

闵新闻◎著



YINBAO
CHENGJIAO

引爆成交

二手房这样卖最出单

资深房地产营销职业培训师闵新闻，带你复盘二手房
销售第一现场，不断出单的高招！

- ★ 集合16年房地产营销工作实战经验 ★
- ★ 融会5年房地产营销讲师授课经历 ★
- ★ 历时3年精心写作、增删和修订 ★

SPM
南方出版传媒
广东经济出版社



引爆成交

二手房这样卖最出单

闵新闻◎著

常州大学图书馆
藏书章

SPM

南方出版传媒

广东经济出版社

— 广州 —

图书在版编目 (CIP) 数据

引爆成交：二手房这样卖最出单 / 闵新闻著. —广州：广东经济出版社，2018.4

ISBN 978 - 7 - 5454 - 5199 - 3

I. ①引… II. ①闵… III. ①房地产业 - 经纪人 - 基本知识 IV. ①F293.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 259953 号

出版人：姚丹林
责任编辑：蒋先润
责任技编：许伟斌

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	广东新华印刷有限公司 (广东省佛山市南海区盐步河东中心路)
开本	730 毫米 × 1020 毫米 1/16
印张	14.5
字数	178 000 字
版次	2018 年 4 月第 1 版
印次	2018 年 4 月第 1 次
印数	1 ~ 5000
书号	ISBN 978 - 7 - 5454 - 5199 - 3
定价	42.00 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

发行部地址：广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话：37601950 邮政编码：510075

邮购地址：广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话：(020) 37601980 营销网址：<http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博：<http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问：何剑桥律师

• 版权所有 翻印必究 •

拨动心弦，引爆成交

在中国人的观念中，家有着无可替代的位置。在中国几千年的传统文化中，每逢春节、中秋节等节日，在外的游子们都会非常思念家中的亲人，不少古人还挥笔写下了一首首流传千古的思乡名作。即使在现代社会飞机、高铁、汽车等大大缩短了人们的空间距离，人们还是会想家，思家，怀念远方的那套房子，想念房子里的亲人。

何为家？除了父母、兄弟、妻子、儿女之外，一个属于自己的小天地，一套属于自己的房子，是家的最基本的概念，也是一个人在其所在城市立足的最基本体现。特别是在中国，人人都存在着强烈的“房子情结”，在很多人心目中，房子并不是简单的钢筋水泥堆砌起来的建筑，也并不是一个能够为自己遮风挡雨的居住场所，而是一个情感的归属地，一种人生价值的体现。因为在一个城市中，一个人只有拥有了一套完全属于自己的房子，才能让自己和家人有生根、安定之感，才会真正觉得自己在这个城市稳定了下来。不管外面的世界多么喧嚣、多么繁华，抑或自己遭遇何种境遇，人们累了、困了、倦了的时候，心中的第

一个念头就是要回到自己的家，只要走进家门，内心的波澜就会平静下来，心情就会变得踏实愉悦。

正是因为中国人这种强烈的“家观念”和“房子情结”，造就了中国房地产市场持续一二十年的繁荣，迅速推进了中国的城市化进程。随着房地产市场的繁荣，房地产销售人员职业也迅速崛起。几乎在每一个城市，走在大街小巷，房地产中介门店随处都能见到；翻开早报、晚报、日报，各种房源信息不胜枚举；各大招聘会上，招募房地产销售人员的企业往往也是随处可见……但是需要注意的是，相对于其他职业，房地产销售人员这个职业在国内还处于“青年阶段”，发展历史还非常短暂。于是相对其他行业，房地产销售行业发展得还不够规范，人员素养也参差不齐，客户对优秀房地产销售人员的呼声越来越强烈，对房地产销售人员的专业性要求也越来越高，在这种背景下，不合格的房地产销售人员将被市场无情地淘汰掉，优秀的房地产销售人员则越来越受到客户和企业的欢迎。

