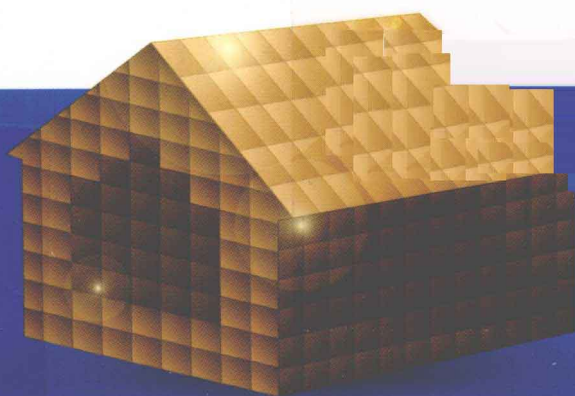


普
华
经
管

商品房销售 超级训练手册

——实景问答81例

陈信科◎编著



三大模块

错误应对+问题诊断

知识链接

应对话术示范

全方位展示了售楼人员的销售策略与销售技巧



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

商品房销售超级训练手册

——实景问答 81 例

陈信科 编著

人民邮电出版社

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

商品房销售超级训练手册: 实景问答 81 例 / 陈信科
编著. —北京: 人民邮电出版社, 2012. 3
ISBN 978-7-115-27527-1

I. ①商… II. ①陈… III. ①商品房—销售—问题解
答 IV. ①F293.35-44

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 023568 号

内 容 提 要

本书精心挑选了商品房销售过程中常见的代表性问题, 采取情景模拟的形式, 依托作者多年的售楼实践, 通过“错误应对+问题诊断”、“知识链接”、“应对话术示范”三大模块, 全方位地展示了售楼人员应当了解的销售策略与销售技巧。通过阅读本书, 读者可以轻松应对客户的种种异议, 快速提高自己的销售水平。

本书适合售楼人员 (房地产销售代表)、相关培训机构以及有志于从事房地产经纪工作的人士阅读使用。

商品房销售超级训练手册

——实景问答 81 例

-
- ◆ 编 著 陈信科
责任编辑 庞卫军
执行编辑 李 琦
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京鑫正大印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 800 × 1000 1/16
印张: 16 2012 年 3 月第 1 版
字数: 133 千字 2012 年 3 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-27527-1

定 价: 33.00 元

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

前 言

在商品房交易过程中，很多售楼人员由于欠缺相应的销售技能，经常用不恰当的方式同客户沟通，从而影响到交易的正常进行。应该说，成为一名售楼人员并不难，但要成为一名优秀的售楼人员却不是一件容易的事。即使对于一名已经有多年销售经验的售楼人员来说，也可能经常面临着这样的困惑：

为什么客户明明很喜欢这套房子却不购买？

为什么我很热情地接待客户，但销售业绩却无法提高？

为什么即使给出的价格已经很实在，客户还是要讲价？就算是老客户，也还是会还价？

为什么很多客户只看不买，我该怎么说服他们？

为什么同事的老客户会帮他们介绍新客户，而我的却不能？

.....

俗话说，“千里之堤，溃于蚁穴”，解决这些最为常见的问题对销售业绩至关重要。因此，作者依托多年来的售楼实践与培训经验，收集整理了大量商品房销售中经常遇到的问题，又选取了一些实用的典型案例，用通俗易懂、生动活泼的语言表述出来，以帮助读者在实际工作中随时应用，真正做到“现学现用”。

经过大量的调查发现，售楼人员解决问题能力的高低决定着个人业绩的好坏。为提高售楼人员解决实际问题的能力，本书采用“错误应对+问题诊断+知识链接+应对策略（应对话术示范）”的模式对商品房销售过程中的常见问题进行发掘，依照麦肯锡公司发现问题和分析问题的方法论有步骤地解决问题，循序渐进地启发读者的思维，一步步帮助读者掌握解决问题的方法和思路，使其在日常工作中逐步取得骄人的业绩。

