

房地产实战营销丛书

第2版

三天

Three days

造就售楼冠军

房地产销售人员职业提升实用读本

余源鹏 主编



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS



房地产实战营销丛书

# 三天造就售楼冠军

房地产销售人员职业提升实用读本

余源鹏 主编

**第2版**



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS

本书是面向广大房地产销售人员的集实用性、全面性为一体的指导性读本。本书分为三部分：第一部分为售楼冠军是怎样炼成的。具体讲述的内容有售楼员的基本要求、从业心态与必备素质、接洽客户与客户分析要诀、礼仪行为规范、常见问题及解决方法；第二部分为售楼冠军必备专业知识。具体讲述的内容有房地产相关知识，包括房地产开发、销售、交易等方面的相关知识；第三部分为售楼冠军实战业务流程与要领。具体讲述的内容有接听电话要领、迎接客户与初步接洽要领、楼盘介绍与带看样板房要领、客户类型分析要领、客户跟踪要领、购买洽谈与促使成交要领、成交收定要领、变更手续与售后服务要领、踩盘市场调研等。

本书读者为开发商的销售人员、房地产销售代理公司的销售人员以及地产中介经纪人员，也可供开发商和销售代理公司作为培训资料。

### 图书在版编目 (CIP) 数据

三天造就售楼冠军：房地产销售人员职业提升实用读本 / 余源鹏主编. —2 版. —北京：机械工业出版社，2009.6

(房地产实战营销丛书)

ISBN 978-7-111-27559-6

I. 三… II. 余… III. 房地产—市场营销学 IV. F293.35

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 123210 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑：赵 荣 责任编辑：罗 筱

版式设计：霍永明 责任校对：张玉琴

封面设计：鞠 扬 责任印制：杨 曦

北京鑫海金澳胶印有限公司印刷

2009 年 8 月第 2 版·第 1 次印刷

169mm×239mm·17.75 印张·271 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-27559-6

定价：35.00 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) 68327259

封面无防伪标均为盗版

# 本书编写人员

主 编：余源鹏

策划顾问：广州鹏起房地产代理有限公司

副 主 编：张良洪 陈友芬

参编人员：林达愿 夏 庆 罗 艳 黄君岚

李婉贞 冯绍均 李燕桃 岑欣琼

董庆园 黄林峰 余鑫泉 吴立鸿

张吉柱 张 洁 余晓生 杨健涛

信息咨询：盈地网 [www.eaky.com](http://www.eaky.com)

# 前 言

记得被誉为现代管理学之父的彼得·杜拉克说过：“市场营销的目的，就是让推销成为一种多余。市场营销就是非常好地去了解和理解客户的需求，从而使得您所提供的产品和服务能够很好地满足客户的需求，并且让产品和服务自己去销售。”

看了以上这段话，大家可能会想：在房地产的市场营销中，广告、促销、推销不是很常用而且很重要的吗？房地产销售人员不是非常重要的吗？难道只是建好了房子然后就等着客户自己来下定签约吗？

事实上，大家和彼得·杜拉克的想法并没有什么冲突，只要把广告、促销、推销看做一种服务，并把房地产销售人员也看成一种产品和服务就可以了。

这样做似乎很牵强。其实这样做恰恰是非常适合当今中国竞争激烈的房地产市场，讲究全员营销、整合营销，也非常符合经济学中的木桶原理，即木桶能盛水的量是由木桶最短的一块木板决定的，更是由木桶的所有木板是否能紧密结合决定的。

房地产营销可以简单地分为营造和销售，而销售中除了广告、包装、价格外，售楼部中的售楼员直接面对客户，其重要性实在不必多言。今天我们就是要把房地产销售人员也看成我们提供给客户的产品和服务的一部分，并且积极地把