那么如何成为一名优秀的房地产销售人员呢？俗话说“货卖一张嘴，全凭舌上功”。对房地产销售人员而言，会说话，就能让客户满意，从而促成交易；不会说话，就很容易加重客户的怀疑，抑或让客户犹豫不决甚至生气，继而错失交易机会。销售房屋其实没有什么成功的定律，但优秀的销售人员能够在第一时间找到客户最容易被打动的那根心弦，用得体的话去拨动这根弦，从而让客户心甘情愿地掏钱购买房产。如何去拨动客户的心弦呢？关键还是在于房地产销售人员如何对客户说话，要靠自身随机应变的口才，靠让客户产生占了便宜的感觉的口才，靠畅谈客户感兴趣的话题的口才，靠激发客户消费欲望创造成交机会的口才。

美国销售界的传奇人物乔·库尔曼，是全世界成千上万名销售人员眼中的偶像。他是全美销售员里收入最高的人之一，在其25年的销售

生涯中，推销出去了超过4万份人寿保险，平均每天卖出5份。所以，乔·库尔曼在美国被销售界人士尊称为“金牌推销员”。

乔·库尔曼能够攀登上销售行业的巅峰，平均每天卖出5份保险，成为行业内薪水最高者之一，有什么秘诀呢？很多人都想从乔·库尔曼嘴中得到这个问题的答案。乔·库尔曼的回答很简单，他说自己成功的关键就在于两点：一是能够吃苦耐劳，二是会说话。也就是说，乔·库尔曼之所以能够成为美国销售界薪水最高的人之一，正是凭借着自己的勤奋和出众的口才，将人寿保险成功地销售给了一个又一个客户。

由此可见，房地产销售人员想要在行业内迅速崛起，一飞冲天，除了自身的勤奋努力外，说好话是必不可少的秘诀。在房地产销售行业，有些销售人员能够月入几万元甚至是几十万元，而另一些销售人员则只能领取微薄的底薪。进入这个行业虽然门槛很低，但是想要做好，做出成绩，快速地实现人生价值，却并非是一件容易的事情。在外人看来，房地产销售人员可能只是简单地提供房地产信息的人，但事实上，房地产销售人员的工作并非简单的信息匹配，他们更为重要的工作是依靠自身的专业素养促成房地产交易。而所谓的专业素养，就包括房地产专业知识的精通和对客户买卖心理的精准把握以及对销售技能的掌握，这些统统都需要房地产销售人员用话语展现出来。

本书正是着眼于这一点，力求通过提升房地产销售人员的专业素养，让房地产销售人员在同客户沟通交流时更游刃有余。本书总结了二手房销售过程中诸多常见问题，从二手房销售人员的成长基础、客户的心理分析、客户的开发和维护技巧、二手房的卖点提炼、处理客户异议的技巧、价格谈判的应对、快速成交的方法、购房合同的签订、互联网工具的应用等诸多环节出发，全方位地展示了二手房销售人员应对各种问题的方法、技巧和话术。

第一章 二手房销售冠军的成长基础

掌握房屋建筑面积的计算要点 / 2

了解二手房买卖的相关法律规定 / 5

吃透房屋的产权期限 / 9

熟悉物业的相关知识 / 13

掌握楼市萧条和城市限购的矛盾平衡 / 16

把握一手房还是二手房的客户选择心理 / 19

做好电话礼仪，树立良好的第一印象 / 25

第二章 三分钟迅速抓住客户心理

八个维度决定客户需求 / 30

挖掘客户的真实需求 / 33

客户决策的六个心理阶段 / 41

视觉为王：最美的就是客户最需要的 / 44
安全第一：客户买房时的一个重要关注点 / 47
抓住“房价恐惧”，激发客户买房的冲动 / 51
客户要的不是便宜，而是感觉占了便宜 / 54
印象管理：买来不仅要住，还要给别人看 / 57

第三章 巧妙开发和维护客户

把每个客户都发展为你的“业务员” / 60
活动推广：用激情和悬念吸引大家关注 / 63
情感营销：动情的话总会打动人心 / 67
建立完整的客户档案，针对客户喜好出招 / 70
对客户进行分级管理 / 73
实现客户忠诚的四个策略 / 78
挽回流失客户“三步走” / 81

