

成交

锻造王牌房地产经纪人的

赵 炜 魏思远 编著



中国建筑工业出版社

成交

锻造王牌房地产经纪人

赵 炜 魏思远 编著



中国建筑工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

成交 锻造王牌房地产经纪人 / 赵炜, 魏思远编著. —
北京: 中国建筑工业出版社, 2016. 12

ISBN 978-7-112-20136-5

I. ①成… II. ①赵…②魏… III. ①房地产—销售—
基本知识 IV. ①F293.352

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第296101号

责任编辑: 率 琦

责任校对: 王宇枢 李欣慰

成交

锻造王牌房地产经纪人

赵 炜 魏思远 编著

*

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京海淀三里河路9号)

各地新华书店、建筑书店经销

北京京点图文设计有限公司制版

北京圣夫亚美印刷有限公司印刷

*

开本: 880×1230毫米 1/32 印张: 8 $\frac{1}{2}$ 字数: 195千字

2017年4月第一版 2017年4月第一次印刷

定价: 25.00元

ISBN 978-7-112-20136-5

(29612)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

“房管局凌晨排队”、“二手房交易大厅堪比春运”、“济南学区房一周连涨 50 万”、“北京二手房主打死不收定金，担心明天再涨价”等，类似的标题见诸报端。随着国家信贷政策和税费政策的松绑，全国二手房市场再一次活跃起来；大大小小的房产中介，无论是品牌公司，还是夫妻小店；无论是互联网企业，还是传统中介，都摩拳擦掌，跃跃欲试，试图在火爆的市场中分得一杯羹。

市场的火爆，也带动了更多的年轻人从事房地产经纪行业。但是这个行业看似简单，实则难度不小。就跟郭德纲评价相声行业似的，房产中介这个行当也是看着简单，谁都可以干，但是进去以后梯子在里面，要爬到顶非常难。初入这个行业，没完没了的电话、无休止的培训、不间断的陌生拜访等，没有一定的耐性，的确很难适应。因为行业的人才缺口比较大，所以年轻人入这一行比较容易，但是进去以后“近乎痛苦的折磨”又让很多年轻人受不了，最终不得不选择快速退出。

如何正确地认识这个行业、如何打牢基础、如何与客户交流、房地产交易的流程是什么等等，一系列问题摆在经纪人面前。这些都将在本书中逐个予以阐述。多深的根基，筑多高的墙。我们始终相信，最好的技巧就是基本功扎实。有了厚实的内涵修养和文化底蕴，才能有发自内心的自信。本书的内容重点是让大家丰富自己，扩展视野，打牢基本功，所以在话术，还有一些所谓的“技

巧”方面涉及的少一些。指望通过看完这本书,“就立马业绩翻番,或者几个月后成为月收入百万的经纪人”等等,那么我明确告诉你,这个办不到。

我和魏思远相识于2000年,那时齐鲁楼市不动产刚创立,搜房网二手房进驻济南时间也不长。认识老兄之后,工作中互相扶持帮助,相互探讨,从他身上学到了很多。作为一个来自草原的内蒙古汉子,他始终很重视兄弟们的感情,无论是工作还是生活,他不光锦上添花,也雪中送炭,在业内深受好评。如今随着搜房的整体转型,他也开始从事房产中介的实体工作,济南的工作开展得有声有色。很多时候,我们共同感慨于从业人员素质的良莠不齐,所以一拍即合,共同整理出这么一本面向房地产经纪人的书籍,希望能对大家有所启发。

本书比教科书生动,但阅读起来比纯教技巧的书要“费点劲”,在每一页下面,我们还整理了一些类似于“打鸡血”似的销售激励话语(励志语)。当你读累了的时候,可以看看,给自己鼓鼓劲、加加油。虽然我们的初衷是好的,也耗费了很多的时间和精力,但是毕竟水平有限,不当之处,敬请各位读者批评指正。本书在编写过程中得到了济南双收传媒有限公司的大力支持,其为本书的策划做了大量的工作。书中也参考、摘录了来自网络和其他同业书籍的部分内容,在此对相关作者一并表示感谢。