在本书的编写过程中，范志德、陈梅凤、陈信林参与编写了本书的第一章，魏玉兰、陈信洪参与编写了本书的第二章，杨国盛、张秀玲、林碧参与编写了本书的第三章，谢芬芬、曾建宇参与编写了本书的第四章，吴文生、卢广平、王阿星参与编写了本书的第五章，陈海全、陈信科、杨文良参与编写了本书的第六章，王毅毅、许坤棋、巫许云参与编写了本书的第七章。全书由陈信科统撰定稿，由陈春洁担任顾问审核。由于作者水平有限，书中难免有不足之处，恳请广大读者批评指正。

目 录

第一章 如何正确接待客户	1
情景一:售楼人员要为客户讲解,客户却说:“我随便看看”	2
情景二:客户对售楼人员的提问不予理睬,无法了解其心思	7
情景三:客户喜欢高谈阔论,对购买问题却避而不谈	9
情景四:客户对售楼人员的介绍反应很冷淡	11
情景五:客户进入售楼处看了一会儿,什么都不说就要离开	17
情景六:客户带了好多人同行,接待中总是顾此失彼	19
情景七:客户感觉像是个业内踩盘人员,问的问题很专业	21
情景八:售楼人员要同时接待两个或两个以上的客户	24
情景九:客户来找的那位售楼人员已经离职	26
情景十:客户离开前不肯留下联系方式	28
情景十一:客户来过很多次,对楼盘也很熟悉了,不知如何介绍	31
情景十二:“我是替朋友来看房的,你们先给我点儿资料”	34
第二章 如何接听售楼热线	37
情景一:接听售楼热线时,接得过快或过慢	38
情景二:接听售楼热线时,言行举止不当引起客户反感	40
情景三:客户在电话中询问楼盘情况,不知道该如何回答	44

情景四:向客户索要电话号码时,客户不愿意告知	49
情景五:邀请客户前来看房时,客户却说没空或无动于衷	51

第三章 如何处理需求异议

55

情景一:询问客户需求时,客户不愿意说	56
情景二:想了解客户的购房动机,客户顾左右而言他	59
情景三:询问客户买房关注点时,客户说不知道	64
情景四:客户不肯说出自己的购房预算	67
情景五:“我只是随便看看,暂时不考虑买房”	70
情景六:“我先拿点儿资料回去看看,如果有需要我再来找你”	73
情景七:“我先了解一下,满意了再带我父母来看”	75
情景八:“现在房价那么贵,我哪里买得起啊”	77
情景九:“你们的户型都太大了,我们比较喜欢小户型的”	80
情景十:“我刚买了一套房子,只是来看看而已”	83

第四章 如何处理品质异议

87

情景一:“没听说过这个开发商,是个小开发商吧”	88
情景二:“这位置太偏了,我还是想要繁华点儿的地方”	90
情景三:“小区环境是不错,可是边上都是农民房,太杂”	94
情景四:“交通是便利,可是也太吵了,不适合居住”	97
情景五:“你们小区的绿化率才35%,太差了”	101
情景六:“这外立面也太土了吧”	104
情景七:“小区配套设施太少了,生活不够便利”	106
情景八:“还有小户型?人太杂了,不够档次”	109
情景九:“户型太小了,不够大气”	112
情景十:“户型太大了,一点儿都不经济实用”	115
情景十一:“两梯六户?不好,等电梯都要等半天”	118
情景十二:“这套房子没有电梯,楼层还这么高”	120

情景十三:“单体楼,没有什么绿化和配套,还这么贵”	122
情景十四:“户型种类太少了,没什么选择的空间”	125
情景十五:“项目太小了,小楼盘没档次”	128
情景十六:“社区太大了,住的人太多、太杂”	130
情景十七:“容积率那么高,住着不舒服”	133
情景十八:“我不喜欢朝北/西的房子”	135
情景十九:“这套房子怎么才单卫,现在不都是双卫吗”	139
情景二十:客户拿其他优秀楼盘来比较,挑出许多不足	141