第四章 卖点讲对了，单子就成了

介绍楼盘的高超技巧 / 86
抓住客户“买居住”还是“买生活” / 90
卖故事：提炼最有感染力的卖点 / 93
户型卖点：用好布局让客户“一见钟情” / 97
商业卖点：黄金地段坐享巨大升值空间 / 101
学区房卖点：好的教育资源可遇不可求 / 104
环境卖点：买房首要就是买健康 / 107
交通卖点：公交、地铁一应俱全 / 110

第五章 处理客户异议，获得百分百信任

提出异议的原因：不信任、不满意、不看好 / 114

处理异议三大原则：避免争论、感同身受、回应关切 / 117

直接驳正法：针锋相对，用准确的数据反驳 / 121

转折处理法：先退一步再间接否定客户的观点 / 124

案例再现法：通过系列案例将异议内容实景化 / 127

取长补短法：用长处弥补房子的短处 / 131

反问巧答法：针对客户提问的漏洞巧妙反问 / 134

第六章 灵活应对价格谈判

确定自己的价格下限，摸清客户的价格上限 / 138

客户打电话询价，弹性报价引客上门 / 141

取得客户的相对购买承诺 / 144

向客户报价，要坚持“对半法则” / 147

不接受客户的第一个提议 / 150

杀价：有来有往找平衡点 / 153

守价：用价值点进行防御 / 155

议价：配合主管巧打情感牌 / 158

放价：满足愿望，一锤定音 / 160

第七章 将话说到客户心里，一锤定音快速成交

抛砖引玉法：利用从众心理诱惑客户签合同 / 164

快速进攻法：营造稀缺效应，实现快速逼单 / 168

形势逼迫法：抛出“最后通牒”，施加过期不候的压力 / 170

奇货可居法：利用“唯一性”，打消客户比较的念头 / 173

真诚打动法：让在细节上斤斤计较的客户妥协 / 176

刺激对比法：利用争强好胜心理让客户“就要这套” / 179

第八章

购房合同签订及相关手续办理

签订二手房买卖合同的五个要点 / 184

按揭贷款的操作流程 / 187

交易税费的计算方式 / 189

住房公积金申请条件和流程 / 192

协助客户收房，和客户一起搬家 / 195

“保姆式”办理产权证 / 198

第九章

用互联网助推销售冠军之路

微信朋友圈：“信任背书”架桥梁，月入百万元不是梦 / 202

微信公众号：打造吸睛点，狂吸粉丝红利 / 206

社群：做好营销策略，让客户自发进行推荐 / 210

微博：做好转发分享，紧抓成熟多金客户 / 214

社区论坛：做到这四点，帖子火起来 / 216

QQ空间/QQ群：做好互动工作，赢得年轻客户的关注 / 221

第一章

CHAPTER 1

二手房销售冠军的成长基础



一些优秀的二手房销售人员之所以月入几万元、几十万元甚至上百万元，并非因为其天生就具备促成交易的能力，而是在不断地学习和积累中逐渐掌握了属于自己的销售心得。对二手房销售人员而言，想要成为销售冠军，首先要做到的一点就是埋首学习，掌握一切和二手房销售相关的知识。只有做到这一点，掌握了尽可能多的知识，二手房销售人员在同客户沟通交流时才能厚积薄发，在语言上更加自信，并更易获得客户的认可和信任。

掌握房屋建筑面积的计算要点

对二手房销售人员而言，房屋建筑面积的计算是必须掌握的一项技能。因为在很多时候，由于信任不足，客户对销售人员所说的建筑面积通常持一种怀疑态度，这个时候就需要销售人员现场为客户计算一下房屋的实际建筑面积，这样一来，客户往往会“眼见为实”，就此打消对房屋建筑面积“名不副实”的疑虑。而且在计算房屋建筑面积的过程中，销售人员所表现出来的专业知识和技能，还能很好地提升自身在客户眼中的形象，更好地获得客户的信任。

房屋的建筑面积和使用面积

客户在购房的时候，通常都会重点关注房屋的建筑面积和使用面积。一般而言，房屋的建筑面积会大于房屋的使用面积，二手房买卖合同一般是按照房屋的建筑面积计算价格，而且房屋的建筑面积一般都是由房屋相关管理部门确定的。对客户而言，建筑面积怎么算直接关系到房子的总价格，使用面积则关系到房子室内空间是否足够大，所以对销售人员而言，了解建筑面积和使用面积的计算方法，是必须掌握的基本功。

