

房地产买卖
指导丛书

售楼技巧

售楼人员的

38堂
必修课

提升自身专业素质
洞悉客户购买心理

掌握成功售楼步骤
领悟售楼精髓所在

范志德 编著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS




房地产买卖
指导丛书

售楼技巧

售楼人员的

38[◎]堂
必修课

提升自身专业素质 掌握成功售楼步骤
洞悉客户购买心理 领悟售楼精髓所在

范志德 编著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书从售楼人员必备的基本理论知识开始,讲解了房地产销售的一般程序和常规销售技巧。本书共分5部分,38堂精彩课程,使业内人士能够了解房屋销售工作的基本知识与技能;熟悉售楼实战的一般步骤与方法;掌握售楼人员的自我管理技巧;亲身感受售楼实战演练。

本书将帮助从业人员迅速提升自身素质,以拥有顶尖售楼人员的特质,掌握成功售楼的步骤,洞悉客户购买心理、购买行为,并掌握解决疑难问题的诀窍。

本书适用于从事售楼工作的相关人员,从事销售培训的工作人员,以及高等院校相关专业的师生。

图书在版编目(CIP)数据

售楼技巧:售楼人员的38堂必修课/范志德编著. —北京:机械工业出版社, 2008.1

(房地产买卖指导丛书)

ISBN 978-7-111-22810-3

I. 售… II. 范… III. 房地产—市场营销学 IV. F293.35

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第177650号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

责任编辑:宋晓磊 责任校对:张玉琴

封面设计:鞠 杨 责任印制:李 妍

保定市画美凯印刷有限公司印刷

2008年1月第1版第1次印刷

160mm×239mm·13.5印张·2插页·342千字

标准书号:ISBN 978-7-111-22810-3

定价:41.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换
销售服务热线电话:(010)68326294

购书热线电话:(010)88379639 88379641 88379643

编辑热线电话:(010)88379775

封面防伪标均为盗版

前言

房价节节攀升，市场持续火爆，房地产业已经成为国内最具活力的产业，售楼也成为一份令人羡慕的职业：心动的高收入、优雅的工作环境、良好的人际关系圈子……

心动了？那就行动吧。加入到这一黄金职业，从这里开拓你的成功事业，踏上你光明的职业道路。不要害怕你毫无经验，不要担心你知识贫乏，只要能踏踏实实地看完这本书，学完这里的38个课程，真正领悟到售楼的精髓所在，你就会发现，原来售楼并不是一件太难的事，其实成功离你很近！

枯燥的理论知识总是让人昏昏欲睡，而本书则讲求语言的通俗易懂、办法的简单实用，强调通过生动具体的案例让你活学活用，循序渐进地启发你的思维，引发你的学习兴趣，快速提升你的售楼水平。

第一部分：真正认识你的职业。要做好一份工作，首先需要全面、透彻地理解它，明白它是一份什么样的工作，从事这份工作有什么意义，如何才能做好这份工作。给自己一个明确清晰的定位，树立良好的心态，培养正确的售楼理念和职业素质，将会让你工作起来充满干劲，从而在工作中得心应手，克服所有的困难。

第二部分：高手不打无准备的仗。磨刀不误砍柴工，在正式售楼之前，你还必须学会包装自己，以完美的第一形象站在“上帝”的面前；“知己知彼”，对自己的产品和竞争对手了如指掌，方能做到“百战不殆”；而找准客户，采取多种渠道高效率地开发潜在客户，则能让

你事半功倍。

第三部分：无招胜有招的销售技巧。不用说，售楼技巧是你最为关心的部分了。在这里，你将学会如何接听售楼热线、如何接待来访客户、如何推介楼盘及户型、如何带领客户参观现场、如何处理异议、如何促成交易、如何守价议价、如何处理客户投诉和退换房、如何做好售后服务等一系列与售楼有关的销售技巧。