售楼员自身提升为木桶中最长的木板——售楼冠军，令自身的素质和收入大幅提升。

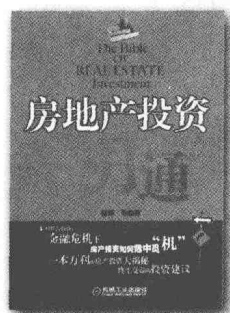
接下来，作为售楼员要做两件事：第一，把自己锻造成符合公司和客户需求的合格的甚至是优良的“产品”，拥有丰富的房地产专业相关知识，使自己首先成为房地产专家，而不是门外汉；第二，就是要掌握能够满足房地产销售任务与客户需求的服务本领和方法，深知自己所销售的楼盘的优劣，能有效地接洽客户，并判断出客户的需求，并根据客户的特点进行近乎心理游戏般的推介促销，最终使客户下定签约，当然最后还要做好一系列的售后服务。本书的编写正是出于以上两个要求来进行的。

鉴于售楼员一般工作压力大、时间紧、从事房地产业的时间较短等特点，本书立足实践工作，内容浅显易懂且逻辑性强，分为三部分，供读者分期阅读。其中第一、第二部分是针对上段所讲的第一个要求，即把自己锻造成好产品所需要的知识；第三部分是针对上段所讲的第二个要求，即如何做好销售服务所需要的知识。

本书在编写过程中，得到了广州鹏起房地产代理有限公司相关同仁以及业内部分专业人士的支持和帮助，才使得本书能及时与读者见面。本书是“房地产实战营销丛书”中的一本，有关房地产营销和全程策划的其他相关实操性知识，请读者参阅我们陆续出版的书籍，也请广大读者对我们所编写的书提出宝贵建议和指正意见。对此，编者将十分感激。另外，为感谢广大读者的长期支持，请购买过余源鹏主编的图书的读者登录盈地网 [www.eaky.com](http://www.eaky.com)，在网页右上角的“客户留言”处留下您的邮箱和联系方式，之后我们将每月为您免费发送《盈地网中国房地产情报》一份。

余源鹏

## 同类书推荐



### 《房地产投资一月通》

微澜 著编著

广大购房者通过阅读此书，能够充分掌握房地产基础知识、交易知识以及全面了解投资对象，力争在短时期内从一个房地产投资的“门外汉”演变成房地产投资专家。相信本书的出版一定能够获得广大房地产投资者、买房自住者、房地产相关从业人员以及相关专业人员的喜爱。

ISBN 978-7-111-26667-9 出版年月：2009.6 定价：24.00元



### 《房地产中介经纪人实用业务知识两日通》

余源鹏 主编

本书是面向房地产中介经纪人的集实用性、全面性、工作性于一体的指导性读本。本书中选取了涉及房地产经纪行业中重要、最常用的知识而编写。本书适宜作为房地产中介经纪人员工作、学习的参考书和工具书，还可作为经纪人员参与相关类别考试和培训的前期学习材料。

ISBN 987-7-111-24137-9 出版年月：2008.6 定价：32.00元



### 《二手房买卖三日通》

余源鹏 主编

本书作者在对房地产行业进行长期实操性研究的基础上，结合最新的政策精神以及当今高房价下的二手房交易的特点，对二手房买卖、租赁、投资等交易问题的知识、手续和操作要诀进行全面地介绍。本书共有三章，分别为二手房买卖的基础知识，二手房买卖的操作知识，二手房交易与投资要诀。本书编写脉络清晰，可以满足不同读者不同时期的二手房买卖、租赁、投资的需要。

ISBN 978-7-111-25838-4 出版年月：2009.1 定价：30.00元



### 《三天造就二手房租售冠军》

余源鹏 主编

本书重在讲述房地产经纪从业人士达到租售冠军所需要具备的“实操性”业务技能。分从业准备，客户接待，促成成交三部分。通过阅读本书，房地产经纪人员在与实践相结合后，能快速提高租售业绩。本书可作为从事二手房租售业务的房地产中介机构进行员工专业知识培训时的首选教案，也是广大房地产中介经纪人员业务技能提升的必备手册和职业晋升的阶梯。

