

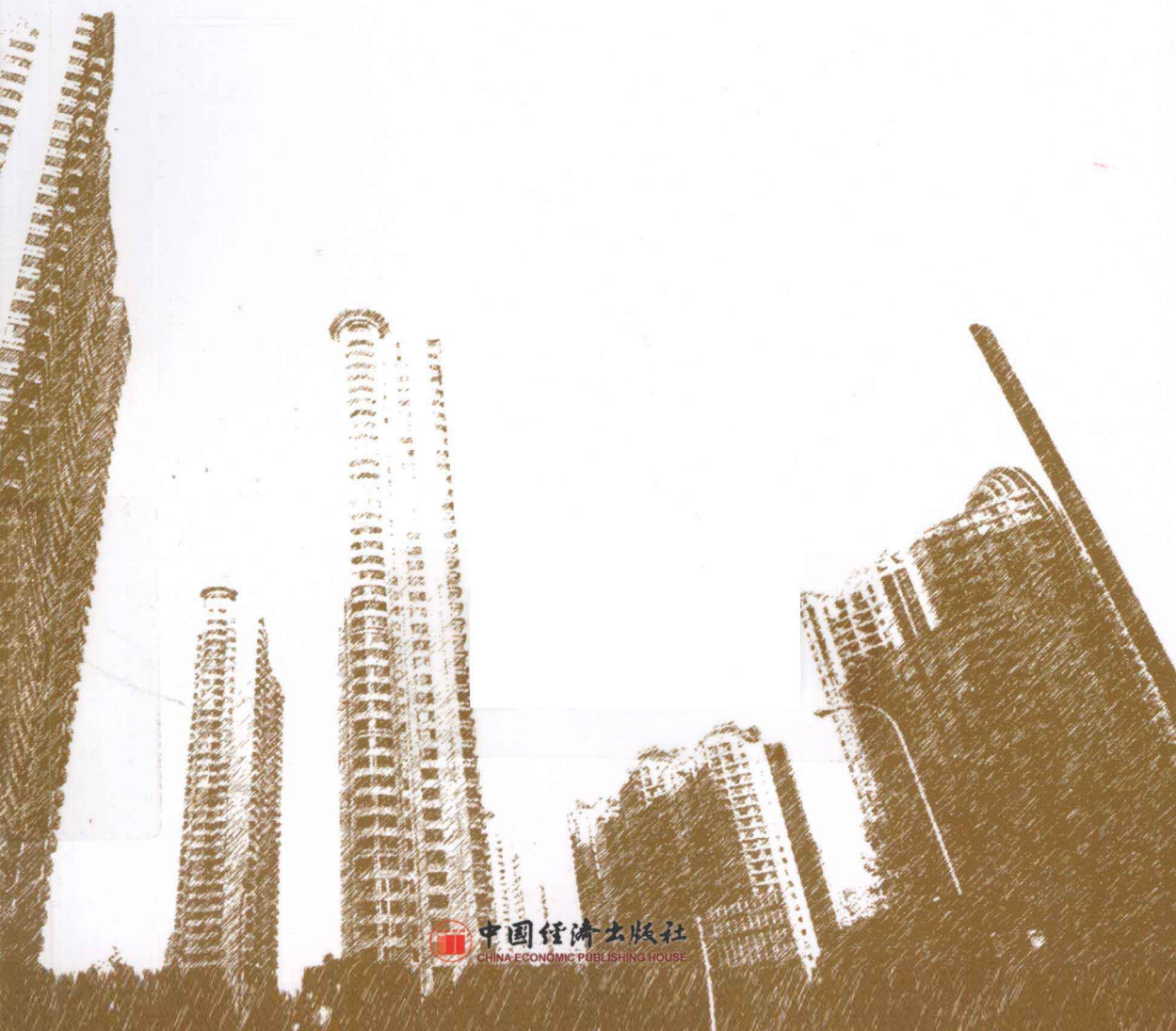
中经行业培训

Real estate sales king

售楼王

房地产销售第一书

肖晓春 主编
邓小华 罗亚东 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