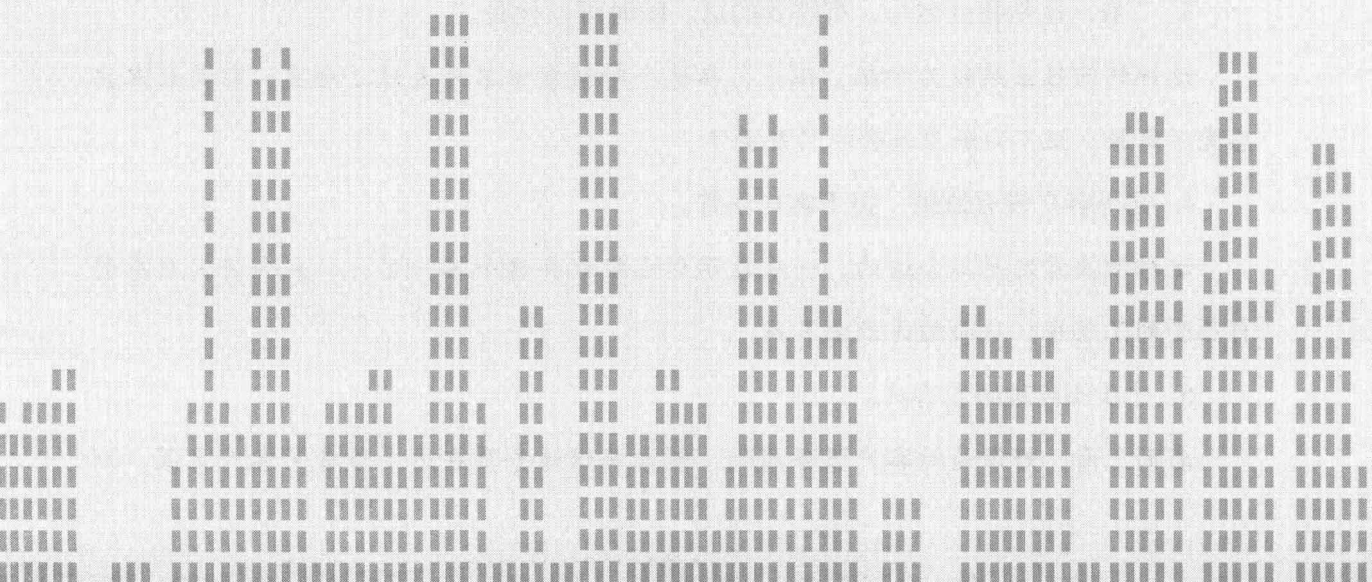
第五章 如何处理价格异议..... 145

情景一:“15 600 元? 太贵了”	146
情景二:“我们刚刚看了××楼盘,人家一平方米才 12 000 元”	149
情景三:“打个 95 折,我就下定金了”	152
情景四:“我朋友上个月来看的时候是 95 折,怎么现在只给我 97 折”	155
情景五:“我还是再等等看吧,元旦说不定会有促销活动”	157
情景六:“上个月来看才 16 000 元,怎么又涨价了”	159
情景七:“我都来那么多趟了,是很有诚意的,你就优惠点儿嘛”	163
情景八:“你们房子的价格太高了,总价超出了我的预算”	166
情景九:“对面的××楼盘打 97 折,赠品也比你们丰富”	169
情景十:“你们又不是品牌开发商,价格还那么高”	171
情景十一:“我是你们老客户介绍来的,可以优惠多少”	174
情景十二:“我是你们的老客户了,多打点儿折吧”	177
情景十三:“你一下就能帮我申请 96 折,肯定还有空间,再给我些折扣我就下定了”	180
情景十四:“我和开发商的一个经理是朋友,怎么说也得再优惠点儿吧,要不我给他 打个电话”	182