第四部分：让客户跟着你走。销售是要引导客户，而不能被客户牵着鼻子走。你要学会察言观色，找出客户的秘密，获取客户的好感，与客户有效地沟通，对不同的客户要有不同的应对技巧，对不同的购买心理和购买动机要有不同的引导策略，最后成功地说服客户，让客户心甘情愿地掏钱。

第五部分：销售问答技巧。今天的售楼人员，不但是房地产开发商的主力军，是企业的形象代表和销售代表，而且还是能为客户提供专业服务的“置业顾问”。购房涉及到很多专业知识，然而客户毕竟不是专家。为此，你需要不断地学习专业知识，提升专业素养，为他们提供专业的顾问服务。

38 堂课，成就行业经验与水平。从售楼准备、售楼技巧到把握客户，本书一步步地帮助你提升自我。只要每天抽出一段时间，学习一堂课，你就会受益匪浅，你就能很快成为一名优秀的售楼人员。

准备好了吗？开始进入我们为你精心准备的课程吧！

目 录

前言

第一部分 真正认识你的职业 1

第1堂课 你不仅仅是个售楼人员——给自己一个明确的定位 3

第2堂课 要把你的根扎得深一些——培养正确的售楼观念 9

第3堂课 好好看看你还欠缺什么——素质要比技巧更为重要 16

第4堂课 你只是公司中的一员——培养你的团队协作精神 22

第5堂课 输入决定输出——心态决定你的销售成果 37

第二部分 高手不打无准备的仗 45

第6堂课 不要忘了打扮你自己——塑造你的职业化形象 47

第7堂课 不要告诉客户不知道——请对你的楼盘了如指掌 63

第8堂课 不要把梳子卖给和尚——快速找出你的客户来 73

第9堂课 不要被对手给蒙蔽了——让自己充当一次“007” 85

第三部分 无招胜有招的销售技巧 93

第10堂课 如何接听售楼热线 95

第11堂课 如何接待来访客户 110

第12堂课 如何向客户介绍楼盘 120

第13堂课 如何让介绍生动起来 135