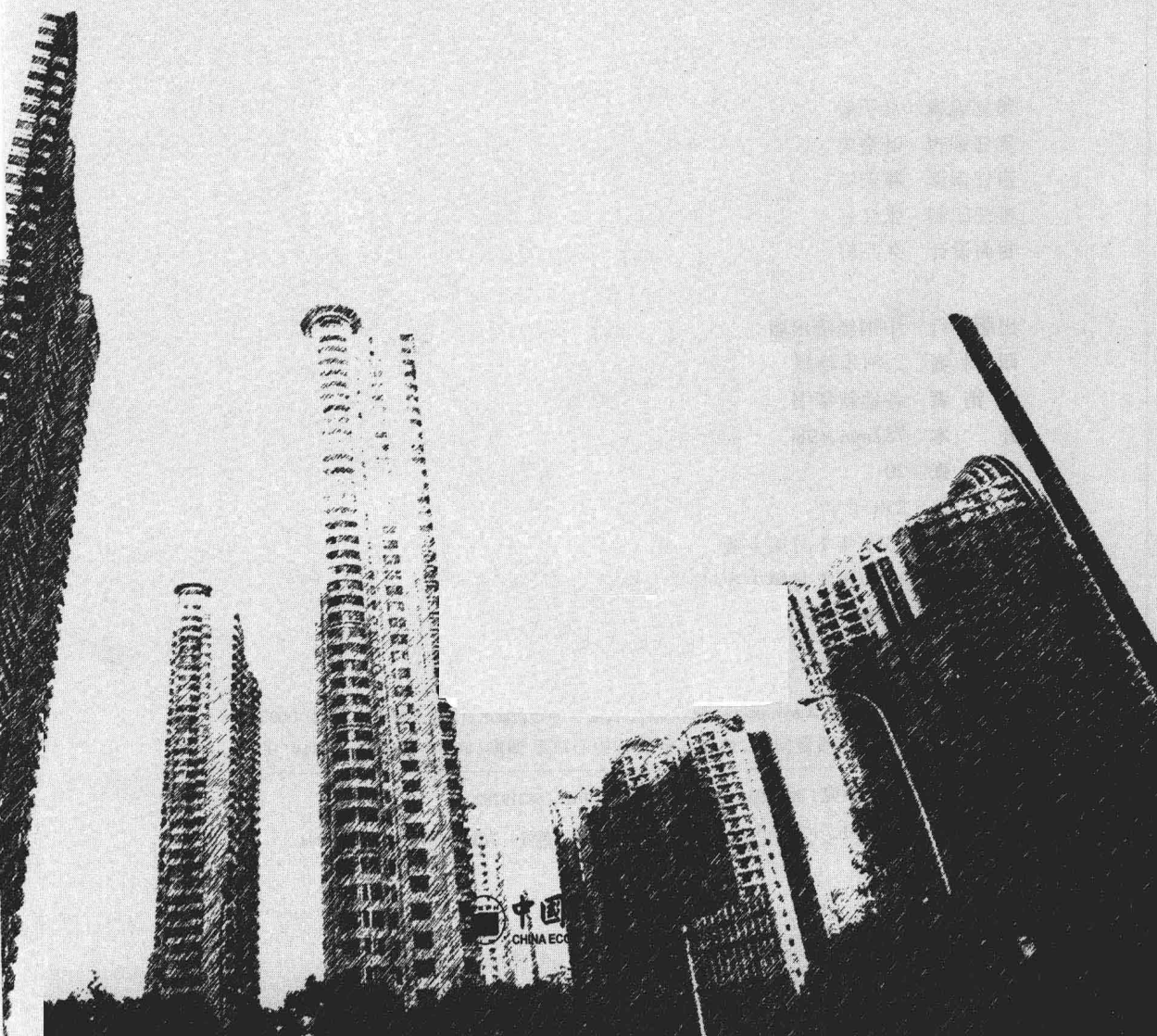
中经行业培训

Real estate sales king

售楼王

房地产销售第一书

肖晓春 主编
邓小华 罗亚东 著



图书在版编目 (CIP) 数据

售楼王 房地产销售第一书/邓小华, 罗亚东著; 肖晓春主编.