ISBN 978-7-111-25823-0 出版年月：2009.1 定价：30.00元

## 同类书推荐



### 《房地产项目可行性研究实操一本通》

余源鹏 主编

本书是一本理论与案例相结合的房地产项目可行性研究的实操教科书和工作参考书。全书共分13章，分别介绍了房地产项目的研究概论、概况分析、市场调查分析、规划设计建议与进度安排、费用估算、资金筹措、财务评价、风险分析、方案比选、社会评价及研究的结论和建议。书中列举了大量优秀案例，进行分析论证，并为读者提供了一份较完整的标准模板供参考。

ISBN 978-7-111-23882-9 出版年月：2008.6 定价：46.00元



### 《问鼎房地产》

余源鹏 主编

本书针对广大房地产从业人士的需求编写，全书由房地产行业最重要、最常用的四大部分实战知识组成，分别是房地产及其产权、房地产开发全过程、房地产交易与营销、房地产规划与建筑工程。本书内容涉及专业名词解释、常用专业知识、常见问题解答、相关法律法规等。

ISBN 7-111-20438-7 出版年月：2008.4 定价：48.00元



### 《房地产一线销售管理》

余源鹏 主编

本书结合房地产销售管理的实际需要，理论联系实际，引入经典的企业管理和营销管理理论，提供了国内许多著名房地产开发公司和销售代理公司的实用管理规章制度和工作流程。

ISBN 7-111-18479-3 出版年月：2008.4 定价：33.00元



### 《房地产实用营销图表大全》

余源鹏 主编

这是一本面向房地产销售人员的集实用性、全面性为一体的指导性读本。全书内容分三部分，第一部分为售楼冠军是怎样炼成的；第二部分为售楼冠军必备专业知识；第三部分为售楼冠军实战业务流程与技巧。

ISBN 7-111-18491-2 出版年月：2006.8 定价：24.00元

# 目 录

## 前 言

|                      |    |
|----------------------|----|
| 第1章 (第1天) 售楼冠军是怎样炼成的 | 1  |
| 1.1 售楼员的基本要求         | 3  |
| 1.1.1 售楼员的职业特征       | 3  |
| 1.1.2 售楼员的重要性        | 4  |
| 1.1.3 售楼员的基本职能       | 6  |
| 1.1.4 售楼员应具备的能力      | 7  |
| 1.1.5 售楼员应提升为置业顾问    | 8  |
| 1.1.6 售楼员应建立的文件夹     | 9  |
| 1.1.7 售楼员必须了解的知识     | 10 |
| 1.1.8 售楼冠军的三大法宝      | 11 |
| 1.1.9 售楼前先销售自己       | 12 |
| 1.1.10 售楼前先要考虑的问题    | 13 |
| 1.2 售楼员的从业心态与必备素质    | 14 |
| 1.2.1 售楼员的正确从业心态     | 14 |
| 1.2.2 售楼员的两大核心素质     | 16 |
| 1.2.3 售楼冠军的共性        | 18 |
| 1.2.4 售楼员迈向成功的十二个素质  | 19 |
| 1.2.5 售楼员必须具备的内外素质   | 23 |
| 1.2.6 售楼员如何对待销售技巧的运用 | 24 |
| 1.2.7 售楼前做到三相信       | 25 |
| 1.2.8 售楼员的自励语录       | 26 |
| 1.3 售楼员接洽客户与客户分析要诀   | 28 |
| 1.3.1 商品销售的五个步骤      | 28 |
| 1.3.2 房产销售的三个主要环节    | 29 |

