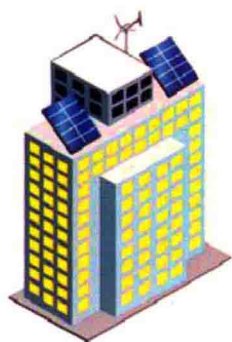


从无到有选址开店·从零到一打造团队

资深门店店长 教你买卖 二手房

吴日荣◎编著



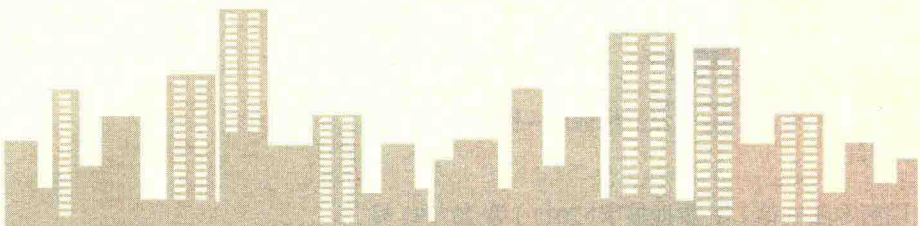
轻松做好日常管理·轻松招徕客源房源
全力助你打造中介旺铺



中国工信出版集团



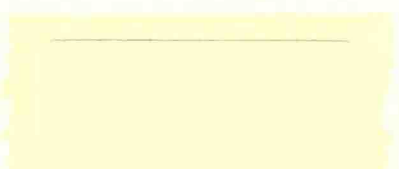
人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



从无到有选址开店 · 从零到一打造团队

资深门店店长 教你买卖 二手房

吴日荣◎编著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

资深门店店长教你买卖二手房/吴日荣编著. —北京:人民邮电出版社, 2017.9

ISBN 978-7-115-46764-5

I. ①资… II. ①吴… III. 房地产—销售 IV. ①F293.352

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第207371号

内 容 提 要

《资深门店店长教你买卖二手房》是一本为房地产中介门店店长及相关从业人员量身打造的工作手册,本书以Q&A的新颖形式,在一问一答中详细阐述了房地产中介门店的重要作用,深入分析了店长的主要工作内容,具体包括房地产交易常识、如何组建门店、如何做好员工管理、如何做好日常管理、如何做好房源管理、如何做好客户开发管理、如何做好客户接待管理、如何做好成交管理、如何做好客户维护管理等多个方面,最后在附录部分列出了最新房地产经纪管理办法、住房城乡建设部等部门关于加强房地产中介管理、促进行业健康发展的意见。

本书着重突出可操作性,提供了大量的实战范本,为房地产中介门店店长、从业人员提供了可以学习与参考的工作思路、工作方法和成交技巧。

◆ 编 著 吴日荣

责任编辑 庞卫军

责任印制 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

固安县铭成印刷有限公司印刷

◆ 开本: 787×1092 1/16

印张: 13

2017年9月第1版

字数: 180千字

2017年9月河北第1次印刷

定 价: 45.00元

读者服务热线: (010) 81055656 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

广告经营许可证: 京东工商广登字20170147号

二手房经纪服务是房地产中介门店的一项重要业务，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经纪、委托代理或价格评估等活动的总称。

我国《城市房地产管理法》对房地产中介服务机构的设置做了明确的规范，规定了房地产中介服务机构应当具备的条件：有自己的名称和组织机构，有固定的服务场所，有规定数量的财产和经费，有足够数量的专业人员，以及法律、法规规定的其他条件。

街上的门店各有各的商品，比如面包房里飘溢着浓香的面包味道、商店的橱窗中摆着各种美丽的衣衫。可是在街上的房地产中介门店，只能看到几台电脑和人们穿梭的身影，没有可以出售的有形产品。房地产中介门店经营的产品是什么呢？