北京: 中国经济出版社, 2013. 1

ISBN 978 - 7 - 5136 - 1885 - 4

I. ①售… II. ①邓… ②罗… ③肖… III. ①房地产—市场营销学 IV. ①F293 · 35

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 219024 号

策划编辑 徐子毅

责任编辑 叶亲忠

责任审读 霍宏涛

责任印制 张江虹

封面设计 久品轩

出版发行 中国经济出版社

印刷者 三河市佳星印装有限公司

经销者 各地新华书店

开 本 787mm × 980mm 1/16

印 张 20

字 数 250 千字

版 次 2013 年 1 月第 1 版

印 次 2013 年 1 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 1885 - 4/C · 308

定 价 39.80 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

序：如何实现售楼业绩疯狂飙升

房地产销售工作中，有什么投资可以保证让您在短短一个月内就实现三倍、五倍甚至十倍的获利呢？我们或许投资汽车、珠宝，让工作获得便利和愉悦；我们或许投资房产，希望升值套现；我们或许投资“位置”及“装修”，以求通过“终端为王”、“地段第一”来打动顾客等。但投资之后，您是否可以肯定地回答您的投资符合以上的期望呢？

恰恰相反，很多时候，这些方面的高投入带来的却是高负担。原本看似合情合理的投资，却很容易被竞争对手模仿而失效。销售服务是产生差异的主要手段，而销售策略与形式同样也是很容易被模仿的；只有销售服务中人的因素——代表公司形象和服务意识的物业顾问所表现出来的思想、行动和意识才是竞争对手难以复制的！

因此，物业顾问才是提升门店业绩最重要的因素，他们是为地产企业实现“从商品到货币最惊险的一跳”的一线战士，是真正接触市场终端脉搏的、每天接触顾客的人，他们的态度与能力直接决定着地产企业的销售成败。对物业顾问素质和能力提升的投资才是真正经得起“百倍、千倍回报”测试的投资。

数量庞大的物业顾问一般受教育程度较低，综合素质相对较差，他们工作的重要性与自身技能水平较低成为了一对矛盾体。很多房地产企业忽视了对这些一线物业顾问的培训，而未经培训

的物业顾问就像没有经过训练的士兵匆匆提枪上阵一样，其结果可想而知，业绩也就无从谈起。因此，未经培训的物业顾问是房地产企业最大的成本和利润流失的黑洞。房地产企业要弥补这个黑洞，找到有效提升销售业绩的解决之道，就是要找到一种简单有效、易于执行且成本较低的培训方式。

据统计，许多有着多年工作经验的房地产一线物业顾问竟然没有接受过一次专业系统的培训，他们就像黑夜中苦苦摸索的先行者，销售服务全凭惯性和运气，甚至很多人天天都在犯最基础的错误，他们在门店无所事事或者用不正确的方式与顾客沟通，每天重复着错误的销售心态、错误的语言和错误的销售技巧，他们自己及其管理者却浑然不觉。

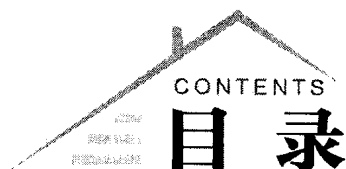
其实销售是一门语言、思维、行为高度结合的技术，销售是有技巧的，而且是可以规范的。但物业顾问数量庞大且工作繁忙，企业要对其进行培训并不是一件容易的事情。一直以来，我们都在研究如何才能让房地产企业省钱、省事、省心地对物业顾问进行培训？如何才能让没有机会参加培训的物业顾问可以利用闲暇随时随地进行自助性学习？通过企业培训部门与学员的强烈建议，以及多年的实践与总结，我们从实战中提炼出一套行之有效的、可以让物业顾问进行自学、反复对照练习的简易教程，并编写成本书，力争做到“授人以鱼”（话术范例）与“授人以渔”（方法技巧）相结合，让物业顾问易学、易懂、易用，受到了房地产企业、地产中介公司与物业顾问的广泛欢迎与一致好评。

