

- ❖ 110个成功售楼故事
- ❖ 90个卖房秘诀
- ❖ 每天学习一章
- ❖ 10日即可轻松成为售楼高手



售楼高手

张思光 冯章/编著

10日通

SHOULOUGAOSHOU 10 RI TONG



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

- ✦ 110个成功售楼故事
- ✦ 90个卖房秘诀
- ✦ 每天学习一章
- ✦ 10日即可轻松成为售楼高手



售楼高手

张思光 冯章/编著

10日通

SHOULOUGAOSHOU 10 RITONG



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

售楼高手十日通/张思光, 冯章编著. —北京: 中国经济出版社, 2008. 3

ISBN 978 - 7 - 5017 - 8432 - 5

I. 售… II. ①张…②冯… III. 房地产—市场营销学 IV. F293. 35

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 006376 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 余静宜 (电话: 010 - 68359421; Jingyi_v@126.com)

责任印制: 张江虹

封面设计: 华子图文

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京市昌平新兴胶印厂

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印张: 16 字数: 226 千字

版 次: 2008 年 3 月第 1 版

印次: 2008 年 3 月第 1 次印刷

印 数: 5000 册

书 号: ISBN 978 - 7 - 5017 - 8432 - 5/F · 7424

定价: 32.00 元

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

国家版权局反盗版举报中心电话: 12390

服务热线: 68344225 68341878

告读者朋友

据调查，售楼人员平均月收入在 5000 元以上，部分售楼高手很快拥有了私家车和房子，成为百万富翁的例子也不少见。他们凭借良好的售楼知识、技能成为了日渐崛起的“新贵”一族。

由此可见，在楼盘开发浪潮更加火爆的趋势中，售楼人员的前景十分广阔。所以掌握一定的售楼技巧非常关键。这对于售楼人员提升工作业绩和个人生活质量都具有重要的意义。

经过我们调查，从目前图书市场来看，介绍这一类的图书大多层次要点不清，操作性不强。为了帮助即将涉足和初入售楼行业的英才轻松地掌握售楼的必备知识和重要技巧，我们特此组织和聘请了售楼行业的有关专家，一同精心地编撰了此书。

全书共分 10 章（每日学习一章，十日即可掌握），分别讲述了优秀售楼人员的必备基础知识、素质和礼仪、售楼的八大流程、学会洞察客户、引导客户看楼技巧、魅力语言技巧、谈判致胜、消除客户异议的实用方法、楼盘销售谋略和楼盘促销技巧等实用内容。

掌握上述十大知识和技能很快就会成为一个收入丰厚的售楼高手。

该书最大的与众不同的特点是：

（1）专门增设了“专家建议”、“避开误区”栏目，以及“实践练习”等特色版块。

(2) 每小节均精选典型实例，供读者学习。

(3) 每章后附有售楼高手成功秘诀故事。

(4) 全书分为十章，每章约十个问题，均为问答形式。

许多售楼中的实际问题在本书中都能得到圆满的答案，因此，具有很强的针对性和实用性。

参加本书编写的人员有：冯章、李少伟、白战锋、蔡少恒、许军珂、冯三寿、周树清、李菱、许军珂、张德斌。

作者

目 录

第 1 章 • 打造售楼高手：必备知识

- 1☞ 房地产营销的特点有哪些？ (2)
- 2☞ 商品房预购预售管理的主要内容是什么？ (5)
- 3☞ 什么样的房屋买卖才具有法律效力？ (10)
- 4☞ 客户购房程序有哪些？ (13)
- 5☞ 购房贷款的种类与条件是什么？ (15)
- 6☞ 客户申请贷款有哪些程序？ (16)
- 7☞ 楼盘调研的基本参数是什么？ (18)
- 8☞ 如何计算房地产面积？ (20)
- 9☞ 施工图中常用符号的含义是什么？ (21)
- 10☞ 怎样阅读建筑施工图？ (26)

第 2 章 • 提升素质、塑造风采

- 1☞ 售楼人员应具备哪些理论基础？ (36)

- 2☞售楼高手应具有哪三种心理素质? (38)
- 3☞售楼高手最显著的特征是什么? (40)
- 4☞售楼人员有哪些主要义务? (43)
- 5☞售楼人员的基本要求是什么? (45)
- 6☞售楼人员开发客户的重要方法有哪些? (47)
- 7☞楼盘销售有哪 10 种常用方法? (48)
- 8☞售楼人员应注重哪些礼仪规范? (51)
- 9☞什么样的着装最适合售楼人员? (54)
- 10☞怎样掌握好交往礼节 (56)