房地产中介门店是靠为买卖双方提供信息、进行信息匹配、促成买卖双方的交易，从而获取佣金收入的机构。可见房地产中介门店的产品是无形的，是生产与消费同时发生的。作为提供信息、协助谈判、促进成交、展示品牌的经营场所，门店的作用是非常重要的。目前我国的房地产经纪行业主要是以店面的形式为主，门店经营管理的好坏直接反映着企业经营的优劣。门店作为贴近消费者、经受消费者甄选的场所，是一家企业在商场上驰骋的前锋部队。

对于房地产中介门店来说，店长非常重要！一个优秀的店长必须具有强大的业务能力，只有这样他才能领导团队有效地开发房源、获取客户、促进成交；店长作为公司承上启下的管理阶层，还要具备强大的执行力；店长还肩负着培养人才的使命，所以他还要有出色的带教能力，并具备销售技巧培训的授课能力；店长与员工朝夕相处，对员工的喜怒哀乐了如指掌，面对各种情况要发挥领导魅力，能够适时激励员工；另外，开店做生意，各种突发事件时有发生，所以店长要能够妥善处理各种事件，能预防及排解各项纷争。

为了帮助刚走上岗位的门店店长快速成长，作者量身打造了《资深门店店长教你买卖二手房》一书。全书共分9章，详细阐述和分析了房地产中介门店店长的主要工作内容，具

体包括房地产交易常识、如何组建门店、如何做好员工管理、如何做好日常管理、如何做好房源管理、如何做好客户开发管理、如何做好客户接待管理、如何做好成交管理、如何做好客户维护管理等多个方面。

本书由吴日荣主编，王益峰、王丹、王红、王振彪、杨文梅、齐小娟、陈超、李相田、马晓娟、刘艳玲、冯永华、李景安、吴少佳、陈海川、马会玲、卢硕果、任克勇、曾红、谭双可、梁文敏参与了资料收集和编写工作，滕宝红对全书相关内容进行了认真细致的审核。

第一章 应了解的房地产交易常识

第一节 房地产基础知识	2
一、房地产相关概念	2
二、房地产市场的划分	3
三、房屋的常见类型	3
四、住宅分类	5
第二节 房地产常用术语	7
一、房地产常用业务术语	8
二、房地产常用交易术语	8
三、房地产常见建筑类术语	10
四、房地产经纪相关术语	12
第三节 房屋交易的付款方式	13
一、常见的付款方式	13
二、商业贷款知识	14
三、公积金贷款知识	15
相关链接 上海公积金贷款新政	20
第四节 房屋交易须知	21
一、不能买卖的二手房	21
二、不能过户的二手房	22
三、二手房过户需办理的手续	23
四、房屋购买政策	24
相关链接 2016年非本市户籍人口在北京买房的条件	24
相关链接 上海购房资格	26
五、房产交易的主要税费	28
相关链接 普通住宅和非普通住宅的定义	28

第二章 如何组建门店

第一节 选择开店地址	32
一、门店选址的原则	32

二、门店选址应考虑的因素	33
三、门店选址的方法	34
四、门店环境研究	35
五、竞争对手分析	37
第二节 开店的前期筹备	37
一、开店应具备的条件	38
相关链接 关于修改《房地产经纪管理办法》的决定	38
二、开店应办理的手续	38
相关链接 上海市房地产经纪公司如何注册	39
三、店内应公示的内容	40
第三节 明确岗位职责	40
一、门店的组织架构	41
二、店长的岗位职责	41
三、置业顾问的岗位职责	43
四、店务专员的岗位职责	44
第四节 制定操作流程	45
一、二手房销售业务流程	46
二、置业顾问的销售流程	46
三、二手房交易流程	47

第三章 如何做好员工管理

第一节 员工招聘管理	52
一、招聘原则	52
二、招聘方式	53
三、招聘途径	54
四、面试技巧	56
第二节 员工培训管理	57
一、员工培训的目的	58
二、员工培训的内容	58
三、编制培训大纲	59
【范本】房地产中介门店新入职员工培训纲要	59
四、进行培训考核	61
【范本】房地产中介门店辅导计划完成表	63
第三节 员工绩效管理	64
一、制定绩效目标	65