本书首先对物业顾问接待顾客的流程进行了规范，划分为寻机开场、顾客需求挖掘、带客看楼、客户跟进、应对顾客拒绝、处理价格异议、签约成交及售后服务等八个步骤，然后对各个步骤中物业顾问每天都会遇到却又难以应对的问题进行收集、分析



和研究，总结出房地产物业顾问在工作中经常碰到却又难以应对的、极具代表性的 88 个销售实战情景，每个销售情景均以顾客/业主的需求为出发点，以物业顾问的沟通技能为线索，按“常见应对”、“引导策略”、“话术范例”、“方法技巧”和“举一反三”等结构逐一讲述，为物业顾问提供正确的回答策略和语言模板，并总结出可供应用的方法和技巧，最后还要让物业顾问举一反三，真正掌握正确的销售语言与销售技巧，从而快速、持续地提升业绩。

主编 肖晓春



序:如何实现售楼业绩疯狂飙升 1



寻机开场实战情景训练

良好的开始等于成功的一半。你第一次接触顾客时,如何在 30 秒内,立即引起顾客的注意?如何在三句话内,就让顾客言听计从?如何在首次交往中,就让顾客充满期待?这些对顾客微妙心理恰如其分地处理,将极大促进物业顾问的成交业绩。

情景 1	顾客站在盘源架前说:“我随便看看”	3
情景 2	顾客指着盘源纸问:“这套 60m ² 35 万元的房子是怎样的?”	6
情景 3	顾客前来找你,说是王某某介绍来找你买房的	9
情景 4	顾客打电话问:“你们那套 80m ² 40 万元的房子是怎样的?”	12
情景 5	为吸引客人,你刊登了一套不存在的笋盘广告, 顾客打电话咨询该盘情况	16

情景6	顾客问：“你们这里有没有××花园70m ² 二居室的房子”	20
情景7	与客户寒暄几句，突然不知说什么好	24
情景8	顾客告诉你在别的中介看了某套房子，问你们这里有没有该房源	28
情景9	如何争取独家委托	32
情景10	让业主不好拒绝的收钥匙妙招	36

2

挖掘客户需求实战情景训练

掌握了顾客需求,就等于抓住了顾客的钱袋。当顾客明确表示不买时,如何让顾客自己说服自己“我要买楼”?如何掌握顾客信息,让需求挖掘势如破竹?如何通过放大“想要”,引爆顾客最深层次的购楼需求?这些对顾客需求进行“公式化”探测及鉴定的方法,将让物业顾问轻而易举地洞穿顾客需求心理。

情景11	全方位掌握顾客信息	41
情景12	顾客购房需求的鉴定	45
情景13	如何处理各种购房预算价位的需求	48
情景14	外墙破烂、天花板渗水,每平方米售1万元,顾客会买这样的房子吗	51
情景15	如何应对及引导各种购房需求动机	54
情景16	顾客看了很多房子都不满意	58
情景17	顾客问:“有小面积的房子吗?”	61
情景18	如何有效进行盘源配对	64
情景19	如何在闲聊中增强顾客的信心	68

带客看楼实战情景训练

房地产成交从看楼开始。有效地看楼,物业顾问必须将顾客的购买心理推至最高点。带客看楼前,如何让顾客及业主心无旁骛?带客看楼中,如何增强房屋介绍的穿透力?带客看楼后,如何点燃顾客的购买情绪?这些看楼时的科学方法及系统细节,将引领物业顾问轻松迈入带客看楼前、中、后的精细化管理时代。

情景 20	带客看楼前需做什么准备吗	73
情景 21	看楼前如何“打预防针”	76
情景 22	看楼前如何测试业主心态	79
情景 23	到底先看最好的房子,还是先看最差房子	83
情景 24	带客看楼中如何保持应变力	86
情景 25	上门看楼前,客人不肯签看房纸怎么办	89
情景 26	看楼中,业主向顾客递纸条怎么办	93
情景 27	不可不知的带客看楼 23 个细节	96
情景 28	看楼中,如何成为人际沟通的高手	100
情景 29	顾客喜欢某套房子后,突然带来风水先生	103
情景 30	看楼中,你是否这样撵走过顾客	106
情景 31	看楼中,“同步”的妙用	109
情景 32	看楼中,不可不察的肢体语言	113
情景 33	如何巧妙地介绍楼盘的“缺陷”	116
情景 34	看楼中,如何应对同行竞争	119
情景 35	看楼后,应立即处理的四大关键细节	123
情景 36	看楼后如何推进销售的下一步工作	127
情景 37	如何防止客人看楼后回头找业主	130

