

售楼冠军

之

战神兵法

SHOU LOU GUAN JUAN ZHI ZHAN SHEN BIN FA

销售行业的孙子兵法

商场即战场，销售如用兵
汇聚十余载行业实操经验让你走上冠军之路

陈正平 编著

陕西新华出版传媒集团
陕西科学技术出版社



陈正平著作 系列丛书



作者——陈正平

- 中国房地产十大营销策划专家
- 神驰商学院院长
- 西安神驰企业管理服务有限公司董事长
- 陕西神驰投资开发有限公司董事长
- 陕西正驰房地产营销策划有限公司董事长
- 陕西省家居建材商会常务副会长
- 西安神驰营销策划机构总裁
- 陕西省商贸市场商会常务理事
- 陕西省中小企业促进会常务理事
- 陕商商会常务理事

公司地址：西安市未央立交东南角
海联大厦

公司电话：029-89570937

公司网址：www.xascgl.com

房博村官网：www.fangbocun.com



售楼冠军

SHOU LOU GUAN JUN

之战神兵法

ZHI ZHAN SHEN BING FA

陕西新华出版传媒集团
陕西科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

售楼冠军之战神兵法 / 陈正平编著. -- 西安: 陕西科学技术出版社, 2015. 8
ISBN 978-7-5369-6524-9

I. ①售… II. ①陈… III. ①房地产业 - 销售 IV. ① F293.35

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 196286 号

售楼冠军之战神兵法

出版者 陕西新华出版传媒集团 陕西科学技术出版社
西安北大街 131 号 邮编 710003
电话 (029) 87211894 传真 (029) 87218236
<http://www.snstp.com>

发行者 陕西新华出版传媒集团 陕西科学技术出版社
电话 (029) 87212206 87260001

印刷 陕西天地印刷有限公司

规格 787 mm×1092mm 16 开本

印张 12

字数 196 千字

版次 2015 年 8 月第 1 版
2015 年 8 月第 1 次印刷

书号 ISBN978-7-5369-6524-9

定价 58.00 元

版权所有 翻印必究

序 言

“融资受限、利润缩水、债务压力、两头紧张、烽火连天……”，这便是中国房地产行业的基本现状，原来的“高富帅”在各种因素的影响下成了“老大难”，房地产行业进入了自2008年以来的最低点，钱远比以前难挣，房企的苦日子正在一步一步地逼近。“增收不增利”正成为整个行业面临的尴尬局面。当今社会，智能化、信息化已成为趋势，信息经济一日千里，我们不再缺乏理论知识，而急缺可借鉴的成功实战经验。

营销部门，作为房企的命脉部门，作为企业的先锋精锐部队，在竞争日益激烈的市场行业现状下，传统的套路和打法究竟还能不能适应当下的市场形势？以前，只要一套巧妙说辞、各种应客招数、派单技巧……似乎就是销售冠军的速成捷径。但在今天，如果没有深厚内力的积累，再厉害的招式也只是花拳绣腿，不堪一击。倘要问鼎销冠，需要月月保持不俗的业绩，更需要沉下心来练好内功，提升专业度和个人魅力。

然而，时代变了，不管你练的是传统的内家拳、外家拳还是武当太极剑，都挡不住行业飞机、大炮、互联网的革命与创新。“物竞天择，适者生存”，每一次的变革都会涌现出一批引领风骚的英雄团队，更会有无数按部就班不能顺应历史潮流的队伍灰飞烟灭。当然成功有一定的方法，失败有一定的原因。如何能在房地产大变革时期占领先机，赢在团队、赢在效能、赢在沟通、赢在时间、赢在大变革？《售楼冠军之战神兵法》便是在这样的行业背景下应运而生的，笔者如实总结了近15年来实战操盘的最有效经验，参考了数百家知名房地产企业的成功案例，系统地为我们阐述了房地产销售团队建立、文化导入、

团队打造、基本技能掌握、实战技巧应用、售楼冠军孵化、相关法律的知识构架，深入浅出，“实战+实效”的战神兵法，它的出现必将带给房地产从业者凤凰涅槃般的彻底改变。

需要强调的是，本书最大的特色就是接地气，没有深奥的宏观分析和难于理解的专业方法论，而是介绍实操性极强的系统解决方案和全面的个人修为心法。通过对数百个成功案例进行全过程和全方位剖析，不仅详细呈现了成功企业和冠军团队打造的步骤和方法，而且还总结出他们的思路、战略与战术，能让读者在潜移默化中全面提升个人的专业修为，水到渠成的迈向销售冠军之路。

本书得以顺利的呈现在各位面前，要特别感谢本书中相关案例的尝鲜者，是他们的勇敢实践和成功操作为本书提供了素材。感谢各位致力于房地产营销的研究学者们，尤其要感谢叶曙光先生的指导！希望本书能给战斗在一线的销售人员带来实地有效的收获。若有疏漏不足之处，还望各位同行及读者多多交流指正。

A handwritten signature in black ink, appearing to be the name '陈健' (Chen Jian), written in a cursive style.