赵 炜
于济南

目录

第一部分 认识你的职业

备受关注的房产中介·····	002
互联网背景下的房产中介·····	005
房地产经纪人的前世今生·····	007
房地产经纪人职业发展趋势·····	012
房地产经纪人的社会地位·····	016
房地产经纪人岗位职责·····	018
房地产经纪人岗位特征·····	020
房地产经纪人职业生涯规划·····	022
房地产经纪人职业规范·····	025
房地产经纪人职业道德·····	027
房地产经纪人职业价值观·····	029
房地产经纪人职业素质·····	032
房地产经纪人的违法违规行为·····	035
房地产经纪人应具备的知识·····	037
房地产经纪人应具备的能力素质·····	041
房地产经纪人应具备的心理素质·····	045
房地产经纪人员的权利与义务·····	049
房地产经纪人的生存法则·····	050
最影响经纪人业绩的坏习惯·····	053
有关房地产经纪人的小问答·····	055



第二部分 夯实基础心不慌

打造完美的个人形象·····	058
接听电话也有礼仪·····	061
递送名片有讲究·····	064
介绍礼仪勤琢磨·····	067
握手学问大不同·····	069
电梯礼仪 ABC ·····	072
不可不知的网络礼仪·····	074
精耕商圈打基础·····	076
“大打出手”该休矣 ·····	081
你卖的不是房子·····	083
管理好自己的时间·····	085
调整心态应对淡季市场·····	087
新式揽客法初探·····	089
价值排序在房屋交易中的应用·····	092
听好培训课的要领·····	094
买卖知识的问答·····	098
租赁知识的问答·····	116
贷款知识的问答·····	129
法律知识的问答·····	142



第三部分 交易流程要牢记

房源开发的途径·····	148
客源开发的途径·····	150

不同类需求的房客源开发·····	152
独家委托签约窍门·····	155
房客源配对要精确·····	160
带看全程细思量·····	163
意向金：抓住客户的第一步·····	167
说服业主收定金·····	169
合同签订莫轻视·····	172
收取佣金：至关重要的一环·····	174
二手房过户三步走·····	177
交房手续办齐全·····	179
售后服务做充足·····	182



第四部分 掌握技巧速成交

留给客户最好的第一印象·····	186
掌握谈判的核心要领·····	188
“能说会道”显功效·····	191
带看常犯的错误及规避办法·····	193
这样的销售方式不可取·····	197
说服客户的秘密·····	199
高手常用的成交方法·····	203
介绍房源的七个技巧·····	208
快速明确客户意向·····	210
房东议价十二法·····	212
提升网络客户来电量·····	215
进入顾客的“买房频道”·····	218

巧妙对待难缠的客户.....	221
顶层房销售有妙招.....	224
房主突然涨价怎么办.....	227
有效潜在客户的遴选.....	229
陌生拜访的技巧.....	231
给客户去电的最佳时间.....	236
购房客户的类型.....	238
客户心理特征细分析.....	241
购房的七个心理阶段.....	245
获取客户好感的八个技巧.....	247
四种信号表明就要签单.....	249



第一部分

认识你的职业

◎ 备受关注的房产中介

伴随着我国房地产市场的成熟和发展，房产中介行业也一步步发展起来。最初的房产中介因为吃差价、不讲信用、乱收费等各种现象，让社会大众都冠之以“黑中介”，人们对房产中介的信任度极低。最近几年，随着一些实力雄厚的机构和资本的关注，房产中介逐步走向品牌化、连锁化、正规化，房产中介在人们心目中的地位也在逐步提高。由于其承担的交易关系千家万户，关系民生工程，所以房产中介的发展备受社会各界的关注。

狭义的房产中介是指在房地产市场中，以提供房地产供需咨询、协助供需双方公平交易、促进房地产交易形成为目的而进行的房地产租售的经纪活动、委托代理业务或价格评估等活动的总称。广义的房产中介服务，是指覆盖房地产投资、经营管理、流通消费的各个环节和各个方面，为房地产的生产、流通、消费提供多元化的中介服务。按照《城市房地产管理法》的规定，我国房产中介服务主要表现为房地产咨询、房地产经纪和房地产估价三种形式。综合起来讲，房产中介服务是为房地产投资、开发和交易提供各种媒介活动的总称，它包括房地产咨询、房地产价格评估、房地产经纪等活动。

房地产咨询是指接受客户的委托，为其提供信息、资料、建议，或为其提供房地产专项研究、市场调查与分析、项目策划、项目可行性研究等服务并收取费用的一种有偿的中介活动。目前，我