|                  |                            |           |
|------------------|----------------------------|-----------|
| 1.3.3            | 客户购房决策的过程 .....            | 31        |
| 1.3.4            | 售楼员的换位思考 .....             | 31        |
| 1.3.5            | 一个典型的成功售楼故事 .....          | 33        |
| 1.3.6            | 售楼员开发客户的方法 .....           | 35        |
| 1.3.7            | 售楼员接触客户的三途径 .....          | 37        |
| 1.3.8            | 售楼员观察客户的五个要诀 .....         | 38        |
| 1.3.9            | 售楼员把握住客户的方法 .....          | 39        |
| 1.3.10           | 客户购房的四种行为方式 .....          | 40        |
| 1.3.11           | 售楼员与客户成功洽谈的四个步骤 .....      | 40        |
| 1.3.12           | 售楼员成功赢取客户的要诀 .....         | 42        |
| 1.3.13           | 售楼员判别与说服客户异议的方法 .....      | 47        |
| 1.3.14           | 售楼员排除影响客户干扰因素的方法 .....     | 49        |
| 1.3.15           | 售楼员要认真对待客户的投诉 .....        | 50        |
| <b>1.4</b>       | <b>售楼员的礼仪行为规范 .....</b>    | <b>51</b> |
| 1.4.1            | 售楼员的基本行为规范 .....           | 51        |
| 1.4.2            | 售楼员的基本仪表要求 .....           | 52        |
| 1.4.3            | 售楼员的基本着装要求 .....           | 52        |
| 1.4.4            | 售楼员的标准站姿与坐姿 .....          | 52        |
| 1.4.5            | 售楼员的标准坐姿 .....             | 53        |
| 1.4.6            | 售楼员的标准言谈举止 .....           | 54        |
| <b>1.5</b>       | <b>售楼员的常见问题及解决方法 .....</b> | <b>56</b> |
| 1.5.1            | 售楼员普遍存在的问题 .....           | 56        |
| 1.5.2            | 售楼员对待客户的五不要 .....          | 58        |
| 1.5.3            | 售楼员常见销售问题及其解决方法 .....      | 59        |
| <b>第2章 (第2天)</b> | <b>售楼冠军必备专业知识 .....</b>    | <b>63</b> |
| <b>2.1</b>       | <b>房地产的知识 .....</b>        | <b>65</b> |
| 2.1.1            | 有关房地产的基本名词 .....           | 65        |
| 2.1.2            | 有关房地产开发业的名词 .....          | 67        |
| 2.1.3            | 有关房地产市场的知识 .....           | 71        |
| 2.1.4            | 有关物业管理的名词 .....            | 75        |
| <b>2.2</b>       | <b>房产的知识 .....</b>         | <b>76</b> |
| 2.2.1            | 有关房屋的基本名词 .....            | 76        |
| 2.2.2            | 有关房产开发的名词 .....            | 78        |
| 2.2.3            | 有关房屋产品类型的名词 .....          | 79        |