目 录

第一篇 超级团队孕育金牌销售冠军

第一章 销售团队的建立 //2

一、认识团队 //2

二、为什么需要团队 //2

三、团队的作用 //2

四、团队目标的建立 //3

五、我们需要怎样的团队 //4

第二章 销售人员的价值体现 //6

一、我们的责任 //6

二、个人最大的价值体现：争当销售冠军 //7

三、销售人员对客户的服务内容 //8

四、客户喜欢什么样的销售人员 //8

第二篇 销售冠军入行法门

第一章 房地产基础知识 //12

一、房地产的概念 //12

二、房地产的特征 //13

三、房地产的类型 //13

四、房屋建筑结构分类标准 //14

五、房地产专业名词 //15

第二章 房地产法律、法规及合同 //31

- 一、房产面积测算 //31
- 二、共有建筑面积分摊 //35
- 三、名词解释 //38
- 四、商品房销售管理办法 //40
- 五、城市房地产抵押管理办法 //47
- 六、中华人民共和国房产税暂行条例 //53
- 七、中华人民共和国契税暂行条例 //54
- 八、中华人民共和国城市房地产管理法 //57

第三篇 销售冠军形象价值百万

第一章 销售礼仪 //70

- 一、仪容仪表 //70
- 二、言谈举止 //71
- 三、姿式仪态 //71
- 四、女员工发式 //72
- 五、男员工发式 //72
- 六、面容 //73
- 七、手 //73
- 八、服装 //73
- 九、握手的礼节 //75

第四篇 销售冠军接待八部曲

第一章 现场接待流程 //78

- 一、迎接客户 //78

- 二、安顿客户 //78
- 三、产品介绍 //79
- 四、洽谈及解除客户异议 //80
- 五、现场看房 //80
- 六、SP 配合及逼定 //80
- 七、填写客户资料 //81
- 八、成交收定 //82

第五篇 销售冠军电话沟通秘笈

- 第一章 电话接听技巧 //86
 - 一、房地产电话销售的特点 //86
 - 二、售房部电话的设置 //88
 - 三、基本接待标准 //88
 - 四、电话种类及处理技巧 //88
 - 五、电话应答步骤及接听技巧 //89
 - 六、电话邀约的技巧 //91

第六篇 销冠 SP 配合及逼定技巧

- 第一章 SP 配合 //96
 - 一、现场 SP 配合促销 //96
 - 二、讨论一下接待流程中的 SP 具体操作 //98
 - 三、带客户看现场阶段 //100
 - 四、认购洽谈阶段 //100
 - 五、客户下定后 //101

第二章 逼定的方法 //106

(一) 因时利导法 //106

(二) 顺水推舟法 //106

(三) 以情动人法 //107

(四) 以退为进法 //107

(五) 强势利导法 //107

(六) 利益引导法 //108

(七) 房源紧张法 //108

第三章 销售冠军如何“搞定”九种顾客 //109

一、夜郎型 //109

二、挑剔型 //109

三、急噪型 //109

四、自私型 //109

五、多疑型 //110

六、沉稳型 //110

七、独尊型 //110

八、率直型 //111

九、忧郁型 //111

第四章 销售冠军成交 16 篇 //112

一、如何了解顾客购买意见的信号 //112

二、怎样接待难以接近的顾客 //113

三、怎样化解顾客的疑义 //113

四、什么是销售过程中六个关键时刻 //114

五、怎样成为优秀的业务员 //118

六、消费者购买心理的七个阶段 //119

七、谈判中注意的细节 //119

八、常见的不良销售习惯 //120

九、影响客户接待的六个因素 //121

十、留住客户的方法 //121

十一、把握购买动机和消费层次 //122

十二、客户购买动机 //123

十三、消费层次 //125

十四、为客户营造良好的环境 //126

十五、做好接待总结 //127

十六、跟踪客户技巧 //128

十七、引言 // 132

第七篇 销售冠军实战演练之独孤九剑

第一章 销售冠军独孤九剑之总诀式：心法总纲 //158

一、房地产销售冠军宣言 //160

二、房地产销售冠军口号 //160

三、打通三关，突破自我，成就冠军梦想 //160

第二章 成就销售冠军的“独孤九剑” //161

一、第一剑：破剑式——电话营销 //161

二、第二剑：破刀式——现场接待 //166

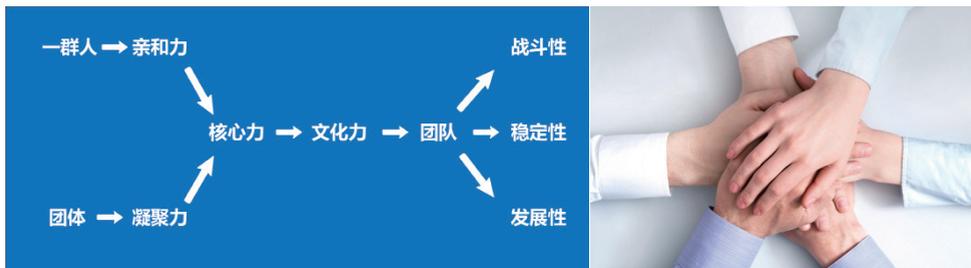
- 三、第三剑：破枪式——挖掘需求 //168
- 四、第四剑：破鞭式——房型推介 //172
- 五、第五剑：破索式——带客看房 //174
- 六、第六剑：破掌式——异议处理 //176
- 七、第七剑：破箭式——价格谈判 //179
- 八、第八剑：破气式——逼定成交 //180
- 九、第九剑：收心式——售后服务 //181



