想了解他们这些人做对了什么？

一年多时间深入走访研究，广、深两地20
余位楼盘销售冠军的成功之道，首次全面
披露房地产销售的经典必杀技
近百场“临床实验性”培训证实：巅峰绝
技可随意复制
地产疯狂销售100招，大量翔实一线案例，
助你迅速晋升至一流高手的行列

**站在冠军
肩膀上
成为冠军**

中国第一部探索复制地产销售冠军的实战力著

反映热烈、好评如潮！

《售罄》是销售的终极结果，如何达成目标？此书从心态到技巧都提炼了广、深两地销售冠军们的经验之谈，并通过大量一线案例进行深入浅出的分析、总结，可谓拳拳到肉，此书值得在业界推广。

北京美好愿景集团总裁：欧阳忠凯

从实战的角度看，《售罄》一书将房地产销售的心法演绎得出神入化，尤其对销售过程中每个细节的关注，整套流程的把控，使人读后受益颇多。

众帆携成房地产咨询有限公司董事副总经理：王健

房地产营销人员首先要从产品价值分析入手，深刻领悟价值内涵；其次对社会人文了解把握；再次把握顾客消费心理，把握好营销过程每个环节。该书从房地产营销实战出发，提供了丰富、实战的销售技巧，是值得从业人员细读的一本好书。

广电房地产开发集团总裁：张柏龙

销售的核心是“人”，对人性的尊重与洞察，与人的和谐沟通，为人的品格、修为。而这些在本书中都有生动的体现。

广州方圆地产顾问有限公司副总经理：颜志科

这是一本迈向房地产巅峰销售的必读丛书。

《南方日报·南方楼市》采访室主任记者：黄博华

这是一部从实战中来到实战中去的楼市新作，凝聚了作者多年的经验和心血，值得参阅！

保利房地产（集团）有限公司营销中心总经理：胡在新

“销售执行力是我们房地产开发企业考察（选择）销售团队的核心内容，《售罄》精心总结提炼的实战销售技巧相信对业内人员一定会有所裨益。尽信书不如无书，将销售冠军成功之道消化吸收为己所用，相信你一定可以做到”。

广州嘉达实业有限公司副总经理：康松

实战性很强的一本地产销售专著，注定要《售罄》的一本书。

广州瑞地机构总裁：方志华

中国第一部探索复制地产销售冠军的实战力著

反映热烈、好评如潮！

这本书的阅读价值极高，作者从售楼人员的心态激励到从业准备从第一次接触顾客到谈价，从缔结成交到服务转介绍等各个环节都提供许多实战技巧，是一本难得的好书。

东方是业（香港）投资有限公司

珠江创建房地产开发有限公司董事长：瞿启云

房地产的竞争最后演变成销售执行力的竞争，《售罄》一书是打破行业门户之见，作者心血结晶的地产销售力作！是一本有价值的书。

三明国际（中国）商业策划代理公司总裁：胡 辉

《售罄》的最大特色在于摒弃了教条主义，是一本源于实战，高于实战的工具书。

江苏新城房产股份有限公司副总经理：闵远松

本人阅贴无数，此贴最牛，我还真没见过有象复制地产销售冠军这样提供这么丰富、实战的销售心态和技巧的帖子，楼主真是室外高人啊，非常不错，我狂顶。

行业网站房策天下网友：大隐于市

分享业界精英经验，从业人员必看读本。

东莞市房地产中介协会秘书长：李浩谋

这是一本有助于房产销售人员技能提升的好书。针对销售过程中的不同阶段，本书均提供丰富的实操案例，并对销售理论与实践深入浅出地进行了阐述。将快速大幅提升从业人士的销售业绩。

21世纪不动产湘隆公司总经理：邹华勇

《售罄》能十分有效地帮你冲破房地产销售成交障碍

搜房网二手房租房集团广州公司副总经理：陈大椿

邓老师的培训曾让我的团队销售业绩一路狂飙，而作为其房地产销售思想精髓的《售罄》一书定能助你在售楼事业上突飞猛进。

广州房友房地产代理有限公司总经理：穆智勇

攀登巅峰的良师益友

■ 金贻国（教授，副院长） 2006.10.29.于北师大珠海分校不动产学院

最近，拜读了邓小华和张驰、左农的大作《售罄》，深感是一本全面、系统总结实践经验并处处闪耀着唯物辩证思想智慧的好书。特向业界推荐，相信会成为朋友们攀登事业巅峰的良师益友。