|            |                         |            |
|------------|-------------------------|------------|
| 2.2.4      | 有关房屋建筑类型的名词 .....       | 82         |
| 2.2.5      | 有关商业房产的分类 .....         | 84         |
| <b>2.3</b> | <b>地产的相关知识 .....</b>    | <b>85</b>  |
| 2.3.1      | 有关土地所有制的知识 .....        | 85         |
| 2.3.2      | 有关土地开发的术语 .....         | 87         |
| 2.3.3      | 有关土地权益的知识 .....         | 88         |
| 2.3.4      | 有关土地价格的概念 .....         | 90         |
| 2.3.5      | 有关土地市场的知识 .....         | 91         |
| <b>2.4</b> | <b>房地产中介经纪的知识 .....</b> | <b>93</b>  |
| <b>2.5</b> | <b>房屋建筑规划的知识 .....</b>  | <b>96</b>  |
| 2.5.1      | 有关规划设计知识 .....          | 96         |
| 2.5.2      | 有关房屋建筑学的术语及相关知识 .....   | 100        |
| 2.5.3      | 有关住宅建筑学的术语 .....        | 103        |
| 2.5.4      | 有关房屋结构的知识 .....         | 108        |
| 2.5.5      | 有关住宅保修期的知识 .....        | 112        |
| 2.5.6      | 有关智能化系统的知识 .....        | 113        |
| <b>2.6</b> | <b>房屋面积计算的知识 .....</b>  | <b>114</b> |
| 2.6.1      | 有关房屋面积的术语 .....         | 114        |
| 2.6.2      | 有关房屋面积测量的规定 .....       | 117        |
| 2.6.3      | 有关房屋销售面积的问题 .....       | 118        |
| <b>2.7</b> | <b>房地产开发建设的知识 .....</b> | <b>120</b> |
| 2.7.1      | 开发建设程序知识 .....          | 120        |
| 2.7.2      | 工程管理知识 .....            | 122        |
| 2.7.3      | 商品房取得“五证”过程 .....       | 124        |
| <b>2.8</b> | <b>房地产营销的知识 .....</b>   | <b>125</b> |
| 2.8.1      | 市场营销的术语 .....           | 125        |
| 2.8.2      | 房地产市场营销活动 .....         | 126        |
| 2.8.3      | 房地产项目销售模式 .....         | 127        |
| 2.8.4      | 开盘前的准备工作 .....          | 128        |
| 2.8.5      | 常用的销售物料 .....           | 130        |
| 2.8.6      | 房地产广告载体 .....           | 131        |
| 2.8.7      | 房地产项目定价 .....           | 134        |
| <b>2.9</b> | <b>房地产交易的知识 .....</b>   | <b>135</b> |
| 2.9.1      | 有关房地产交易的知识 .....        | 135        |

|                              |            |
|------------------------------|------------|
| 2.9.2 有关房地产销售的知识 .....       | 138        |
| <b>2.10 房地产产权的知识 .....</b>   | <b>142</b> |
| 2.10.1 有关房地产产权的名词 .....      | 142        |
| 2.10.2 有关房地产产权的问题 .....      | 144        |
| <b>2.11 房地产权证的知识 .....</b>   | <b>145</b> |
| 2.11.1 有关房地产权证的名词 .....      | 145        |
| 2.11.2 有关房地产权证的问题 .....      | 146        |
| 2.11.3 房地产权证的办理问题 .....      | 147        |
| <b>2.12 房地产产权登记的知识 .....</b> | <b>148</b> |
| 2.12.1 有关房地产产权登记的名词 .....    | 148        |
| 2.12.2 有关房地产产权登记的问题 .....    | 151        |
| <b>2.13 房地产抵押登记的知识 .....</b> | <b>154</b> |
| 2.13.1 有关房地产抵押登记的名词 .....    | 154        |
| 2.13.2 有关房地产抵押的问题 .....      | 155        |
| 2.13.3 有关房地产抵押登记的问题 .....    | 157        |
| <b>2.14 房地产按揭的相关知识 .....</b> | <b>159</b> |
| 2.14.1 有关贷款的知识 .....         | 159        |
| 2.14.2 有关按揭的知识 .....         | 160        |
| 2.14.3 有关个人住房商业性贷款的知识 .....  | 164        |
| 2.14.4 有关个人住房公积金贷款的知识 .....  | 167        |
| 2.14.5 有关个人住房组合贷款的知识 .....   | 171        |
| 2.14.6 有关个人商业用房贷款的知识 .....   | 173        |
| 2.14.7 有关按揭贷款还款方式的知识 .....   | 174        |
| 2.14.8 有关按揭保险的知识 .....       | 176        |
| 2.14.9 有关提前还款的知识 .....       | 178        |
| 2.14.10 有关贷款银行的知识 .....      | 179        |
| 2.14.11 有关按揭贷款的其他知识 .....    | 182        |
| <b>2.15 房地产交易税费的知识 .....</b> | <b>184</b> |
| 2.15.1 税收与税率 .....           | 184        |
| 2.15.2 契税 .....              | 185        |
| 2.15.3 印花税 .....             | 186        |
| 2.15.4 营业税 .....             | 186        |
| 2.15.5 营业税附加 .....           | 187        |
| 2.15.6 个人所得税 .....           | 187        |

