

销售宝典
1

可能是目前国内最完善的销售培训文本

高利润地产项目 销售终极培训

锻造您的金牌销售团队



**五项修炼术打造金牌置业顾问
六种自我提升法则造就卓越销售经理**

金牌置业顾问的5项修炼术

- 第1项修炼：激发你的销售潜能
- 第2项修炼：如何进行实效电话行销
- 第3项修炼：教你成为谈客高手
- 第4项修炼：100%签单术
- 第5项修炼：金牌置业顾问的成功法则

成功销售经理的6种自我提升法则

- 第1种提升法则：销售经理的素质与修为
- 第2种提升法则：销售经理高效管理智慧修炼
- 第3种提升法则：销售经理管理思想与策略修为
- 第4种提升法则：置业顾问的选拔培训
- 第5种提升法则：销售经理高效考核技巧
- 第6种提升法则：销售经理的工作准则

销售宝典

1

可能是目前国内最完善的销售培训文本

高利润地产项目 销售终极培训

锻造您的金牌销售团队



金牌置业顾问的5项修炼术

- 第1项修炼：激发你的销售潜能
- 第2项修炼：如何进行实效电话行销
- 第3项修炼：教你成为谈客高手
- 第4项修炼：100%签单术
- 第5项修炼：金牌置业顾问的成功法则

成功销售经理的6种自我提升法则

- 第1种提升法则：销售经理的素质与修为
- 第2种提升法则：销售经理高效管理智慧修炼
- 第3种提升法则：销售经理管理思想与策略修为
- 第4种提升法则：置业顾问的选拔培训
- 第5种提升法则：销售经理高效考核技巧
- 第6种提升法则：销售经理的工作准则

图书在版编目 (CIP) 数据

销售宝典 1: /章伟杰编著.——广州:暨南大学出版社,2005.7

ISBN 7-81079-389-6

暨南大学出版社,2002

I.地… II.章… III.房地产—市场营销学

IV F293.35

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第055752号

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第029805号

版权所有,翻印必究。

销售法宝1:高利润地产项目销售终极培训

编著:喻颖正 章伟杰 林旭东

主编:泰盈决策资源房地产研究中心

出版:暨南大学出版社

策划:泰盈决策资源房地产研究中心

经销:新华书店

印刷:顺德帝图印刷厂

印张:38.3

字数:721千字

版次:2005年8月第1版

印数:0001-1000册

书号:ISBN 7-81079-389-6/F·294

定价:368元

《高利润地产项目销售终极培训》

编辑委员会

出品：泰盈决策资源集团有限公司

编委：（以下排名不分先后）：

杨小辉	刘晓菁	薛晨辉	喻颖正	章伟杰	朱森林	林旭东
邝明明	华泳	黄启树	杜宏鹏	王咏	于涛	吴传鲲
罗德仲	史凤琴	杨业	李泽流	陈岸	谭英韬	陈奕瑛
吴斌	桑尼	赵清华	刘丽娟	阙文芳	王健	林灵娜
贺颖红	吴慧	郑丹东	张连杰	廖志广	滕国翰	章俊杰
吴瑞生	曾桂洲	林莹	何广长	王志真	冯国成	王嘉莺
张冬	刘建明	朱伟晟	肖鲲	毛羽		

策划：决策资源房地产研究中心

执行主编：李宗继

美术编辑：梁锦华 秦春艳

法律顾问：薛云华（广大律师事务所主任、广东省律师协会会长）

陈少蔚（广东力诠律师事务所）

媒介支持：《21世纪经济报道》 中国住交会主流媒体联盟

《中国房地产报》

《全球商业经典》

《中国建设报·中国楼市》

《中国地产》

《奥林匹克花园》

《南方楼市》

《房产经理人》

《重庆日报》

《鲁中晨报》

《楚天都市报》

《武汉晨报》

中国房地产决策资源网（www.winfang.com）

中国中心商业区资讯网（www.chinacbd.net）

中国商业地产联盟

（本书资料来源一切相关数据及最后标准，以发展商公布信息为准）

1

金牌置业顾问的5项修炼术

第1项修炼：激发你的销售潜能/4

- 极限培训1：置业顾问应知的三个概念/5
- 极限培训2：金牌置业顾问的必备素质/8
- 极限培训3：置业顾问的形象魅力修炼/16
- 极限培训4：置业顾问的岗位职责/25