二、制定绩效考核办法.....	67
【范本】房地产中介门店绩效考核办法.....	68
三、绩效考核的反馈.....	70
四、绩效考核结果的应用.....	71
第四节 员工离职管理.....	72
一、员工离职原因分析.....	72
二、降低员工流失的措施.....	72
【范本】房地产中介公司置业顾问福利制度.....	73
【范本】房地产中介公司激励制度.....	75
三、受理员工离职.....	76

第四章 如何做好日常管理

第一节 组织召开门店早会.....	78
一、早会的重要性.....	78
二、早会的目的.....	79
三、早会的内容.....	79
四、早会成功的要点.....	80
【范本】房地产中介门店早会游戏集锦.....	80
【范本】房地产中介门店早会流程.....	83
第二节 做好日常巡视工作.....	84
一、门店卫生检查.....	84
二、员工仪容仪表检查.....	85
【范本】房地产中介门店员工形象检查表.....	86
三、检查员工的有效行程.....	87
【范本】房地产中介门店置业顾问有效行程标准.....	87
第三节 执行门店7S管理.....	88
一、7S管理的含义.....	88
二、物料分类.....	89
三、分区摆放.....	89
四、分类整理.....	89
【范本】房地产中介门店7S检查表.....	90
第四节 安排落实一日工作.....	91
一、制订当日工作计划.....	91
二、填写每日工作日志.....	95
【范本】房地产中介门店工作日志.....	95

第五章 如何做好房源管理

第一节 房源开发	98
一、开发房源的方法	98
二、说服业主签独家代理	99
【范本】房屋出售独家代理委托书	99
三、说服业主留下钥匙	102
四、应对同行借钥匙	102
第二节 房源发布	103
一、房源发布的要求	103
相关链接 安居客房源信息发布规则	104
二、推荐标题的写法	107
【范本】房源推荐标题模板	108
三、推荐理由的写法	110
第三节 房源推广	111
一、传统推广	111
二、网络推广	112
三、微博推广	118
四、微信公众号推广	120
相关链接 房产中介注册微信公众账号时应该选择 哪个类型?	120
五、微信朋友圈推广	124

第六章 如何做好客户开发管理

第一节 寻找和收集客户信息	126
一、获取客户信息的途径	126
二、收集整理客户信息	128
三、客户信息分类	129
第二节 了解和分析客户	130
一、对客户进行细分	130
二、分析客户的客观因素	131
三、了解客户的购买能力	131
四、了解客户的购买心理	132
第三节 购房需求分析	133
一、单身人群	133

二、新婚人群.....	134
三、改善居住条件人群.....	134
四、提高居住品位人群.....	135
五、购买学区房人群.....	135
六、投资买房人群.....	136

第七章 如何做好客户接待管理

第一节 电话接待	138
一、接听电话的要领.....	138
二、接听电话的主题.....	140
三、提高电话约见率.....	141
相关链接 电话接待常见问题应答指南	142
第二节 客户上门接待.....	142
一、招呼客户入店.....	142
二、按照规范接待客户.....	143
三、做重点项目的介绍.....	144
相关链接 接待客户的技巧	145
第三节 与客户面谈.....	146
一、与客户面谈的时机.....	146
二、与客户面谈的技巧.....	147

第八章 如何做好成交管理

第一节 带客看房	152
一、带看前的准备.....	152
二、带看过程的要求.....	153
三、带客看房的技巧.....	155
四、避免带客看房常犯的错误	157
五、带客看房时要注意自身的安全	160
第二节 议价与定价.....	160
一、议价的前提.....	160
二、与业主谈价.....	161
三、与客户谈价.....	161