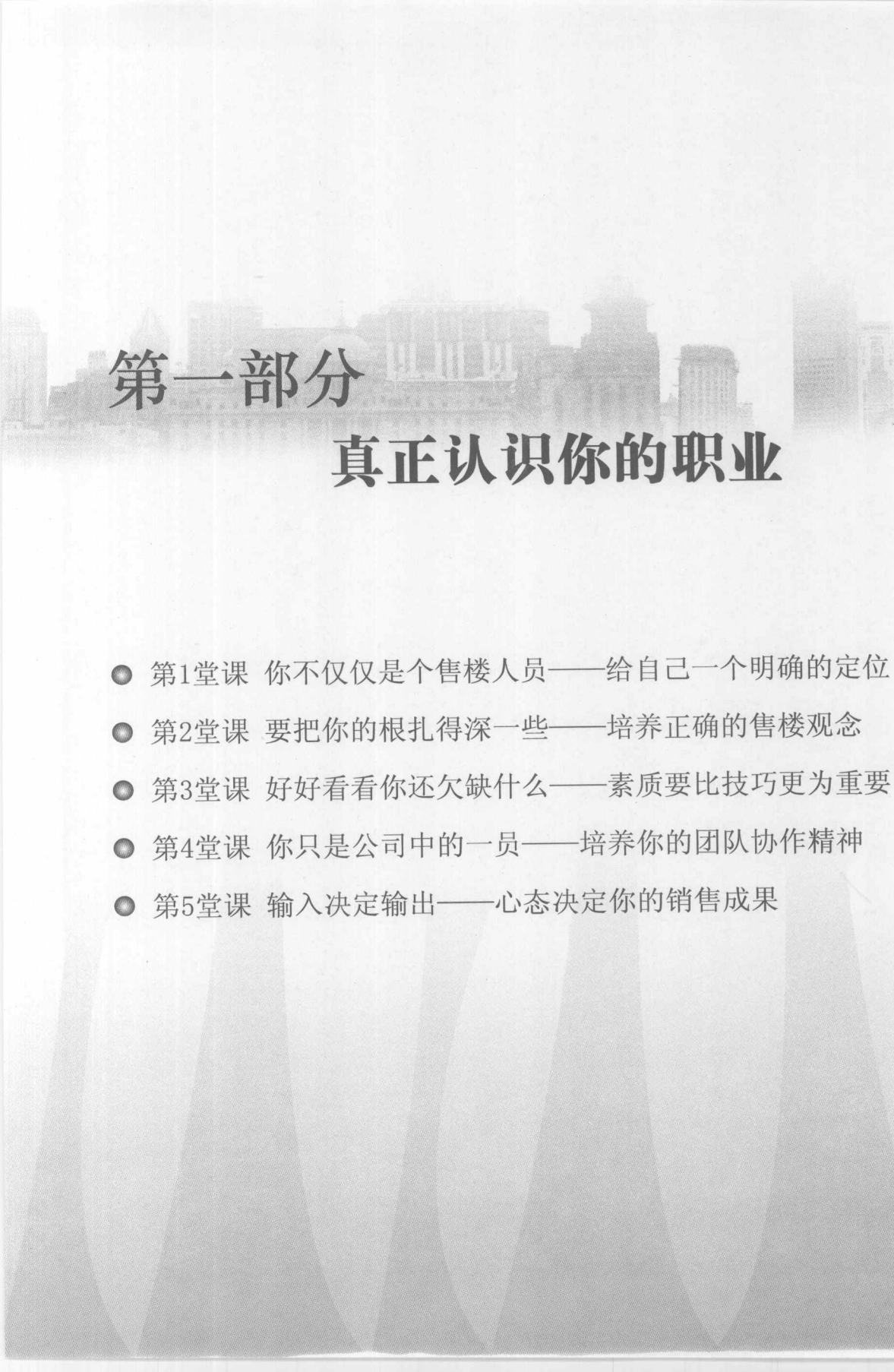
第14堂课 如何推介具体单元 148

第15堂课 如何带客户参观现场 153

第16堂课 如何正确对待异议 162

第17堂课 如何成功处理异议 175

第 18 堂课	如何面对客户拒绝	192
第 19 堂课	如何进行客户追踪	201
第 20 堂课	如何议价与守价	215
第 21 堂课	如何主动建议购买	232
第 22 堂课	如何推客户一把	246
第 23 堂课	如何处理客户退换房	254
第 24 堂课	如何处理客户投诉	262
第 25 堂课	如何做好售后服务	275
第四部分 让客户跟着你走		283
第 26 堂课	人以群分——不同客户类型的应对	285
第 27 堂课	兵来将挡——识别客户的购买动机	296
第 28 堂课	水来土淹——掌握客户的购买心理	302
第 29 堂课	察言观色——找出客户的秘密来	310
第 30 堂课	投其所好——获取客户好感的要诀	317
第 31 堂课	重在沟通——吸引客户的交谈方式	324
第 32 堂课	赢在说服——让客户心甘情愿地掏钱	342
第五部分 销售问答技巧		349
第 33 堂课	房地产开发问答技巧	351
第 34 堂课	建筑规划问答技巧	367
第 35 堂课	销售常识问答技巧	382
第 36 堂课	面积测算问答技巧	398
第 37 堂课	按揭贷款问答技巧	406
第 38 堂课	产权税费问答技巧	416
参考文献		424

A faded, grayscale image of a city skyline with various buildings and structures, serving as a background for the text.