第2项修炼：如何进行实效电话行销/28

- 极限培训5：洞悉潜在客户的行为动机/29
- 极限培训6：电话行销的终极目的/32
- 极限培训7：实效电话行销技巧/37
- 极限培训8：实效电话约客技巧/44
- 极限培训9：实效电话客户拓展技巧/48
- 极限培训10：电话逼定实战技巧/50
- 极限培训11：电话行销规范/56
- 案例评析：电话销售案例评析/59
- 实战案例示范：四季花城电话销售问题备忘录/62

第3项修炼：教你成为说客高手/74

- 极限培训12：销售过程阻力化解策略/75
- 极限培训13：置业顾问现场操作要诀/78
- 极限培训14：现场销售基本流程/85
- 极限培训15：左右逢源的讲解技巧/98
- 极限培训16：客户异议的应对技巧/109
- 极限培训17：议价技巧/125
- 小技巧1：销售现场常见问题及解决之道/129
- 小技巧2：置业顾问现场销售五忌/133
- 小技巧3：训练自己应对客户异议/133
- 说客说法示范1：关于拆迁的说法/136
- 说客说法示范2：电梯小高层与多层的比较/137

第4项修炼：100%签单术/140

- 极限培训18：寻找促成客户购买行为的最佳切入点/141
- 极限培训19：不同类型客户的应对技巧/168
- 极限培训20：由内而外的客户说服技巧/171
- 极限培训21：销售人员技巧模式突破/185
- 极限培训22：销售人员现场实战应对技巧/191
- 极限培训23：最后一击/202

第5项修炼：金牌置业顾问的成功法则/212

- 极限培训24：置业顾问的自我突破/213
- 极限培训25：金牌置业顾问五大经验秘诀/224
- 极限培训26：“临门疲软”的解决对策/233
- 极限培训27：服务式销售/235
- 经验：某金牌置业顾问的成功心得/243



目录 Contents

2

成功销售经理的6种提升法则

第1种提升法则：销售经理的素质与修为/248

- 极限培训1：优秀销售经理基本培训程序/249
- 极限培训2：销售经理成功必备要素分析/253

第2种提升法则：销售经理高效管理智慧修炼/264

- 极限培训3：高效高效能销售部门组建方案/265
- 极限培训4：建设完善的制度体系/278
- 极限培训5：销售经理的高效开会技巧/296
- 极限培训6：销售经理的决策思维/303
- 极限培训7：销售经理的人力资源管理技巧/306
- 极限培训8：佣金管理/328
- 极限培训9：现场管理/338
- 极限培训10：销售经理实用沟通与激励技巧/347
- 经验1：销售经理管理原则/355
- 经验2：销售经理的领导谋略/356
- 经验3：楼盘销售定价常识/358
- 经验4：销售危机管理常识/363

第3种提升法则：销售经理营销思想与策略修为/368

- 极限培训11：房地产营销的基本模式/369
- 极限培训12：销售经理营销管理技巧/372
- 极限培训13：销售经理营销策略技巧/387
- 极限培训14：成功新闻策划方案/412
- 极限培训15：销售资源整合方案/416

第4种提升法则：置业顾问的选拔培训/424

- 极限培训16：优秀置业顾问选拔程序/425
- 极限培训17：潜力置业顾问的评判标准/427
- 极限培训18：销售部组织设置及人员配备方案/432
- 极限培训19：优秀置业顾问招聘方案/436
- 极限培训20：优秀置业顾问培训规范/446
- 极限培训21：针对性的主题式培训/451
- 极限培训22：普通销售人员的售前培训/454
- 案例剖析：凤凰城销售培训案例/462