国的房地产咨询业可以为房地产投资者提供包括政策咨询、决策咨询、工程咨询、管理咨询等在内的各种咨询服务，也可为房地产市场交易行为中的客户提供信息咨询、技术咨询等中介服务。

房地产价格评估是指以房地产为对象，由专业估价人员根据一定的估价目的，遵循估价原则，按照估价程序，选用适宜的估价方法，并在综合分析影响房地产价格因素的基础上，对房地产在估价时点的客观合理价格或价值进行测算和判定的经营活动。

房地产经纪是由房地产经纪人（个人或机构，统称经纪人）完成的促进房地产市场交易顺利实现一系列居间、代理、行纪等中介活动，是以提取佣金为经营特征，为房地产买卖、交换、租赁、置换等提供信息及信托劳务工作的中介服务。

本书所讲的房产中介仅指房地产经纪，主要是通过提供各种信息和咨询，依靠房产中介机构的专业人员所拥有的各种专业知识，依靠他们特有的组织机构，特殊的活动方式和方法，为房地产市场的各种主体提供专业服务，因此它与一般的房地产开发与经营、房地产交易活动有很大区别。房产中介服务有如下一些特点：

1. 房产中介活动具有内容的服务性，房产中介是提供各类信息、咨询的经营活动。这个行业的产品就是服务，服务的质量、水平标志着产品的质量、水平。在整个服务过程中，中介机构既不占有商品也不占有货币，主要是依靠自己的专业知识、技术、劳务等为房地产各种部门提供中介代理和相关服务。

2. 房产中介活动具有非连续性和流动性的特点。房产中介在为客户提供服务时，就形成了中介人与委托人的关系，即服务和被服务的关系。这种关系不是长期的和固定的，而是就某一事项达成的一种契约关系。这种服务一旦完成，原有的契约关系也就解除，即委托服务一终止，房产中介机构就再去与其他的委托人

建立新的服务与被服务的关系。房产中介服务的这种特点容易引发两类问题：一是导致部分房产中介机构忽略自身的责任，在提供短期服务的过程中以获取佣金作为唯一目的而采用欺骗、误导等手段故意损害委托方的利益；二是在中介行业竞争激烈的情况下，由于中介方与委托方通常缺乏长期合作的可能而导致委托方故意损害中介方的利益，如经纪人被交易双方“甩掉”导致其投入的时间和精力无法得到补偿。

3. 房产中介活动具有极大的灵活性。因为房产中介服务机构与服务对象之间没有固定的联系和关系，不受交易对象的限制，也不受交易主体的制约，从而使它具有极大的灵活性。也就是说，它可以不受时间、地点、交易对象和交易方式的限制。

◎ 互联网背景下的房产中介

2000 年以前,济南的房地产中介市场还是以当地的品牌为主,直营超过 10 家的店面几乎没有,当时的房产中介基本上是“五个一”,即“一个小屋、一张桌子、一张椅子、一个本子、一部电话”,大部分是小弱散差,多为夫妻店,当时好多中介因“骗取看房费”、“现金收房”、“吃差价”、“乱收中介费”等不规范的行为,让大众对房产中介留下了很多负面的印象。这种情况一直持续到 2005 年 21 世纪不动产等大品牌进驻,那时候这些大中介开一个店面就二三百平方米,统一的着装、干净的门脸、正规的作业工具,同时他们承诺不赚差价、不收看房费等,直击消费者的痛点,一下子在济南站稳了脚跟。此时,济南的房产中介已经走上了真正的品牌化、规模化和正规化。在这些大品牌的带动下,济南本地的房产中介也纷纷开始注重培训、注重品牌建设、注重人才培养,房产中介市场呈现“百花齐放”的态势。

这种情况大概持续了 10 年,随着互联网产业的发展,越来越多的传统行业也积极“触网”,一些互联网公司也进入房地产中介的实体中来。2015 年,对济南房地产中介市场而言,搜房和链家的进驻对市场造成了很大的震撼,它们分别是目前互联网房产经纪公司模式的两个代表。