建筑面积计算公式

建筑面积=套内建筑面积+公摊面积。

(1) 套内建筑面积。套内建筑面积=套内使用面积+套内墙体面积+阳台面积。套内使用面积，又可以形象地称为“地毯面积”，简单地



说，就是将房子所有的地方全铺上地毯，能够铺多少面积的地毯，那么房子就有多大的套内使用面积。套内墙体面积则包括房子内部的分隔墙（按照全部投影面积计算），两户之间的分隔墙（按照投影面积的一半计算），外墙（按照投影面积的一半计算），这三种墙体面积之和就是房屋的套内墙体面积。阳台面积则指阳台所占面积，一般封闭式阳台按照全部面积计算，不封闭阳台则按照一半面积计算。



图1-1 房屋的建筑面积

（2）公摊面积。公摊面积=建筑面积×公摊系数。建筑内楼梯、电梯、消防通道以及为本楼服务的配电房、水泵房等附属设施用房所占面积和外墙水平投影面积的一半，这些全部都要计算为公摊面积。公摊系数则为建筑总公摊面积和建筑总建筑面积之商（公摊系数=建筑总公摊面积÷建筑总建筑面积）。

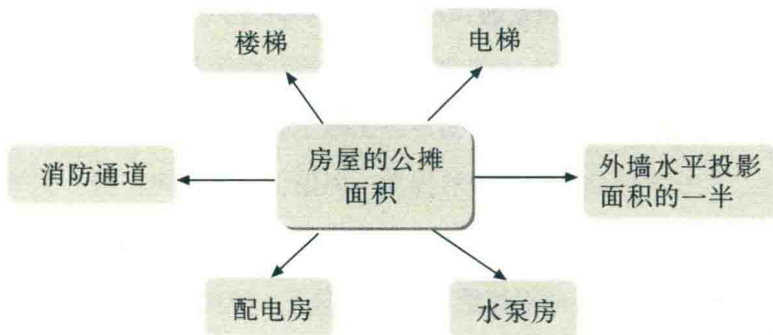


图1-2 房屋的公摊面积

(3) 一般而言, 在没有电梯的多层建筑中, 公摊系数在5%~10%之间, 假如公摊系数超过了10%, 那么对无电梯的多层建筑而言就属于非正常现象, 意味着房子的使用面积相对于建筑面积会小很多。有电梯的板式小高层建筑, 公摊系数通常在15%~20%之间; 有电梯的板式高层建筑, 公摊系数通常在18%~25%之间; 有电梯的塔式小高层建筑, 公摊系数通常在18%~22%之间; 有电梯的塔式高层建筑, 公摊系数通常在20%~30%之间。

房屋的套内使用面积

房屋的套内使用面积是指房屋实际的利用面积, 也就是“地毯面积”。套内使用面积的计算主要体现在5个方面:

(1) 室内使用面积按结构墙体内表面尺寸计算, 墙体有复合保温、隔热层, 按复合层内皮尺寸计算。

(2) 烟囱、通风道、各种管道竖井等均不计入使用面积。

(3) 非公用楼梯(包括跃层住宅中的套内楼梯)按自然层数的使用面积总和计入使用面积。

(4) 住宅使用面积包括卧室、起居室(厅)、厨房、卫生间、餐厅、过厅、过道、前室、贮藏室、阳台、壁柜等。

(5) 套内使用面积系数: 房屋按套(单元)计算面积时, 使用面积系数为套内使用面积与套内建筑面积加按规定应分摊的公摊面积的比率。



了解二手房买卖的相关法律规定

作为一名二手房销售人员，必须对二手房买卖过程中可能涉及的一些法律规定有一个全面详细的了解，将这些法律规定记熟吃透。这样一来，在具体的销售过程中，二手房销售人员才能有针对性地避开一些“雷区”，保证自身和客户双方的合法权益，规避法律上的风险。那么二手房销售人员具体需要了解哪些法律问题呢？