第一部分

真正认识你的职业

- 第1堂课 你不仅仅是个售楼人员——给自己一个明确的定位
- 第2堂课 要把你的根扎得深一些——培养正确的售楼观念
- 第3堂课 好好看看你还欠缺什么——素质要比技巧更为重要
- 第4堂课 你只是公司中的一员——培养你的团队协作精神
- 第5堂课 输入决定输出——心态决定你的销售成果

第 1 堂课

你不仅仅是个售楼人员

——给自己一个明确的定位

“每一个销售人员都应以自己的职业为傲。销售人员推动了整个世界。如果我们不把货物从货架上与仓库里运出来，美国整个社会体系就要停止。”

——乔·吉拉德

你是谁——售楼人员的角色定位

售楼，其实是一种销售活动，是对销售的具体化说法，它直接表明了销售对象，即房屋以及附于房屋之上的社会地位与居住文化。

从事售楼这种销售活动的，就是在座的各位——售楼人员，通常又称为房地产销售代表、置业顾问等。

与普通的营业员、业务员相比，售楼人员具有更深层次的含义：售楼人员是通过现场服务引导客户购买、促进楼盘销售，为客户提供投资置业专业化顾问式服务的综合性人才。也就是说，由于销售对象的特殊性，售楼人员扮演了双重身份与角色。

1. 开发商的主力

从开发商的角度来看,产品的“同质化”使市场竞争不断地向纵深方向发展,服务在销售中所起的作用越来越大,企业应变市场变化的能力也需要越来越灵敏。近十几年来,这种现象在中国的房地产市场日益凸显,而处在与客户接触第一线的售楼人员,他们在企业中发挥了重要作用。他们在现场劝服客户,是促成客户最终购买的主力;他们处于销售最前线,把握着市场的最新动态,是客户实际需求的第一反馈者;他们是企业的形象代言人,其服务态度、精神面貌直接反映着企业的经营理念、价值取向;他们更为深入了解客户,是客户对企业宣传、营销手段反映的直接感应者,是将客户意见反馈给企业的媒介。

2. 客户的专家顾问

从客户的角度来看,购房是一生中的大事,周密考虑、慎重选择是必要的。毕竟,购房不同于购买其他产品,它涉及到很多的专业知识,如地段的考察、同类楼盘的比较、户型格局的评价、建筑结构的识别、住宅品质的检测、价值的推算、面积的测量、付款按揭的计算及合同的签署、产权办理等。

然而,客户毕竟不是专家,对楼盘的建筑规划、建筑材料、建筑结构、户型设计等方面认识有限。虽然产品的“同质化”能让他们从容地决策、理性地选择,但要在几个质量、价格等方面几乎一致的楼盘之间选择最合适的,毕竟不是件容易的事。有时候,客户会求助于身边曾经购过房的亲戚、朋友、同事,但同是“门外汉”的亲朋好友最多也只能凭经验,送一点“安慰剂”而已,提不出具有建设性的意见和建议。因此,客户最需要的是能给予他们客观评价、专业建议的置业专家。

可见,一名合格的置业专家,必须能够从地段发展趋向、建筑规

划理念、绿化环境设计、楼盘比较、户型与人居活动关系、按揭付款计算、合同签署、产权办理等方面给予客户专业、中肯的意见。

因此，作为售楼人员，不仅仅是一名销售人员，还是一位置业专家、购房专业顾问。引导客户购房，为客户提供专业的咨询平台，是售楼人员的职责所在。如果你刚入行，就更应该通过系统的培训与学习，全面掌握房地产专业知识，以更好地服务于客户。

你面对谁——售楼人员的服务对象

从上面对售楼人员的角色分析中，我们可以发现，售楼人员的服务对象其实有两个：一个是企业，一个是客户。

1. 对企业的服务

作为企业中的一员，你拿了企业付给你的工资，自然要为企业服务。对于售楼人员来说，其对企业的服务主要体现在以下几个方面：

(1) 传播企业文化。作为企业的形象代表和代言人，售楼人员是企业经营理念和企业文化的重要传播途径。

(2) 销售企业产品。售楼人员作为销售人员，是通过其掌握的专业知识，为客户提供良好的服务，引导客户购买企业的产品。

(3) 提供市场信息。售楼人员居于市场第一线，与消费者最先接触，是买方市场信息的集散地。企业可以通过售楼人员获取第一手市场信息，如消费者所需户型、楼盘功能及价位等，以便作出准确的市场定位，为项目规划设计、营销推广等提供先决条件。