第六章 如何突破成交障碍	187
情景一：“我还要再考虑考虑”	188
情景二：“我要回家同我的父母/太太商量一下再决定”	191
情景三：“我今天没带那么多钱,明天再来下定金吧”	195
情景四：“现在就买的话,还有额外的优惠吗”	197
情景五：“我的预算不够,还是过段时间再说吧”	199
情景六:客户带了一大家子人前来看房,意见不统一	202
情景七:客户带朋友前来一起看房,担心客户受朋友影响	205
情景八:客户带律师前来一起看房,担心律师从中作梗	206
情景九:客户带风水先生一起看房,担心风水先生“搅局”	208
情景十:客户虽然表现出喜欢这套房子,却想再比较比较	209
情景十一:打电话让意向客户前来下定,客户却多次找理由搪塞	213
情景十二:客户下定后迟迟不来签约,眼看就到约定期限了	216
情景十三:客户交了定金后,却要求退房	218
第七章 如何处理客户投诉	223
情景一:客户一进门就大声嚷嚷,影响了其他客户	224
情景二:客户打电话来投诉售楼人员服务态度差	227
情景三:签订买卖合同后,客户无正当理由要求退房	230
情景四:房价下跌,客户要求退房/补差价	233
情景五:客户投诉的问题不存在,根本是在无理取闹	236
情景六:客户投诉的问题确实存在,并且是开发商的责任	239
情景七:客户投诉的问题确实存在,但客户的要求太高	242
参考文献	245

第一章

如何正确接待客户



情景一：售楼人员要为客户讲解，客户却说：“我随便看看”

当客户进入售楼部时，热情的售楼人员总会迎上去对客户说：“请问有什么可以帮到您？”然而客户却经常这样回答：“我随便看看。”如果任由客户“随便看看”，那么客户很可能转个几分钟就离开了；如果跟着客户继续讲解，恐怕又会给客户造成压力。这时，售楼人员应该怎么做才最合适呢？



错误应对+问题诊断

1. “好的，那您随便看看吧。”

这种应对方式太过消极，显得不够热情、主动，客户“随便看看”之后很可能就离开了。之后，售楼人员要想再次主动接近客户，就会变得有些尴尬和困难。

2. “那好，您随便看看，有需要可以叫我。”

和第一种应对方式没有什么大的区别，仍然属于消极应对。客户在“随便看看”之后，除非楼盘真的非常吸引他，否则他是不会主动找售楼人员咨询的。

3. “哦，这是我的名片，有需要的话，随时可以找我。”

这样的回答虽然较为积极，但是，在这个时候拿出名片太过于唐突，容易让客户感觉不舒服，说不定转身就会把名片丢了。

4. 觉得客户没有诚意，扔下客户不管。

这种做法肯定是不合适的，一来表示你已经放弃这个客户了，二来会使客户感觉自己受到了忽视，从而对你产生不满。

5. 寸步不离地跟着客户。

表面上看，好像是对客户服务周到，就像餐馆服务员在边上等着为客人上菜、倒

酒一样。但是，在售楼中，寸步不离地跟着客户则属于“热情过度”，会让客户更感觉到不安，给客户造成更大的压力。



知识链接

当售楼人员上前询问时，客户回答“我随便看看”，出现这样的情况很正常。客户想自己随便看看，有可能是由于对售楼人员有一种本能的防备心理，想先自行了解一下售楼部的环境和楼盘情况；也有可能是想掩饰自己对房子并不熟悉的事实，希望通过先熟悉售楼部来缓解自己的紧张情绪；当然，也不排除客户只是路过，一时兴起进来看看而已。

在客户进门时，与之打个招呼、准备讲解，是对客户的尊重，也是每一位售楼人员的工作职责。在遭到客户的冷淡回应后，不管属于上述哪种情况，售楼人员都应保持积极处理问题的心态，尝试主动和客户沟通，以轻松的语气来舒缓客户的心理压力，再引导客户说出自己的需求，从而进行有针对性的讲解。具体来说，针对此类情景，有以下两种应对方法。