第 3 章 • 售楼业务八大流程

- 1☞售楼人员的一般工作程序是什么? (64)
- 2☞怎样进行楼盘调查与分析? (66)
- 3☞如何寻找潜在客户? (70)
- 4☞怎样进行现场接待? (72)
- 5☞如何进行楼盘介绍 (74)
- 6☞如何做好客户追踪工作? (76)
- 7☞签约应注意哪些事项? (77)
- 8☞收取定金应遵守哪些规范? (78)
- 9☞如何办理房屋入住手续? (79)

第 4 章 • 学会洞察客户的心

- 1☞怎样学会观察客户? (86)



2 怎样透视客户的性格特征?	(88)
3 如何认识购买行为	(92)
4 影响购买行为的主要因素有哪些?	(94)
5 如何分析消费者自身因素对购买的影响?	(97)
6 怎样分析一般因素对购买的影响?	(101)
7 影响写字楼销售的主要因素是什么?	(102)
8 影响商业楼销售的主要因素是什么?	(103)

第 5 章 • 引导客户看楼技巧

1 怎样选择合适的楼盘?	(108)
2 如何设计合理的看楼方案?	(109)
3 引导客户的途中有哪些交流秘诀?	(110)
4 引导客户看房应注意哪些礼节?	(112)
5 介绍现房应遵循哪些原则?	(113)
6 介绍现房的要点是什么?	(115)
7 引导客户看期房有哪些技巧?	(118)

第 6 章 • 售楼高手的语言技巧

1 如何掌握赞美客户的技巧?	(128)
2 什么样的推销说明最有效?	(129)
3 如何使语言产生感染力	(131)
4 怎样了解客户的身体语言?	(132)
5 说服的技巧有哪些?	(134)

6 怎样掌握电话洽谈的技巧？	(137)
----------------	-------

第7章 • 在谈判中致胜

1 如何做好房地产谈判的准备？	(146)
2 房地产谈判的步骤有哪些？	(148)
3 房地产谈判的要领是什么？	(150)
4 谈判应掌握哪些语言策略？	(153)
5 谈判应把握哪些言行准则？	(154)
6 如何应对对方的讨价还价？	(157)
7 如何掌握因人而异的应对技巧？	(158)
8 怎样掌握倾听的技巧？	(160)
9 怎样掌握提问的技巧？	(163)
10 怎样掌握回答的技巧？	(165)
11 怎样掌握论辩的技巧？	(167)

第8章 • 打消客户异议的诀窍

1 客户异议的类型与特点是什么？	(172)
2 处理异议应保持什么样的态度？	(173)
3 怎样用直接反驳法消除客户异议？	(175)
4 怎样用间接处理法消除客户异议？	(177)
5 运用将计就计法应注意哪些要点？	(179)
6 如何运用询问法？	(181)
7 如何运用视而不见法？	(183)



8 如何运用补偿法?	(185)
9 如何运用预防法?	(187)

第 9 章 • 楼盘销售谋略

1 楼盘营销的产品策略有哪些?	(194)
2 怎样掌握楼盘的定价策略?	(196)
3 楼盘营销的渠道策略是什么?	(198)
4 如何掌握楼盘营销的广告策略?	(201)
5 怎样掌握对夫妻二人的推销技巧?	(205)
6 怎样消除客户风水方面的疑虑?	(207)
7 楼盘销售的诀窍有哪些?	(208)
8 最新的销售秘招有哪些?	(210)
9 网上销售的三大优势是什么?	(212)
10 影响楼盘销售的 9 大因素是什么?	(214)
11 成功销售有哪 21 个细节?	(217)

第 10 章 • 楼盘的促销技巧

1 怎样掌握楼盘营销的促销策略?	(226)
2 楼盘促销的核心是什么?	(231)
3 怎样运用虚实结合的促销术?	(232)
4 怎样运用欲擒故纵的促销术?	(234)
5 怎样掌握低价促销策略?	(235)
6 怎样运用环境因素促销?	(236)