四、对方出价时的应对技巧	162
五、谈价过程中的棘手问题	162
六、引导客户谈价	163
七、向业主还价	164
第三节 适时促成交易	165
一、快速促成交易的技巧	165
二、面对拒绝的应对方法	166
第四节 签订合同	168
一、签订合同前的准备	169
二、签订合同的过程	170
三、二手房买卖合同	170
【范本】二手房买卖合同	171

第九章 如何做好客户维护管理

第一节 客户跟进管理	174
一、协助客户缴纳契税	174
二、协助客户申请房贷	175
三、协助客户办理按揭	176
相关链接 房贷转按揭业务的办理	177
四、协助客户收房	178
五、协助客户办理产权证	179
第二节 客户档案管理	180
一、建立客户档案	180
二、分类整理客户档案	181
三、客户档案保密管理	185
四、客户档案管理应注意的问题	185
第三节 客户服务管理	186
一、及时处理客户投诉	186
二、定期跟踪回访客户	187

附录一 房地产经纪管理办法	189
---------------------	-----

附录二 住房和城乡建设部等部门关于加强房地产中介管理 促进行业健康发展的意见	195
---	-----

第一章

应了解的房地产交易常识

1

第一节 房地产基础知识

小A：老Q，您好！我是总部来的小A，这段时间就要拜您为师了，请多多关照！*

老Q：你好！欢迎你的到来！总部已经跟我交代过了，让我一定带好你，那就让我们共同学习吧。

小A：我一定认真学习，从最基础的学起。

老Q：说得好，要想成为一名优秀的店长，就得从最基层做起、从最基础的东西学起。作为一名房地产从业人员，你首先要了解一些房地产方面的常识、术语、相关的政策等。只有懂得并熟练掌握这些知识，才能更好地开展后续的工作。

小A：明白，那我就从这些基础知识学起吧。

老Q：那好，我们就从房地产相关概念、房地产市场的划分、房屋的常见类型开始学起。

一、房地产相关概念

房地产相关概念主要有房地产、房地产开发、土地所有权、土地使用权、土地使用年限等，具体如表1-1所示。

表1-1 房地产相关概念

序号	概念	具体内容
1	房地产	房地产即土地、建筑物及固着在土地、建筑物上不可分离的部分及其附带的各种权益
2	房地产业	以土地和建筑物为经营对象，从事房地产开发、建设、经营、管理以及维修、装饰和服务的集多种经济活动于一体的综合性产业。在实际生活中，人们习惯上将从事房地产开发和经营的行业称为“房地产业”
3	房地产开发	在依法取得国有土地使用权的土地上，按照城市规划要求进行基础设施建设、房屋建设的行为
4	房地产产权	房地产所有者对归其所有的房地产享有的占用、使用、收益、处分的权利
5	土地所有权	即国家或农民集体依法对归其所有的土地所享有的具有支配性和绝对性的权利

* 备注：老Q是××地产北京××店的店长，在该店工作了多年；小A是××地产总部的储备干部，总部计划在北京朝阳区××路新开一家分店，让他担任新店的店长。此次，总部派他来跟着老Q学习房地产经纪门店全过程运作管理。

(续表)

序号	概念	具体内容
6	土地使用权	即国家机关、企事业单位、农民集体和公民个人以及三资企业，凡具备法定条件者，依照法定程序或依约定对国有土地或农民集体土地所享有的占有、利用、收益和有限处分的权利。一般包括农用地、建设用地、未利用地的使用权
7	土地使用年限	(1) 居住用地70年 (2) 工业用地50年 (3) 教育、科技、文化、卫生、体育用地50年 (4) 商业、旅游、娱乐用地40年 (5) 仓储用地50年 (6) 综合或者其他用地50年