哪些房产不能进行转让

对二手房销售人员而言，明白什么房子能够转让出售，什么房子不能转让出售，是非常重要的法规知识。明白了这一点，销售人员才能有一双“火眼金睛”，避免自身陷入骗局之中。那么，有哪些房地产不能转让呢？根据《中华人民共和国城市房地产管理法》第三十八条，以下几种房地产是不允许转让的：

（1）以出让方式取得土地使用权的，不符合《中华人民共和国城市房地产管理法》第三十九条规定的条件的。《中华人民共和国城市房地产管理法》第三十九条具体内容为：以出让方式取得土地使用权的，转让房地产时，应当符合下列条件：①按照出让合同约定已经支付全部土地使用权出让金，并取得土地使用权证书；②按照出让合同约定进行投资开发，属于房屋建设工程的，完成开发投资总额的百分之二十五以上，属于成片开发土地的，形成工业用地或者其他建筑用地条件。转让房地产时房屋已经建成的，还应当持有房屋所有权证书。

(2) 司法机关和行政机关依法裁定、决定查封或者以其他形式限制房地产权利的。

(3) 依法收回土地使用权的。

(4) 共有房地产，未经其他共有人书面同意的。

(5) 权属有争议的。

(6) 未依法登记领取权属证书的。

(7) 法律、行政法规规定禁止转让的其他情形。

从《中华人民共和国城市房地产管理法》第三十八条中可以总结出一些常见的不能转让的房屋，比如小产权房、安居房、军产房、期房等，这些房屋在取得全部产权前是禁止进行交易的。所以销售人员在销售二手房时，一定要先查实房屋的产权，明确房产是否能够依法进行转让，不然，促成了无效的买卖交易，不仅无权收取佣金，还将会面临赔偿损失的责任。

签订二手房买卖合同需要事先审核的三要素

对二手房销售人员而言，签订买卖合同是必须要走的一步棋，也是从法律上保证买卖双方权益的最重要一步。签订一份有效的买卖合同，买卖双方必须为符合法律、法规规定的主体，且房屋在法律允许转让的范围内。

(1) 审查卖方主体资格。卖方必须是实际产权人，即房产证上的业主。假如卖方不是实际产权人，必须要有授权委托书才能签订买卖合同；假如卖方是未成年人，应当由监护人签订买卖合同，并且需要在签订合同前，到公证处办理监护权公证，证明监护人有合法监护权且处分房产是为了未成年人的利益着想；共有房产则需要全体共有人签字同意



出售，否则合同不发生任何法律效力。

(2) 审查房屋是否在法律规定的转让范围内。签订合同前，销售人员一定要核实房地产权利是否有瑕疵（产权是否存在异议登记），是否取得全部产权，是否存在查封。假如存在上述问题，那么该房屋是不能进行交易的。

(3) 审查买方主体资格。买方必须是法律、法规规定的可以购买房产的权利人。所以销售人员要查看买方是否受限制令、限外令的影响。假如买方属于政策原因限制购买的，则合同不能履行，销售人员不但收不到佣金，若对卖方卖房时机造成较大影响的话，甚至还面临赔偿损失的责任。

王强要出售一套天津的房子，但是他本人在上海工作，所以便委托一个朋友张笑替他找买家签约，但是王强却没有向张笑出具授权委托书。张笑之后通过一家中介公司和买主宋英超签订了买卖合同。合同签订之后没几天，房地产市场发生了意想不到的变化，天津市区房价一路高歌猛升，短短一个月的时间内，房子的价格便涨了10多万元。王强听到这个消息之后兴奋不已，心想自己和买主宋英超一不沾亲二不带故，这房子绝对不能按照张笑所签合同的那个价格出售。

之后王强便书面通知买主宋英超，称自己并没有授权张笑签订合同，拒绝承认张笑和宋英超所签订的合同。宋英超一下子抓狂了，人生第一次投资对路，还没来得及庆祝一番呢，到手的鸭子就要飞走了。中介公司也傻眼了，佣金一分钱没收到，这笔买卖就黄了。宋英超觉得自己受了骗，随即向法院起诉了王强，告他违约。经过漫长的一审、二审，最终法院判决买卖合同无效，定金返还。宋英超不仅没能拿到赔偿，反而还承担了几千元的诉讼费以及律师费，真是哑巴吃黄连，有苦