2. 对客户的服务

对于销售人员来说，失去了客户也就失去了一切。由此可见，为客户提供良好服务是如此的重要。售楼人员要做到以下几个方面：

- (1) 及时、客观地向客户传递有关企业和楼盘的信息。
- (2) 了解客户对楼盘的兴趣和爱好,帮助客户选择最能满足他们需要的楼盘。
- (3) 向客户介绍所推荐楼盘的特性、优点以及所能带给客户的利益。
- (4) 回答客户提出的疑问,帮助客户消除顾虑。
- (5) 为客户提供售楼服务,并协助客户办理相关手续。

你的使命——售楼人员的工作职责

对于售楼人员,只有明确自己的工作职责,才能做好自己的本职工作。售楼人员通常需要做好以下工作:

- (1) 推广企业形象,传递企业信息。
- (2) 了解楼盘情况,积极开发寻找客户。
- (3) 主动热情地向客户介绍项目、推荐户型。
- (4) 为客户提供专业的置业咨询服务。
- (5) 按照企业的服务标准、制度要求,始终保持高水准的服务素质。
- (6) 完成每月的销售业绩,并力争有所提升。
- (7) 保持整个销售现场的干净整洁。
- (8) 及时向售楼经理反映客户的情况。
- (9) 准时提交某一工作期间的总结报告。
- (10) 努力培养市场意识,及时进行市场调研,掌握竞争对手及目标客户情况。
- (11) 爱护售楼道具,如模型、灯具、售楼书等,也包括自己的制服、工卡等。
- (12) 在任何时刻都要进行专业知识及业务水平的自我补充和提

高。

(13) 具有良好的职业道德，严格遵守企业的各项规章制度。

你的收获——售楼人员的丰厚报酬

在一般人眼里，房地产是暴利行业，售楼是一份高薪工作。不可否认，作为一个高风险、高利润的行业，房地产销售往往采取“底薪+提成”的报酬制度，在当今房地产市场持续火爆的情况下，必然会带给售楼人员高薪收入。除此之外，从事房地产销售还能带来许多的好处。

1. 销售是自由有趣的

如果你已经厌倦了机械化、技术性的办公室工作，那么，销售或许能激发你的乐趣和干劲。

在销售这个行业里，你无须每天呆坐于办公室，面对电脑、翻阅文件，你可以在工作时间内做自己想做的事情，并且这些事情能够让你增长见识、开阔视野，培养各方面的能力，最终取得事业上的成功。

很多人之所以热爱销售工作，就是因为它轻松有趣，可以与客户谈心、寒暄，可以谈论与工作完全无关的事情，如新闻、天气、球赛、家庭，等等。你为了生计工作着，却又不感到乏味。试问，有谁能拒绝得了这样的工作？

2. 销售可以自己掌握命运

日本推销之神原一平说过：销售是一项报酬很高的艰难工作，也是一项报酬很低的轻松工作。也就是说，销售人员可以选择自己喜欢的生活方式。要成就事业、高人一等，就必须加倍努力，付出比别人更多的汗水；要轻松平稳地过日子，就可以没有压力，轻松、快乐地

工作。因此，销售人员的命运就掌握在自己的手里。

3. 成功的销售让你充满成就感

从事销售这一行业，兜里揣满大把大把的钞票并不奇怪。只要努力，就能获得所期盼的成功，就有令人刮目相看的一天。

当然，除了物质上的收入，还有来自精神上的享受。当你顺利地卖出房子，给客户一个美好的家园，看着客户一家人高高兴兴地享受乔迁之喜、老人无忧无虑享受天伦之乐、小孩蹦蹦跳跳游玩于小区公园内，强烈的成就感将让你更加热爱销售工作，更加热爱售楼工作。