第5种提升法则：销售经理高效考核技巧/464

- 极限培训23：有效检查/465
- 极限培训24：业务考核完全手册/467

第6种提升法则：销售经理的工作准则/478

- 极限培训25：销售经理的理想工作模式/479
- 极限培训26：合理编制工作计划/483
- 经验：销售经理的生存智慧/486



目录 Contents

3

地产基础概念检索

检索1: 基本概念/492

- 01、房地产/492
- 02、泛地产/493
- 03、城市居住区、居住小区、居住组团/493
- 04、居住区用地/494
- 05、居住密度/495
- 06、建筑密度/496
- 07、新型住宅类型/497
- 08、英文缩写概念/500
- 09、房地产开发/502
- 10、工业物业开发、商业物业开发/504
- 11、房地产一次开发、房地产二次开发/504

检索2: 规划设计基础知识/505

- 12、日照条件/505
- 13、朝向/506
- 14、建筑排列形式(布局)/507
- 15、建筑平面设计/508
- 16、立面设计/509
- 17、剖面设计/509
- 18、建筑图相关内容/510
- 19、施工图/512
- 20、楼盘基本资料解述/514

检索3: 建筑及结构设计基础知识/516

- 21、建筑形式/516
- 22、建筑类别/516
- 23、建筑结构形式/517
- 24、建筑体量指标/519
- 25、新概念户型/520
- 26、室内装饰设计术语/521
- 27、建筑结构术语/522
- 28、外墙保温/523
- 29、板式小高层的优势/524
- 30、优秀户型的设计特色/524
- 31、配套设施/527

检索4: 面积计算基础知识/528

- 32、面积、长度换算/528
- 33、各种类型面积概念/528
- 34、销售面积的计算方式/530
- 35、建筑面积、公摊面积、实用面积的区别/532
- 36、跃层及复式面积如何计算/532
- 37、面积缩水问题/533

检索5: 房地产交易基础知识/534

- 38、商品房销售管理相关内容/534
- 39、房产类型/538
- 40、房地产销售价格术语/541
- 41、房地产买卖合同/542
- 42、银行按揭/546
- 43、现行主要房地产税/548
- 44、房地产交易的行政性收费/551
- 45、相关税费的计算/551
- 46、公积金贷款流程/552

检索6: 房地产权属登记/553

- 47、综合类/553
- 48、土地权属类/554
- 49、怎样申请房地产权属登记/555
- 50、初始登记类/558
- 51、转移登记类/560
- 52、抵押登记类/561
- 53、公证/562

运用之妙，存乎一心

房地产销售是一件很神奇的事，也是地产开发中最富传奇色彩的一个环节。

曾经有这么一说：房地产成功的50%在于地块选择，30%在于规划设计，20%归功于销售执行，但前两者的80%是得由后者的20%来加以实现的。不论这一说法是否准确，销售工作在整个房地产开发关键环节中的重大作用是不容置疑的，而销售的成功与否，又在很大程度上决定于销售人员。

一名合格的地产项目销售人员通常来源于一个好的培训机制、一个执行力强大的合作团队以及一批优秀销售经理的领导。其中，好的培训机制则是快速复制销售骨干的重要保障。

卖楼是销售人员工作的重要内容但并不是全部，做为一名销售人员，对外必须会做市场调研和分析，熟悉房地产相关法律法规、了解房地产专业知识；对内必须领悟企业文化和开发理念，以及各部门的运作程序、工作职责和工作范围、楼盘的各种属性等；销售人员在做好本职工作的同时，还要尽力做好企业内部的横向协作和上下级的沟通及对外联络工作，才能成为一名合格地产销售精英。本书提供了可能是目前国内最完善的地产销售培训文本，涵盖了从置业顾问的个人技巧到销售经理的团队领导力的全部培训要点，而培训内容则来自于一线工作经验的总结。

当然，每一个公司，每一个地产项目都有其自身特点，因此其销售中遇见的问题也是多样化的。运用之妙，存乎一心。本书旨在给地产销售培训提供一个整体思路，其中的具体执行细节可能并不符合阅读者的实际情况，仅供阅读者参考并结合具体实际制定相应解决方案。