人们都渴望成功，成功就是向着自己选定的崇高目标，不懈地攀登，直至光辉的顶点。毫无疑问，房地产业是一座千千万万有志者正在奋力攀登的事业高峰之一。这当然是因为房地产业是社会财富不断积累的庞大容器，对任何国家经济发展和社会各界都有着极其的重要性、广泛性、综合性和特殊性。广义的房地产是不动产，包括全部土地及其之上的建筑物、构筑物和附着物。不可移动且资产数量特别巨大，是不动产的突出特点。在我国现行法律制度下，在加快建立社会主义市场经济体制的同时，对不动产是以行政管理为主导，产权管理为核心，法律调整为主要手段。

难怪有人说，整个社会几乎都是围绕不动产而展开的。

房地产销售，是房地产业这座巅峰上最重要的制高点之一。任何房地产开发公司老总，依法取得项目的国有土地使用权之后，精心组织的一切生产经营活动，几乎都是围绕顺利实现销售目标而展开的。销售理想，兴高采烈；销售受挫，坐卧不安。

至于对已成为重要组成部分的二手房市场，房地产销售更是其自始至终的核心业务了。客观地讲，无论一手新房，还是二手租售，要想顺利实现理想的销售业绩，谈何容易？销售是什么？是最大限度的满足客户的需求。购买房地产商品的客户需求是什么？记得我曾试图将非常复杂的房地产问题简单概括为：产权合法、质量达标、面积准确、按时交楼、兑现承诺、收费合理、及时办证、物管周到。任何购房者，只有当他对上述八个方面都毫不含糊地得到可以信赖和满意的承诺时，才会确定自己的购买意向，达成交易。上述八个方面，既是对开发企业最重要的、必需达到的基本要求，同时也在实现销售中对房地产销售人员提出了极高的要求和挑战。

怎样才能成为一名成功的房地产销售人员？我的建议是，认真阅读、消化并努力实践《售罄》是一个有效途径。例如，书中第八招是：“比卖出楼盘更重要的是诚信”，我就非常赞成。这正是本书的一大特色：强调人品第一，能力为重，真正得到客户在品德和专业上的充分信赖是成功的关键。记得我在“从广州看中国房地产经纪业的特点和发展趋势”的文章中，曾提出对房地产中介人才总的要求是：“诚恳正直，乐于助人；专业诚信，追求效率。”这和本书着力追求的目标是完全一致的。

通读全书。我觉得这房地产销售100招，不妨亦可看作可帮助您登上事业巅峰的100步坚实的阶梯，帮助您在攀登中排除千难万险的锦囊，当然也是助您到达成功彼岸的金玉良言。因为，在当今社会，任何事业的成功，首先是做人的成功。

从售楼精英中来，到售楼精英中去

■ 邓小华 2006年10月28日于广州

成为一个房地产销售人员很容易，但要成为一名顶尖售楼精英却不是一件简单的事。特别是在竞争激烈、变化莫测、不确定的房地产市场环境中，要想脱颖而出，则更需要不断地提升自我。

在我10年来的房地产销售、研究及管理工作中，屡屡有把这些精英们创造售楼竞争优势的成功之道总结出来的冲动，打破门户之见而放之于四海，让更多的人少走弯路、直线成功。我想光一己之见不免有些局限性，所以特别历时一年多时间深入走访、研究广、深20余位地产销售冠军，终于得以脱稿。

在实践中我也有意将成功的模式进行有针对性的复制，并加强了对下属及学员们学习后的实际效果监测。让我欣慰的是，这些提炼出来的售楼技巧的确帮助到不少人成为了一流售楼精英，我确信也一定能够帮助到你。

在我们的售楼生涯中，懂得一招半式的销售技巧很容易，但要真正掌握一套系统的售楼必杀技却非易事。许多人，穷其一生也未必能领悟成功售楼的真谛。

本书是一套系统的售楼技巧实用工具书，内容涵盖了售楼人员在销售过程中遇到的各类情况及其应对技巧。书中许多创意售楼方法都是众多售楼精英们的智慧结晶，让你在最短时间内可以吸收到这20余位售楼精英们的“毕生功力”，从而迅速迈向巅峰售楼。