第一篇
超级团队孕育金牌销售冠军

第一章 销售团队的建立

一、认识团队



二、为什么需要团队

一个团队的成就就是建立在每个成员的成功之上，只有每个或更多的人因努力而成功，才会有团队的成就。一个团队的整体利益与个人利益直接关联，每个成员通过努力和奋斗才能让团队获取更大利益。在团队获得最大利益的同时，个人利益才能得到极大保证。

三、团队的作用

大雁的感觉

每到秋天，当你见到群雁为过冬而朝南方以“v”字队形飞行时，你也许想到某种科学论点已经可以说明它们为什么如此飞。当每一只雁展翅拍打时，造成其他的雁立刻跟进，整个雁群抬升。借着“v”字队形，整个雁群比每只大雁单飞时，至少增加 71% 的飞行能力。

分享共同目标与集体感的人们可以更快、更轻易地到达他们想去的地方，因为他们凭借着彼此的冲劲、助力而向前行。

当一只大雁脱队时，它立刻会感到独自飞行时的迟缓、拖拉与吃力，所以很快又回到队形中，继续利用前一只雁所造成的浮力。如果我们拥有像大雁一样的感觉，我们会留在队里跟那些与我们走同一条路，同时又在前面领路的人在一起。当领队的雁疲倦了，它会轮换到侧翼，另一只雁接替飞在队形的最前端。

一个团队的成就就是建立在每个成员的成功之上的，只有每个或更多的人因努力而成功，才会有团队的成就。一个团队的整体利益与个人利益直接关联，每个成员通过努力和奋斗才能让团队获取更大利益。在团队获得最大利益的同时，个人利益得到极大保证。



轮流从事繁重的工作是合理的，对人或对雁都一样。

飞行在后的大雁会利用叫声鼓励前面的同伴来保持整体的速度。当我们在后面叫喊时，传达什么样的讯息？

最后——而且是最重要的——当一只大雁生病了，或是因枪击而受伤，从而脱队，另外两只雁会脱队跟随它，来帮助并保护它。它们跟着落下的雁到地面，直到它能飞或者死掉。而且只有在那时，另两只雁才会再飞走，或随着另一队雁来赶上它自己的队伍。

如果我们有大雁的感觉，我们将像它们一样互相扶助、成就并温暖。

四、团队目标的建立

没有了梦想，就不会有理想；没有了理想，就不会有信念；

没有了信念，就不会有计划；没有了计划，就不会有行动；

没有了行动，就不会有成果；没有了成果，就不会有喜悦。

确立自下而上的目标建构体系，

是团队目标达成的保证。

请自问并写下：

建立团队的目的；

我们在哪里？在干什么？

我们到哪里去？去干什么？

我们怎么去？怎么干？

梦想

1. 目标确立的 6 个步骤

第 1 步：确定目标，先明确目的，再定出目标；

第 2 步：探索达成目标的各种途径及手段、方法；

第3步：选择最佳途径；

第4步：把最佳途径转化为行动方案（到每日、每周、每月的工作目标）；

第5步：编排每日或每周的工作次序并加以执行；

第6步：定期检查目标的现实性以及完成目标的最佳途径的可能性。

当目标与现实存在差距时应改进方法，而不是改变目标。

2. 目标确立的6个原则

(1) 目标必须是你（团队）自己的。自己的目标才会有原动力。至少应该不是你参与的。参与的目标才会有行动力。

(2) 目标必须切合实际。既可以达成，又具有挑战性。

(3) 目标必须以书面形式体现。可以提醒自己（团队），表明决心；同时不易忘掉，便于协调和超越。有助于目标内容的清晰。

(4) 目标必须具体可以衡量。

五、我们需要怎样的团队

专业与规范的房地产市场需要专业高素质的营销队伍，专业高素质的营销队伍是当今房地产公司赢得市场的法宝。体会这个重要性才能建设出具有竞争力的队伍。



销售团队是房地产公司的一张“脸”，是公司先于产品对市场进行的展示，专业的素质、优越的服务是吸引市场的基础。对销售人员加强专业及服务培训是建设一个优秀的销售团队必经的途径。

优秀的团队需要通过规范的流程来降低工作中出现的问题，更需要严格的制度来约束行为避免涣散，保证团队的竞争力、执行力。“流程化”“制度化”的管理是团队建设的重要保证。

冠军团队的要求与标准

围绕“品牌”建立开展团队建设，建立规范的营销服务流程表；

根据流程建立与完善相关流程制度，严格管理，提升队伍的执行能力；

提升服务品质，建立服务监督系统，促进员工服务心态的转变；

积极开展专业知识培训，增强销售人员的谈判技巧；

积极开展礼仪妆容培训，提升队伍形象。

你离冠军团队还有多远？