二、房地产市场的划分

根据流通顺序，房地产市场可以分为一级市场、二级市场、三级市场，具体如表1-2所示。

表1-2 房地产市场的划分

序号	分类	具体内容
1	一级市场	房地产一级市场是国家作为城市土地所有者直接参与经营的城市房地产市场。国家是一级市场的核心，是最重要的市场主体，其发挥的特殊作用决定了房地产一级市场的垄断性、计划性和产权变动的单向性
2	二级市场	房地产二级市场，是土地使用者经过开发建设，将新建成的房地产进行出售和出租的市场，一般指商品房首次进入流通领域进行交易而形成的市场。房地产二级市场也包括土地二级市场，即土地使用者将达到规定可以转让的土地进入流通领域进行交易的市场
3	三级市场	房地产三级市场是指购买房地产的单位和个人，再次将房地产转让或租赁的市场，就是房地产再次进入流通领域进行交易而形成的市场，也包括房屋的交换。房地产三级市场即通常所说的二手房市场，指房屋或物业在获取产权证之后进入市场流通，包括二手房的买卖、租赁和置换等市场行为

三、房屋的常见类型

房屋的常见类型有商品房、经济适用房、安居房、房改房、微利房、福利房、集资房、军用房等。不同类型的房屋，其特点和适用法律也不一样，具体如表1-3所示。

表1-3 房屋的常见类型

序号	类型	具体内容
1	商品房	商品房指经政府有关部门批准，由房地产开发经营公司开发的，建成后用于在市场出售出租的房屋，包括住宅、商业用房以及其他建筑物；而自建、参建、委托建造且又是自用的住宅或其他建筑物不属于商品房范围
2	经济适用房	经济适用房是指根据国家经济适用住房建设计划安排建设的住宅。用地一般实行行政划拨的方式，免收土地出让金，对各种经批准的收费实行减半征收，出售价格实行政府指导价，按保本微利的原则确定。该类房屋是具有社会保障性质的商品住宅，具有经济性、保障性、实用性的特点
3	安居房	安居房是指为了实施国家“安居（或康居）工程”而建设的住房，是党和国家安排贷款和地方自筹资金建设的面向广大中低收入家庭，特别是对人均4平方米以下特困户提供的销售价格低于成本、由政府补贴的非营利性住房
4	房改房	房改房是指城镇职工根据国家和县级以上地方人民政府有关城镇住房制度改革政策规定，按照成本价或者标准价购买的已建公有住房。按照成本价购买的，房屋所有权归职工个人所有；按照标准价购买的，职工拥有部分房屋所有权，一般在5年后归职工个人所有
5	集资房	集资房属经济适用房范围，是政策性住房，是企事业单位为了解决内部职工的住房问题，以自身拥有的划拨土地建设、按成本价出售给内部职工的房屋，该类型房屋不能在市场上自由流通
6	福利房	福利房指政府按住房制度改革方案免除房地产的地价，按房屋的成本造价卖给企业或符合条件的职工的带有福利性质的房屋
7	微利房	微利房亦称“微利商品房”，指由各级政府房产管理部门组织建设和管理，以低于市场价格和租金、高于福利房价格和租金，用于解决部分企业职工住房困难和社会住房特困户的房屋
8	军用房	军用房指部队用地所建的或部队自建的建筑物，产权归所辖军区；不能转让、出租、抵押，只可分配给军人自用

老Q：小A，上面这些基础知识，你了解得怎么样了？

小A：通过学习，真让我大开眼界！以前我只知道土地有使用年限，但不知道不同的土地其使用年限也不一样。还有，以前我对房屋的分类也不了解，比如区分不开房改房、福利房。

老Q：是的，入了这一行，就要懂得这一行。只有你自己懂了，才能向客户解释清楚，客户才会信赖你，明白吗？

小A：知道，我一定会好好学习的。

老Q：那接下来，我们就来看看住宅与户型结构方面的常识。一般来说，客户在购房前，一般要了解户型结构，看是否达到自己的要求，因此，作为置业顾问，你就有必要向

客户详细介绍房子的户型，帮助客户分析利弊，以便客户做出决定。

小A：好，那您就快教教我吧。

四、住宅分类

住宅按照不同的分类标准，可以分成不同的种类。

1. 按高度分类

住宅按楼体的高度可以分为低层、多层、中高层、高层与超高层，具体如表1-4所示。

表1-4 住宅按高度分类

序号	类型	具体说明
1	低层住宅	指1~3层的住宅，主要指一户独立式住宅，或二户连立式和 multi 联排式住宅
2	多层住宅	指4~6层高的住宅，借助公共楼梯解决垂直交通，是一种最具代表性的城市集合住宅
3	中高层住宅	指7~9层的住宅
4	高层住宅	指10层以上的住宅
5	超高层住宅	指30层以上的住宅