|                  |                      |            |
|------------------|----------------------|------------|
| 2.15.7           | 土地增值税                | 188        |
| 2.15.8           | 房产税                  | 188        |
| 2.15.9           | 交易费用                 | 189        |
| 2.15.10          | 某楼盘购房费用举例            | 190        |
| <b>第3章 (第3天)</b> | <b>售楼冠军实战业务流程与要领</b> | <b>191</b> |
| <b>3.1</b>       | <b>接听电话要领</b>        | <b>193</b> |
| <b>3.2</b>       | <b>迎接客户与初步接洽要领</b>   | <b>196</b> |
| 3.2.1            | 待客流程                 | 196        |
| 3.2.2            | 氛围控制                 | 196        |
| 3.2.3            | 迎接客户                 | 199        |
| 3.2.4            | 初步接触                 | 199        |
| 3.2.5            | 初次面谈                 | 201        |
| 3.2.6            | 揣摩需要                 | 203        |
| 3.2.7            | 面谈礼仪                 | 204        |
| 3.2.8            | 常见问题                 | 206        |
| <b>3.3</b>       | <b>楼盘介绍与带看样板房要领</b>  | <b>207</b> |
| 3.3.1            | 销售引导                 | 207        |
| 3.3.2            | 道具运用                 | 207        |
| 3.3.3            | 模型介绍                 | 208        |
| 3.3.4            | 推荐单元                 | 210        |
| 3.3.5            | 带看样板房                | 211        |
| 3.3.6            | 暂未成交                 | 214        |
| <b>3.4</b>       | <b>客户类型分析要领</b>      | <b>215</b> |
| 3.4.1            | 客户接受信息类型分析           | 215        |
| 3.4.2            | 客户需求类型分析             | 215        |
| 3.4.3            | 客户个性特征分析             | 216        |
| 3.4.4            | 客户的身体语言分析            | 217        |
| 3.4.5            | 客户语言的心理分析            | 217        |
| <b>3.5</b>       | <b>客户跟踪要领</b>        | <b>218</b> |
| 3.5.1            | 客户跟踪的重要性             | 218        |
| 3.5.2            | 客户跟踪的资料表             | 219        |
| 3.5.3            | 客户跟踪的方式              | 221        |
| 3.5.4            | 客户跟踪的要点              | 221        |
| 3.5.5            | 客户跟踪要给其理由            | 222        |

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| <b>3.6 购买洽谈与促使成交要领</b>  | 222 |
| 3.6.1 购买洽谈的必要性          | 222 |
| 3.6.2 购买洽谈的动作及要领        | 223 |
| 3.6.3 购买议价的要领           | 224 |
| 3.6.4 促使成交的必要性          | 225 |
| 3.6.5 促成成交的时机           | 226 |
| 3.6.6 促使成交的注意点          | 227 |
| 3.6.7 促使成交的方法           | 228 |
| 3.6.8 关于价格异议的处理         | 229 |
| <b>3.7 成交收定要领</b>       | 230 |
| 3.7.1 定金的作用             | 230 |
| 3.7.2 销控的作用             | 231 |
| 3.7.3 成交收定的基本动作         | 232 |
| 3.7.4 成交收定的注意事项         | 233 |
| 3.7.5 成交结束的注意事项         | 234 |
| <b>3.8 变更手续与售后服务要领</b>  | 235 |
| 3.8.1 交首期款              | 235 |
| 3.8.2 催款手续              | 236 |
| 3.8.3 挹定手续              | 238 |
| 3.8.4 换房手续              | 239 |
| 3.8.5 更名手续              | 239 |
| 3.8.6 退房手续              | 240 |
| 3.8.7 工程变更              | 240 |
| 3.8.8 签订合同              | 240 |
| 3.8.9 办理按揭或催付分期房款       | 242 |
| 3.8.10 办理产权的流程          | 242 |
| 3.8.11 办理各项购房手续及所需提供的资料 | 244 |
| <b>3.9 踩盘市场调研要领</b>     | 245 |
| <b>附录</b>               | 251 |
| 附录 A 《商品房销售管理办法》        | 253 |
| 附录 B 《中华人民共和国城市房地产管理法》  | 261 |