8

4. 你将通过不断挑战获得最终的成长

每天面对新的挑战，这是销售工作的特别之处。对于销售人员来说，每一天都是新的开始，都有新的挑战。你是不是感觉到这样的工作很刺激？

挑战，鼓舞你向前，而不是怂恿你倒下。要做好销售工作，就要多学一点、多努力一点，要付出比别人更多的努力。你要始终对自己有信心，因为即使在几个小时内体验到了从兴奋满足的最高点跌进失望气馁的最低点，你也不能断定就真的没有机会。你要相信自己是赢得新的客户，会获得新的成功。

有挑战就有成长。在享受兴奋快乐的同时，你是否有所成长？是的，每天与不同的人打交道、解决不同的问题，面对无数次的失败，即使跌倒也要马上爬起来，怎么能不成长呢？

充满挑战的销售能够发展你的潜能、激发你的自我成长。不要因为工作范畴的限制而约束自己的成长。在销售领域，一个人的成长是无可限量的。

第2堂课

要把你的根扎得深一些

——培养正确的售楼观念

大多数售楼人员都非常重视销售技巧的学习，他们往往把失败归结于销售技巧的欠缺。其实，销售观念要远远比销售技巧来得重要。因为，售楼出现问题十之八九来源于本身。要治标治本，必须培养正确的售楼观念。

一个只懂得销售技巧与方法的售楼人员就像扎根不够深的大树一样，经不起风吹雨打，经不起任何考验。

客户至上观

水可载舟，亦可覆舟。任何企业、任何产品，都是从一诞生就和客户紧密联系在一起，没有客户就没有市场。同样，没有客户也就无所谓销售人员。对于销售人员来说，客户是一笔很重要的财富，只有客户购买了产品，才能实现产品的价值，才能实现企业的财富，才能提升销售人员的业绩，才能体现销售人员的价值。

客户是上帝、是我们的衣食父母。我们要培养客户至上观，不论

什么时候都把客户放在第一位，尊重客户、关爱客户，对客户体贴入微、服务周到。我们要把客户至上观作为工作中铁的定律。

因为市场有需求，才有销售人员的存在和发展。事实告诉我们，市场的导向就是客户至上。时刻保持对客户需求敏锐的观察力与迅速的反应力是我们必备的技能。如果不能得到客户的青睐，无论你的服务和产品是何等优良都是枉然的。

在销售中，我们要真诚面对客户，以客户的利益为重。试想，如果你具有以下思维，是不是会做得更好？

(1) 告诉自己，你对客户有多忠诚，客户就对你有多忠诚。因此，你首先要保证对客户高度的忠诚。

(2) 梦想自己成功，就必须先保证客户购房的成功。最好的做法是，以成就客户的梦想作为实现自己梦想的途径。

(3) 楼盘有时候并不能吸引客户的兴趣，你能做的是要高度关注客户，以客户的需求作为工作的重点。

(4) 即使有矛盾，也不要慌张。以友好的态度、专业的知识、热情的服务一定能够化解所有的矛盾，让客户露出满意的笑容。

从本质上来说，售楼人员的努力就是为了满足客户的需求，客户的满意就是我们工作的方向和目标，就要真正做到以客为尊、客户至上。那些一意孤行，不把客户的利益放在眼里的人，无异于是砸企业的牌子，丢自己的饭碗，最终将一败涂地。

诚信为本观

礼、诚、忠、孝、义、信是一个人必须具备的美德，其中又以诚信为本最为重要。诚、信是什么？诚为真诚、诚实；信为遵守承诺、讲信用。

诚信的基本含义是守诺、践约、无欺。中国传统的商帮“晋商”