终极培训

金牌置业顾问的5项修炼术

- 第1项修炼：激发你的销售潜能
- 第2项修炼：如何进行实效电话行销
- 第3项修炼：教你成为谈客高手
- 第4项修炼：100% 签单术
- 第5项修炼：金牌置业顾问的成功法则



终极 培训 1

金牌置业顾问的5项修炼术

楼盘销售就像打高尔夫，即使老虎伍兹也永远做不到一杆打进18个球洞，其实也许我们并不需要满分才能获胜，而只需要获得比竞争对手更好的分数。

那么，置业顾问要怎样才能在大压力、竞争激烈的地产销售市场提高自己的得分呢？站在满足客户需求的角度，我们要做的就是和老虎伍兹一样，不断学习，反复练习。

金牌置业顾问的五项修炼术部分，将为你提供国内唯一历经一线地产销售战术，萃取凝聚无数楼盘置业顾问的经验精髓，为您快速锻造战无不胜的销售团队。

第 1 项修炼

激发你的销售潜能

极限培训 1：置业顾问应知的三个概念

极限培训 2：金牌置业顾问的必备素质

极限培训 3：置业顾问的形象魅力修炼

极限培训 4：置业顾问的岗位职责

阅读对象：售楼主管、置业顾问

关键词：销售、素质、形象、职责

记忆点：置业顾问的形象礼仪及岗位职责

效用点：修炼置业顾问的内外素质，并明确自己的工作职责所在

EXTREMELY TRAINING 1
 极限培训 1

置业顾问应知的三个概念

对每一个有志步入地产销售行业并不甘平庸的寻梦者，在踏上一条充满挑战的征途之前，我们必需明确三个问题，我是谁？我面对的是谁？我有什么最好的办法成功的达到我的目的？

概念一：置业顾问是谁

公司的形象代表	“职员制造公司”，职员是公司的财产，所以，不是只有老板才代表公司，每一个员工都代表着公司。 作为房地产公司的置业顾问，将直接代表公司面对客户，其形象也代表着公司形象，服饰的整洁、笑容的甜美、建议的中肯，都会留给客户一个好的印象，增加客户对公司的信心。
公司经营理念的传递者	置业顾问要明白自己是公司与客户的中介，主要职能是把发展商的背景与实力、楼盘的功能与素质、价格政策、促销优惠、服务内容等信息传递给客户，达到促进销售的目的。
客户购楼的引导者 / 专业顾问	购房涉及很多专业知识，而对于一个缺乏经验的消费者来说，要从一个门外汉变成一个半懂不懂的购买者并非易事。所以置业顾问要充分了解并利用专业知识，为客户提供便利的咨询与服务，从而引导客户购楼。
将楼盘推介给客户的专家	置业顾问要有绝对的信心，并必须做到三个相信：相信自己所代表的公司，相信自己所推销的产品，相信自己的推销能力。使自己成为推荐楼盘的专家。
将客户意见向公司反映的媒介	置业顾问作为公司与客户的中介，除传递公司信息外，还需负起将客户意见向公司反映的责任，令公司能及时作出相应的调整。
客户最好的朋友	置业顾问应努力采取各种有效手段，例如良好的形象，诚恳的态度去拉近与客户的距离，使客户能感到你是最好的朋友，处处都是在为他着想。
市场信息的收集者	置业顾问要求有较强的应变能力，对房地产市场有敏锐的触角，这就需要置业顾问要对房产市场的信息作大量的收集与分析，并为公司的决策提供依据。
具有创新精神、卓越表现的追求者	作为置业顾问，应清楚地知道自己的追求与目的，只有不断的创新与追求，才能有卓越的表现。

概念二：客户是谁

客户是公司财富及个人利益的来源	明确了客户在公司经营中的重要性及利益性，也易明确我们对待客户的态度与目的。
客户是公司的一个组成部分	客户成为业主后，公司应将其认同为一个不可分割的组成部分，其利益亦与公司的利益紧密相连，“水涨，自然就会船高”。
不是客户有求于我们，而是我们有求于他	置业顾问要清楚这一点，正确地摆正心态，作出合适的行为选择。
客户不是与我们争论的人	置业顾问要切忌与客户直接发生争论，要心态平和，并采取适当的谈话方式。
客户应该受到最高礼遇	对客户要做到热情有礼，让客户认识到自己受到尊重，并对置业顾问产生好感，对公司的服务感到满意，增强对楼盘购买的欲望。