## 1.1 售楼员的基本要求

### 1.1.1 售楼员的职业特征

售楼员又称房地产售楼员、销售员、置业顾问、销售代表等，售楼员不是简单的“解说员”、“算价员”，她（他）一般是指在售楼处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的专业化顾问式服务的综合性人才。他们具有鲜明的职业特征。

#### 1. 企业的形象代言人

售楼员面对面地直接与客户沟通，其工作作风、专业技能、服务意识充分地体现公司的经营理念、价值取向及企业文化。其一举一动、一言一行在客户的眼中就代表着企业（品牌）的形象。

#### 2. 企业和客户之间信息沟通与互动的桥梁

售楼员一方面把品牌的信息传递给消费者，另一方面又将消费者的意见、建议等信息传达给企业，以便企业更好地服务于消费者。

（1）售楼员是客户的朋友、顾问，帮助客户实现置业梦想，使其成为公司长期的支持者。

（2）售楼员是公司项目营销策划及广告宣传等有效与否的直接反馈者。

（3）售楼员是市场最新动态、客户实际需求及客户信息的最佳收集者、整理加工者。

（4）售楼员是给企业营销决策提供建设性意见的参与者。

#### 3. 服务大使

售楼员只有在充分了解自己所销售楼盘的特性、功能、服务配套等资料时，才能适时地为客户提供良好的置业建议和帮助。良好的服务可以使客户做到“重复购买”、“客户相关购买”、“客户推荐购买”。著名的销售数字法则就是 1:8:25:1，意思是直接影响一名客户，可以间接地影响 8 名客户，并使 25 名客户产生购买意向，1 名客户产生购买行为。反之亦然，你需要付出更大的代价去挽回客户。

#### 4. 顾客的引导者、专业顾问

购房涉及很多专业知识，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、区位价值的判断、住宅品质的检测、





价值的推算、面积的丈量、付款按揭的计算及合同的签订、办理产权等，每个环节都包含了许多专业、细致的方面。凡此种种，对于一个缺乏经验的消费者来说，想从一个门外汉变成一个精明的购买者并非易事。

所以销售人员要充分了解并利用专业知识，为客户提供咨询的便利与服务，从而引导客户购房。

## 1.1.2 售楼员的重要性

近年来，房地产营销已逐步成为房地产业的热点，各界人士都在探讨如何以人为本地搞好房地产销售。目前，楼盘的整体策划越来越精致，售楼广告越做越大，销售卖点越来越诱人，但无论是广告的设计还是卖点的制造，都离不开房屋本身的地段、户型、质量、价格等，这些因素刺激了消费者的购房兴趣。但最终要使其决定掏钱购买，还需“临门一脚”，即售楼员的服务。如果说，户型、地段、质量、价格等是刺激房地产销售的硬件的话，那么，售楼员的服务则应成为刺激消费者购买的有效软件。优秀的售楼员同样是成功销售的重要因素。

售楼员的工作好像很简单：既不用出门，也不用去寻找，客户就会自己跑过来。推销呢，也很简单，将早已背得滚瓜烂熟的楼盘资料热情地向客户宣讲一番，然后回答几个类似“小区周边都有什么生活配套”的问题即可，既看不出有什么挑战性，也无需创造性，似乎谁