2. 按房型分类

按房型可将住宅分为单元式住宅、公寓式住宅、复式住宅、跃层式住宅、花园洋房式住宅（别墅）、小户型住宅等，具体如表1-5所示。

表1-5 住宅按房型分类

序号	类型	具体说明
1	单元式住宅	也叫梯间式住宅，一般为多层住宅所采用，是一种比较常见的类型。每个单元以楼梯间为中心布置住户，由楼梯平台直接进入分户门；住宅平面布置紧凑，住宅内公共交通面积小；户间干扰不大，相对比较安静；有公摊面积，可保持一定的邻里交往，有助于改善人际关系
2	公寓式住宅	一般建在大城市里，多数为高层楼房，标准较高，每一层内有若干单户独用的套房，包括卧房、起居室、客厅、浴室、厕所、厨房、阳台等；有的附设于旅馆酒店之内，供一些出差旅游的中外客商及其家属中短期租用

(续表)

序号	类型	具体说明
3	错层式住宅	指一套住宅室内地面不处于同一标高，一般把房内的厅与其他空间以不等高形式错开，但房间的层高是相同的
4	复式住宅	一般是指每户住宅在较高的楼层中增建一个夹层，两层合计的层高要大大低于跃层式住宅（复式为3.3米，而一般跃层式为5.6米），其下层供起居用，如炊事、进餐、洗浴等，上层供休息、睡眠和贮藏用
5	跃层式住宅	指一套住宅占有两个楼层，由内部楼梯联系上下楼层。跃层户型大多位于住宅的顶层，结合顶层的北退台设计，因此，大平台是许多跃层户型的特色之一。室内布局一般一层为起居室、餐厅、厨房、卫生间、客房等，二层为私密性较强的卧室、书房等
6	花园式住宅	一般称作西式洋房或小洋楼，也称花园别墅。一般都是带有花园草坪和车库的独院式平房或二三层小楼，建筑密度很低，内部居住功能完备，装修豪华并富有变化。住宅内水、电、暖供给一应俱全，户外道路、通信、购物、绿化也都有较高的标准，一般是高收入者购买
7	小户型住宅	小户型的面积一般不超过60平方米。小户型的受欢迎与时下年轻人的生活方式息息相关。许多年轻人在参加工作后，独立性越来越强，再加上福利分房逐渐取消，因此在经济能力不太强、家庭人口不多的情况下，购买小户型住宅不失为一种明智的过渡性选择

3. 按套型分类

“套”是指一个家庭独立使用的居住空间范围，即每家所用的住宅单元的面积大小。住宅的“套型”也就是满足不同家庭生活的居住空间类型，也称作“户型”。按套型可将住宅分为一居室、二居室、三居室、多居室等。具体如表1-6所示。

表1-6 住宅按套型分类

序号	类型	具体说明
1	一居室	一居室在房型上属典型的小户型，通常是指一个卧室、一个厅（指客厅，一般很小）、一个卫生间和一个厨房（也可能没有）。其特点是在很小的空间里要合理地安排多种功能活动，包括起居、会客、储存、学习等；一般单价偏高，但总价较低，消费人群一般为单身一族。目前，一居室是一种稀缺户型，需求比较旺盛
2	二居室	一般有二室一厅、二室两厅两种户型，但二室一厅最为常见，是指有两个卧室、一个厅（客厅可兼餐厅，比一居室稍大）、一个卫生间和一个厨房。其特点是户型适中，方便实用，消费人群一般为新组家庭。二居室也是常见的一种小户型结构