概念三：新兴的咨询式销售

不久前，一般的销售展示还是一味高声兜售，主要侧重某一特定的产品，由销售员严格控制。今天，最好的销售访问是销售员与顾客间高度互动式的谈话，他们的努力方向是一致的。销售访问是均衡式的信息交流，它以信任为基础，主要是达成互利的协定。

咨询式销售是指帮助顾客通过采用销售者的商品或服务，实现短期和长期的战略目标的过程。

咨询式销售与传统式销售的区别

内容	传统式销售	咨询式销售
销售人员的类别	“单枪匹马的游骑兵”	组长 商务顾问 长期盟友
顾客和销售人员的参与	最少的顾客参与，最多的销售人员参与	顾客和销售人员大量参与
信息流动	单向：销售人员以顾客	双向：销售员与顾客充分互动
互相影响的中心点	产品/服务的特性和应用	解决方案满足需求背后（比如顾客的财务绩效的改善）的能力

所需的知识	本公司的： 产品和服务 竞争者 应用 客户战略 成本 机会	本公司的： 产品和服务 竞争者 应用 客户战略 成本 机会	顾客的： 产品和服务 竞争者 顾客
所需技能	面对面的销售技能	面对面的销售技能（包括深入探查） 策略地解决问题 演示解决方案如何满足战略目标 组建小组与合作	
在顾客决策过程中销售人员的参与	不参与	参与	
购买之后销售人员的参与	很少：“打一枪换一个地方”，转到下一个顾客	销售人员继续访问顾客，挖掘销售潜能 销售人员通过销售和服务循环引导顾客关系过程的活动	

在房地产行业，销售员则表现出置业顾问的作用。置业顾问的职能是充当开发商与顾客之间的主要联系纽带，并将售前、售中和售后所需的全部信息、资源以及活动协调起来，支持顾客。

同时，置业顾问在满足顾客需要的过程中充当着一名协助者，创造一个双赢环境。置业顾问促成销售成功的能力是一个核心因素，它决定销售访问的结果仅是达成一笔交易还是开始建立关系。这是一个引人注目的变化，因为过去许多置业顾问认为成交之后他们的工作就完成了。

置业顾问要通过保证顾客现在以及顾客在关系持续的全过程中得到他们所期望的支持和服务水平，从而努力拉近与顾客的距离。

身处竞争激烈、颇具挑战性的销售行业，置业顾问应该具备怎样的素质才能摆脱平庸呢？进一步说，置业顾问究竟应该具备什么样的素质才能使自己从同行中脱颖而出呢？我们从以下几个方面来探讨置业顾问应该具备的素质。

EXTREMELY TRAINING 2
极限培训 2

金牌置业顾问的必备素质

探讨一：优秀置业顾问的必备条件

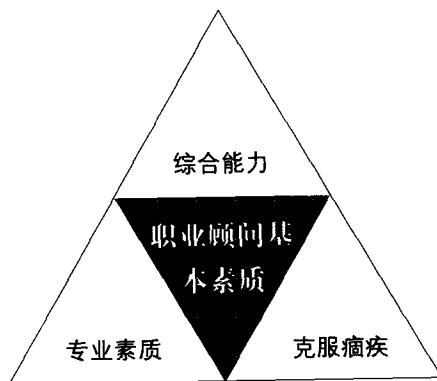
有人认为优秀的置业顾问天生具有能言善辩、反应灵敏、长于社交等特点。其实大多数优秀的置业顾问并非天生能言善辩，而是经过专业的训练和在实际工作中的磨练造就的。

优秀置业顾问有三项基本品质：

- 1、同情心：能设身处地为消费者着想；
- 2、自我驱动力：有强烈达成销售成功的欲望；
- 3、积极的心态：充满自信，勤奋执着，并有一种将挫折与困难当成挑战的心理状态。