一类是异军突起的“互联网中介”,如搜房网。互联网中介的优势在于能向客户呈现最真实、最完整的信息。此外,由于少了

部分租用中介门店的成本压力，以及在强大数据库支持下的效率提升，互联网中介可以在低佣金状况下维持生存。另一类是传统中介转型，如链家。链家本身就是做房产中介的，实施积极的并购政策，并全力打造自己的链家网，快速获取了大量优质的房源、客源和经纪人资源，完成线上线下的布局。济南房地产中介的发展可以管窥全国。

在“互联网+”的时代，竞争不但在线上，也在线下，而且更加激烈。企业取得成功的关键在于站在新的视角，重新定义行业、竞争对手以及自己，并运用合适的策略高效地实现定位。在互联网房产经纪行业，这一准则同样适用。市场变化日新月异，中介行业迎来了战况异常激烈的大洗牌。在新、旧观念的大碰撞中诞生的新模式很可能会改变整个行业的格局，确立新秩序。

对于房地产经纪人来说，也要根据自己的职业生涯规划，选择适合自己的公司进行发展。如果是初入行业者，建议先进入大的、有实力的品牌公司，在这里可以得到系统的培训，接触到行业的“高手”，这些是在小中介公司所无法得到的。

◎ 房地产经纪人的前世今生

房地产经纪人就是指在房屋、土地的买卖、租赁、转让等交易活动中充当媒介作用，接受委托，撮合，促成房地产交易，收取佣金的自然人和法人，凡是从事房地产销售工作的都属于房地产经纪人。但是，由于我国房地产销售的特点，现在我们一般将从事一手房销售的称为置业顾问，将从事二手房交易的称为房地产经纪人。

1. 房地产经纪人的历史

中国是一个历史悠久的古国，两千多年前就出现了经纪活动。在西汉，经纪人被称为“驹侏”；唐代称经纪人为牙人、牙郎；到了宋、元时期，出现了外贸经纪人，宋代称“牙侏”，元代称“舶牙”；明清时期，经纪人称“牙人”，明代还把牙人分为官牙和私牙，同时还出现了牙行，即细指代客商撮合买卖的店铺。清代，在对外贸易中，经纪人被称为“外洋行”。清代后期还出现了专门的对外贸易的经纪人“买办”，到了民国时期，随着经营股票和债券买卖的出现，在中国历史上第一次出现了债券经纪人。

解放初，我国对经纪人采取限制、取缔政策，同时规定经纪人在指定的场所活动，设立了全民和集体所有制的信托、经纪机构，兼营购销双方的居间业务。1958年取缔经纪人，但在农村的集市贸易中，允许公民个人为促成农副产品交易进行居间活动。1980年以后，经纪活动开始复苏，但经纪人活动仅为不公开的“地下”

居间活动。1985年后,经纪人由“地下”到“地上”,以公开、合法的身份从事经纪活动。1992年以来,经纪人处在逐步发展阶段,国家对经纪人采取“支持、管理、引导”的方针,使经纪活动逐步走上了正轨。

2. 房地产经纪人现状

房地产经纪行业作为一种“舶来品”,与内地房地产开发同时起步,目前已有数十年的历史。据不完全统计,我国每年有超过10亿平方米的一手房转化为二手房。而在二手房交易中,超过60%是通过房地产经纪服务促成的。其中,北京、上海、广州、深圳等经济发达城市这一比例已达80%以上。房地产经纪服务在活跃二手房市场、改善消费居住水平等方面发挥着重要作用,已成为市场经济中不可或缺的组成部分。

自20世纪80年代后期以来,随着房地产交易量日益扩大,房地产经纪人从业人员队伍迅速发展成为一支数以10万计的职业大军,在房地产开发、销售、租赁、购买、投资、转让、抵押、置换及典当等各类经济活动过程中,以第三者的独立身份,从事顾问代理、信息处理、售后服务、前期准备和咨询策划等工作,而且其从事的职业活动也随社会经济发展而进一步拓展,从规划设计、建造运筹、经营促销到物业管理的咨询策划,全方位地融入房地产经营开发的全过程,对促进房地产业的正常发展,日益发挥着不可替代的巨大作用。

全国该职业现有从业人员不低于45万人,而且还在不断扩展之中。该职业从业人员在地域上主要集中分布在全国的大中型城市,但已有向中小型城市扩散的明显态势。

房地产经纪人已成为常年招聘但总是招聘不足的职业之一,在人力资源市场上是典型的供方市场,缺口较大,就业形势很好。