售楼高手十日通
SHOU LOU GAO SHOU SHI RI TONG

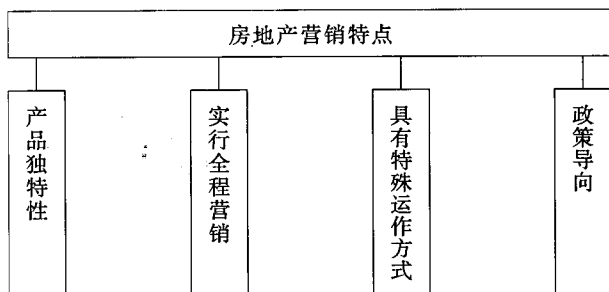
- 7☞怎样发挥品牌促销的效应? (238)
- 8☞服务促销的实质是什么? (240)
- 9☞楼盘促销有哪些炒作方法? (242)

第1章 打造售楼 高手：必备知识

售楼高手的首要前提就是要具备良好的基础知识，掌握一定的行业常识，这是成为优秀售楼人员的必然要求。因此，具备良好的基础知识和行业知识是售楼人员培训和自我学习的重要内容之一。

本章重点讲述了房地产营销的特点；商品房预购预售的管理；什么样的房屋买卖才具有法律效力；购房贷款的种类、条件与程序，以及常用的房屋图表知识等。

1. 房地产营销的特点有哪些？



房地产营销是当今活跃在商务经营场上的一个热门话题，它不仅是开发商运营的产业，更是售楼人员必须掌握的一门知识。因此，任何一个优秀的售楼高手都必须对房地产的实质含义及其营销特点予以了解。

所谓房地产，简单而言，就是指房产和地产的总称，也称不动产。房地产市场有狭义和广义之分：从狭义上讲，房地产市场是指房地产产品买卖、租赁、抵押、典当等交易的活动场所；从广义上讲，房地产市场是指整个社会房地产交易关系的总和。房地产市场是由地产市场和房产市场有机结合而成，二者既有相对独立的内容，也有着密不可分的联系。下面就房地产营销的特点阐述如下：

(1) 房地产营销的含义

所谓房地产营销是指由房地产开发经营企业从事的适应动态变化的房地产市场的活动。即指通过市场调研，从市场需要出发，提供适当数量、质量的房地产产品，并通过适当的渠道和营销手段使其在符合供方、需方和社会利益的情况下，顺利地到达有关顾客手中的整个过程。房地产营销的要领主要有以下几层含义：

① 房地产营销的目的是满足消费者对房地产产品的需求

作为房地产企业只有通过市场了解消费者对房地产产品的需求，并且以需求为导向，进行经营活动，这才是现代营销的观念。



② 房地产的需求包括现实需求和潜在需求两个方面

现实需求是指已经存在的市场需求，它表现为消费者既有一定的欲望又有一定的购买力，并通过实际购买行为来满足需求而形成的现实市场。潜在需求是指消费者对市场上现实不存在的产品或劳务的强烈需求，是一种处于隐性的市场关系。善于发现和了解市场的潜在需求是房地产营销的重要任务。



专家建议

现代的市场营销不仅要满足消费者的现实需求，实现房地产产品交换，更应该针对消费者的潜在需求，开发新产品并积极引导消费者购买新产品，将顾客的潜在需求转为现实需求。

③ 房地产营销的中心是实现产品的交换

一切的经营活动、营销策略都是围绕交换展开的，交换是实现产品价值、产品再生产良性循环的重要环节。

④ 房地产营销是综合性的整体营销

房地产营销的信息最广泛、最灵活，这要求企业既要在外部市场营销上运用多种营销策略，实现最佳的营销组合，也要在企业内部强化全员营销意识，配合营销部门捕获信息争取顾客，以实现整体营销。

(2) 房地产营销的特点

房地产市场营销是市场营销的分支，就市场营销的一般原理及其策略而言，都可以在房地产领域得到很好地运用。但是，房地产产品和房地产市场本身又具有鲜明的特点，这决定了房地产营销在运用市场营销的一般原理及其策略时又有别于其他行业，因此其本身具有独特的特点。

① 房地产产品的独特性

房地产产品的独特性表现为房地产行业几乎没有绝对相同的产品，消费者及营销人员所面临的环境基本上都是全新的，这就决定了在营销方法和策

略上会有相对不同之处。例如，房地产产品的固定性的特点使其不像其他消费品一样，可以通过搬运与消费者见面，或者可以带到不同的市场上进行交易，而是着重在宣传领域。其中中介渠道对其则显得尤为重要。在其他方面，诸如价格定位和促销等，也具有房地产行业的种种特征。