1. 直入主题

当客户表示要随便看看时，售楼人员可先以轻松的语气表示对客户的认同，随后以向其介绍畅销户型或特价房等方式进行试探。比如，“好的，那您先自己看看，熟悉一下我们的售楼部。不过，我想向您介绍一下我们楼盘最近非常畅销的户型，不知道您有没有兴趣了解一下？”

当然，客户最终未必会对这些畅销户型或特价房感兴趣，但是话题却在不经意间打开了，这样，售楼人员就有机会向客户推荐楼盘和户型了。

◎注意

当客户表示要自己随便看看时，售楼人员千万不能寸步不离地跟着客户或者对客户过度热情，这样反而会让客户无所适从，甚至产生反感而快速离开。

2. 适当寒暄几句

中国人说话比较委婉，不喜欢未经铺垫就直入主题，总是喜欢在说正事之前先聊家常、寒暄几句、沟通沟通感情。所谓寒暄，其实就是寻找一个客户感兴趣的话题共同探讨，从而自然而然地拉近彼此间的距离，等到熟悉一些之后，再适时地把话题切入到正题上。

可别小看了这貌似闲聊的“寒暄”，它能在交谈者之间搭起一座友谊的桥梁，使双方产生认同心理，促进人们关系密切。对于销售而言，寒暄就好比是乐曲中的“过门儿”，并不是无足轻重的部分。实际上，巧妙的寒暄是交谈的“润滑剂”，是销售洽谈最好的铺垫，能够为销售营造出一种和谐的气氛。

寒暄的关键在于话题的选择。其实，凡是能引起对方兴致的话题都可以作为寒暄的话题，如新闻、天气、风土人情、对方的专长或爱好等。

(1) 新闻

“出门须知天下事”，售楼人员在出门工作之前，最好先做好信息的准备工作：打开电视、收音机听听新闻，或者翻翻报纸了解一些当天所发生的热点事件。只有熟悉最近国内外的重大事件，才不至于在众目睽睽之下问一些每个人都知道的“白痴问题”。以新闻为话题时，开头语通常可以这样说：

- “昨晚看电视说……”
- “我刚才听说……”
- “今早听广播说……”
-

(2) 天气

“天气”是最易于交谈的话题，因为人人都可以感受得到。以“天气”为话题，一般是在天气出现强烈变化的时候，例如，刚入冬、天气骤然变冷的时候；今年冬天下第一场雪的时候；出现罕见暴雨天气的时候等。以天气为话题时，开头语通常可以这样说：

- “今天天气真不错啊！”
- “这几天又降温了，真冷啊！”
- “这段时间怎么老下雨啊！”
-

(3) 风土人情

常言道，“老乡见老乡，两眼泪汪汪”。在如今的大城市中，有着来自五湖四海的人，一旦在外地遇见老乡，大家通常会显得较为兴奋，至少也会放松戒备心理。即使售楼人员与客户不是老乡，但如果能与之谈谈客户家乡的情况，客户通常也会予以回应，从而也就打开了话题。

当然，除非熟悉的客户，否则对于刚见面的客户，售楼人员是不可能知道他的家乡的。对此，售楼人员可以根据客户的口音等进行判断，比如说“先生，听您的口音，应该是山东人吧……”这样，客户必定会予以回答，接着，再适当转入与客户家乡风土人情有关的话题。

(4) 对方的专长爱好

俗话说，“酒逢知己千杯少，话不投机半句多。”在日常交谈中，人们往往愿意表现自己的专长、爱好。如果别人不经意间谈到你的专长或爱好，你通常就会产生一种莫名的亲切感，有的人甚至会滔滔不绝地讲个不停。

对于初次见面的客户，售楼人员并不知道对方的专长或爱好，但是没关系，我们可以将“对方的专长或爱好”作为话题，让对方产生兴趣。此外，我们同样可以通过

赞美的方式去接近客户。比如说，“小姐，您的这个包很漂亮，是在哪里买的？我一直很喜欢这种包，但找了好几个地方都没找到……”



应对话术示范1

售楼人员：“您好，欢迎光临九龙××。先生，请这边坐。”