探讨二：置业顾问之脚踏车理论

对于置业顾问而言，推销的过程类似于骑脚踏车，前轮掌握着前行的方向，代表着一种向往和追求；脚踏控制着车的速度，代表着一个人的能力；后轮支撑着车的前行，代表着一个人的知识、技巧。只有前轮、脚踏、后轮紧密配合，骑车人才能沿着



正确的方向快速到达目的地；而对于一个置业顾问，只有明确目标、充满使命感，具有一定的能力和知识，才能在推销中获得成功。



前轮代表心态

向往、追求
1、憧憬
2、使命感
3、价值观念

脚踏代表能力

素质、理念
1、学习力
2、控制力
3、表达力

后轮代表知识

背景、知识、技巧
1、公司背景
2、产品知识
3、市场知识

理论 1：前轮代表心态

脚踏车的前轮带领着置业顾问不断朝着正确的方向进发，它代表着一种憧憬、一种使命感，同时也代表着我们的价值观念、信念和意志力。使我们在并不总是平坦的道路上充满信心和动力。

单车前轮代表心态

- 1、憧憬
- 2、使命感
- 3、价值观
- 4、信念
- 5、意志力

(1) 憧憬

从事售楼工作，置业顾问首先要在自己的内心建立一种美好的职业憧憬，例如个人职业生涯规划，自身如何从一个置业顾问工变为一名售楼专家，再成为一名管理者……鼓起勇气和热情来面对每天的工作挑战。

(2) 使命感

要成为一名优秀的置业顾问，你必须理解：销售工作不但对公司负有责任，而且对客户和社会都负有责任。因此，只有树立起这种工作的使命感，我们方能认真负责地完成公司和客户所交付的工作。

(3) 价值观

价值观就是人类行为的准则。一个人如何建立自己的价值观体系，关系到他如何行事和抉择，因而也最终决定他的行为结果，决定他将会成为一个怎样的人。

作为一名置业顾问，我们应为自己建立一些怎样的行事准则？应如何构筑我们的价

价值观体系呢?我们必须有意识地去树立一些基本的准则,如诚信、责任、进取、自信、关心、服务、合作、坚持奉献和虚心。这些准则可以帮助我们更有成效地工作和进步,更好地创造卓越的销售业绩。个人价值观体系的建立是一个过程,是一个人不间断感知、感悟、提升和丰富的过程。

(4) 信念

信念是指人们对某些真理在内心所建立起的一种深信不移的态度。

作为一位专业的置业顾问,我们必须相信我们所从事的行业是有前途的,我们的公司是有发展的,我们自己是大有作为的,我们的物业是物有所值的。这样我们工作起来才会有乐趣和自信,而这种乐观自信的态度往往会给客户带来一种无言的感染力。

(5) 意志力

销售工作是最需要提升逆境抗力的一项工作。平均一次销售会遭遇来自客户数十次的拒绝,一天之中,一个置业顾问很可能会遭遇上百次的拒绝。如果置业顾问的心理素质不好,抵抗逆境的能力不强,就很可能在这种以拒绝为特质的工作面前变得沮丧和爱抱怨,最后只能以选择放弃而告终。

理论2、脚踏代表能力

由于置业顾问接触的不仅仅是自己销售的物业,而且要接触不同行业、不同知识背景、不同性格特征和不同喜好与需求的客户,因此,这项工作的特性决定了我们必须具备多种能力才能胜任。

(1) 洞察能力

房地产营销过程是一个巧妙的自我推销过程,在这个过程中,置业顾问应采取主动态度与客户沟通,在交谈的过程中应具有敏锐的职业洞察能力、语言运用能力、社交能力和良好的品质等。

(2) 学习能力

学习力是指置业顾问时时处处都要像一块海绵一样去吸收知识。将工作、生活当作学习的课堂,每天都带着强烈的学习欲望和动机,同时不断地自我积累、归纳、总结和提升。

脚踏代表能力

- 1、洞察能力
- 2、学习力
- 3、控制力
- 4、表达能力
- 5、专业技巧
- 6、公关力
- 7、交际力