写本书不是目的，通过写本书写出售楼过程的众多规律才是目的；读本书不是目的，通过读本书读出卖楼精英才是目的。书中所列举的应对技巧都是可以举一反三的，需要你反复去学习、思考、运用，并时刻抱以“读万卷书，行万里路”的实践精神来实现在售楼技巧上超越简单的克隆。

此外，无论在读前或是读后，你都不要抱着这种“我都懂”的危险心态。那会令你固步自封，无法接受新的观念和成长想法，只能让你停滞不前，无法站稳脚跟，最终走向淘汰。

此书编著的成功要特别感谢帮助我研究的这些机构：它们是北师大珠海分校不动产学院、美林基业集团、凌峻地产（中国）有限公司、天呈文化传播有限公司，没有他们的鼎力支持和帮助，这本书是不可能顺利完成的。

我要成为地产销售冠军

01 激励篇

- 01. 打造第四代售楼精英..... 020
- 02. 世界上最伟大的售楼定律..... 025
- 03. 售楼——一份伟大的事业..... 028
- 04. 寻找售楼冠军指南针..... 031
- 05. 坚持到底的报酬是什么..... 034
- 06. 奔跑出来的售楼业绩..... 037
- 07. 打造售楼冠军的精神粮仓..... 042
- 08. 比卖出楼盘更重要的是诚信..... 045
- 09. 如何用一分钟换来一辈子的信任..... 048
- 10. 成为售楼冠军的七个谎言..... 051

02 准备篇

- 11. 售楼人员的十项全能..... 060
- 12. 售楼人员的第N项修炼..... 064
- 13. 售楼人员的十八般武器..... 066
- 14. 现代售楼伯乐的陨落..... 069
- 15. 如何储备你的购楼客户..... 072
- 16. 如何创造置业者购楼“仙境”..... 075
- 17. 穿越售楼时光隧道..... 078
- 18. 售楼冠军成功的十倍回报法则..... 082
- 19. 倍增业绩的全新售楼模式..... 087

03 礼仪篇

- 20. 建立你的售楼绝对信赖感..... 092
- 21. 成功穿着令人更成功..... 095
- 22. 形象包装的N个细节..... 098
- 23. 如何增加售楼人员的“面值” 100
- 24. 嘴硬不是硬道理..... 104
- 25. 售楼中音调的魅力..... 107
- 26. 如何向顾客传递你的售楼热情..... 110
- 27. 如何通过接触顾客增强其购楼信心..... 113
- 28. 我必须让顾客喜欢我，不然他（她）不买楼 116

04 需求篇

29. 独步全球的售楼语法·····	120
30. 探寻潜在购买力的三大原则·····	123
31. 掌握置业者喜爱的萝卜青菜·····	129
32 购楼需求鉴定·····	131
33. 热心售楼推销的上限·····	135
34. 寻找购房者的需求热钮·····	138
35. 聆听的魔力·····	141
36. 问出来的售楼业绩·····	143
37. 房屋销售中的男女有别·····	146

05 看楼篇

38. 风水先生的热处理·····	150
39. 应变力也是销售力·····	153
40. 如何用直觉解读购楼顾客·····	157
41. 如何捕捉购楼成交信号·····	159
42. 练就区分买楼真假异议的火眼金睛·····	162
43. 互动式楼盘推介法则·····	165
44. 楼盘成交从拒绝开始·····	169
45. 防范踩盘/撬盘的强效法则·····	173
46. 置业者性格分析·····	176
47. 客户沟通的强效公式·····	180
48. 体验式售楼的妙用·····	183
49. 如何让置业者的购楼体温上升·····	185
50. 说服置业者购楼的细节·····	189
51. 嫌货才是买货人·····	192
52. 售楼关系学的运用·····	194

06 谈价篇

53. 终极成功售楼词汇·····	198
54. 二手楼的低开高走·····	201
55. 一副好牌不如知道对方底牌·····	204
56. 如何拨动售楼谈判的音符·····	207
57. “坦白”式谈价法的功效·····	209
58. 得了便宜别卖乖·····	212
59. 售楼谈价中的数字游戏·····	214
60. 与狼共舞的结果往往是被狼吃掉·····	217
61. 二度谈价法·····	219
62. 比较法的售楼魅力·····	221
63. 二手楼的放价原则·····	224
64. “喜欢”在售楼中的边际效用·····	227