客 户：“不用了，我随便看看。”

售楼人员：“没关系，买房是要多看、多了解，您可以先看看我们的楼盘模型，多了解一下我们的楼盘。来，我为您介绍一下……请问您想先了解楼盘的哪方面信息呢？”



应对话术示范2

售楼人员：“您好，欢迎光临九龙××。先生，请这边坐。”

客 户：“不用了，我随便看看。”

售楼人员：“好的，那您先自己看看，熟悉一下我们的楼盘。这周我们新推出了10套特价房，价格非常优惠，不知道您有没有兴趣了解一下？”

客 户：“哦，有两居的吗？”

售楼人员：“有啊，来，我给您介绍一下……”



应对话术示范3

售楼人员：“您好，欢迎光临九龙××。先生，请这边坐。”

客 户：“不用了，我随便看看。”

售楼人员：“先生，您是闽南人吧？”

客 户：“哦，你怎么知道的？”

售楼人员：“呵呵，听您口音猜的。我听说闽南人都很会做生意……”

情景二：客户对售楼人员的提问不予理睬，无法了解其心思

售楼人员想通过提问多了解一些客户的想法和需求，可是客户对这些提问不予理睬，有回答的也只是敷衍了事。如果售楼人员这时放弃，则心有不甘；继续跟进，又得不到回复，无法了解客户的心思，这样的情况很令售楼人员头痛。



错误应对+问题诊断

1. 尽管客户不予理睬，还是一直不停地追问客户。

这种做法只会自讨没趣，很难“敲开”客户的“金口”，甚至还会引起客户反感：“怎么这么烦人啊！”

2. 吃了几次闭门羹之后，就不再理会客户，只是坐在边上陪着客户。

这样的做法显然是自己先败下阵来了，客户不说话，自然无法了解其想法。同时，这也是很不友好的行为，显得售楼人员缺乏经验和耐心，傻傻坐着肯定会造成尴尬的气氛。

3. 用带有情绪的语气质问客户：“您不说出您的想法，我怎么帮您呢？”

这是一种挑衅，会让客户心生不悦，很可能中断谈话或直接走人，较真儿的客户还会向现场经理投诉你的不当行为。



知识链接

客户对售楼人员的提问不予理睬总是有理由的，售楼人员只要找到理由，然后对症下药，问题就可以迎刃而解了。我们如果站在客户的立场上想想，他们不想理睬售

楼人员的原因不外乎有以下几点。

第一，客户的性格所致。有些客户本身就少言寡语，不轻易表达自己的意见和看法；还有一些客户较为理性，他们更相信自己的判断，在看房、选房时一般有自己的见解，不喜欢也不太信任售楼人员的介绍。

第二，客户故意装出来的。这种战术在兵法上叫做“不战而屈人之兵”，也就是故意对售楼人员不理不睬，在心理上击败售楼人员，从而占据主导权，为以后的谈判或了解信息获得更多的主动权。

第三，客户对楼盘了解不够所致。客户想先自己看看，了解个大致情况后，如果有不明白的问题再找售楼人员，不喜欢售楼人员一直问这问那。

无论是出于哪种原因，遇到“只问不答”或“不问不答”的客户时，售楼人员不能硬碰硬，要与其“斗智”。例如，可以采取迂回战术，先做感情投资，不讨论房子的问题，而是与其开玩笑、聊天，激发客户谈话的兴致，再留心观察、适时转入正题；也可以采用“欲擒故纵”的方法，给客户留出一定的空间，表示自己随时候命，有问题随叫随到。



应对话术示范1

售楼人员：“先生，您是位老师吧？”（微笑，等待客户的反应）

客 户：“为什么这么说？”

售楼人员：“我看您戴着金边眼镜，一副温文尔雅的样子，一看就是个知识分子。”

客 户：“你还真会说话……”（客户的虚荣心得到了满足，“话匣子”也被打开了）



应对话术示范2

售楼人员：“先生，不好意思，打断一下，我见您看楼很专心，看来应该看了不少