②房地产行业实行全程营销

房地产业是一个综合性的行业，需要多种行业协同配合，多个企业共同经营。从选址、设计、施工、竣工、销售到售后管理，全程涉及到投资咨询机构、市场调研机构、项目策划机构、建筑设计机构、建筑施工机构、工程监理机构、销售推广机构、物业管理机构等。这一系列的活动贯穿于经营的全过程。

③房地产营销具有特殊的运作方式

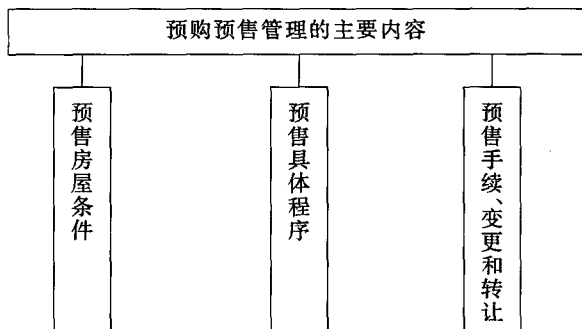
房地产市场是一个不完全竞争的市场，因而在经济运行时常常缺少及时、准确的信息，而且与其他行业相比，投资者和消费者进出房地产市场难度较大，这些都为房地产市场营销在时间的把握上带来一定难度。

④房地产市场上较强的政策导向性

房地产行业是政府干预最强的行业之一，政府通过各种形式有效地对房地产市场交易进行调控，从而减弱了房地产市场上的自由程度。因此，在房地产的营销过程中政府的政策导向是影响该营销活动的重要因素。



2. 商品房认购预售管理的主要内容是什么？



所谓商品房认购预售，实际上就是房地产的期货交易。它是指房地产开发商在完成规划，但还没有把房屋建造起来以前，或房屋还没有竣工以前，以预售的方式把房屋销售出去，也就是先付款，后交货。在中国香港也叫买卖楼花或炒楼花。

为了避免认购预售中出现的种种弊端，因此应遵循或掌握一定的准则。其主要内容有如下方面：

(1) 预售房屋条件

《中华人民共和国城市房地产管理法》第四十四条规定，商品房预售，必须符合以下条件：

- ①交付全部土地使用权出让金，取得土地使用权证书。
- ②有建设工程规划许可证。
- ③按提供预售的商品房计算，投入开发建设资金达到工程建设总投资的25%以上，并已经确定施工进度和竣工交付日期。
- ④向县级以上人民政府房地产管理部门办理预售登记，取得商品房预售许可证明。

凡是符合以上条件的房地产开发经营企业，向市房地产管理部门提

出预售申请，经过房地产管理主管部门核查批准，领取预售房产许可证，并办理预售登记，即可以进行房屋预售。

(2) 房屋预售的具体程序

①由房地产开发商向有关房地产主管局提出房屋预售申请，同时提供下列有关主要资料：即土管局部门出具的建设用地批文和规划部门的建设许可证；企业开发资质等级证书和营业执照；房屋工程验收合格单；房屋预售计划，包括商品房的位置、建筑面积、总单元数、总套数、销售日期和地点等。

如果申请办理外销商品预售，还应符合以下条件：工程施工进度和交付日期；已经完成建设工程总投资额的25%以上；在本地银行开立代收房屋预售款的结算账号，与开户银行签订的房屋预售款监管协议售楼说明书；房屋使用、维修、管理公约等。

②通过申请经有关房地产主管部门审批后，预售单位便可以从事预售活动，与预购房者签订《房屋预售合同》。预售合同作为一定的法律文本或附件，一般应具备如下内容：即房屋预售双方的姓名、国籍、地址和身份；预售房屋的位置、编号、面积及平面图纸；房屋价款；款额的支付方式和房屋交付方式；违约责任以及双方约定的其他内容。

③办理房屋登记、签证。《房屋预售合同》签订生效后，应在规定时间内到市房地产交易所办理登记、签证。预售后的房产需转让的，由转让双方凭已经登记、签证的房产预售合同，到房地产交易所办理转让手续，原合同规定的权利义务随之转移。

④房地产开发商在房屋竣工后，应当按《房屋预售合同》办理房屋交付手续，购房人凭《房屋预售合同》及房屋交付凭证办理房产过户手续，并缴纳相关费用。