4

客户跟进实战情景训练

电话响起的时候,赚钱的机会就来了。电话跟进中,如何让顾客顺从自己的时间安排来看楼?如何让顾客不好意思拒绝物业顾问的各项请求?如何让顾客自己主动汇报他的相关信息?这些客户跟进中的电话营销技巧将让物业顾问真正实现“话到钱来”。

- 情景 38** 业主一接电话,听到是中介就挂了…………… 135
- 情景 39** 如何进行盘源跟进,让业主降价…………… 138
- 情景 40** 顾客经常说没时间看楼,如何让他顺从你的时间
安排来看楼…………… 141
- 情景 41** 如何打有效的电话跟进客户…………… 144
- 情景 42** 在什么时间电话跟进顾客会恰当一些…………… 147
- 情景 43** 顾客主动打电话给你时的应对策略…………… 150
- 情景 44** 如何在电话中顺利让顾客留下姓名及电话号码…………… 153
- 情景 45** 让业主不好意思压低佣金的“辛苦度”策略…………… 156
- 情景 46** 顾客私下成交,如何通过打电话收集证据…………… 159

5

应对顾客拒绝实战情景训练

嫌货才是买货人。购房者决定前通常会提出众多抗拒,物业顾问必须有效解除这些抗拒心理。如何辨别顾客的真假抗拒,解除那些不必要的抗

拒心理呢?如何动之以情,让顾客不好意思说“不”?如何化劣势为优势,让顾客重新考虑?本章中的这些有效解除顾客抗拒的方法将让物业顾问在绝境中反败为胜。

情景 47	经常遇到看楼无成交,业主不想前往开门, 物业顾问如何预约·····	165
情景 48	顾客说:“我要回去同太太商量商量!”·····	169
情景 49	顾客说:“这个房子贵了点!”·····	173
情景 50	顾客以你公司太小为由要求中介费收得低一些·····	176
情景 51	顾客虽然表现出喜欢这套房子,却想再比较比较·····	179
情景 52	顾客问:“现在楼价在跌,买楼合适吗?”·····	183
情景 53	顾客急切地问:“对面那家中介到底怎么样?”·····	186
情景 54	顾客说:“不用交诚意金啦,谈到××万我就直接 过来签约”·····	189
情景 55	如何从潜意识里解除顾客买楼的抗拒心理·····	192
情景 56	顾客带很多人看楼,且众人意见不统一·····	195

6

处理价格异议实战情景训练

二手楼买卖,“答应就是行情”。价格是谈出来的,行情也是谈出来的。二手楼买卖中,如何主控谈判进程?如何有效放价、调价?如何运用谈价中的重要原则?这些有效的谈判策略将让物业顾问轻松撬开顾客钱包。

情景 57	业主:“没有 50 万元,就不要带来看楼”·····	201
情景 58	业主:“我现在不缺钱花,没有 60 万元,就不要同我谈”·····	204
情景 59	你开价 50 万元,顾客却还价 35 万元,如何谈价·····	207

情景 60	顾客：“我朋友上个月在这里买房的价格就比您的报价便宜 20%”	210
情景 61	一开始就报底价，能否低开高走	213
情景 62	二手楼谈价有哪些方式	217
情景 63	二手楼谈价中的让价原则	220
情景 64	如何压低业主开价	224
情景 65	如何拉高顾客出价	227
情景 66	房屋买卖谈价中的数字运用	230

7

签约成交实战情景训练

成交实战无花招，能卖才是硬道理。如何捕捉顾客成交信号、把握成交时机？如何规划成交路线并高效运用各种成交方法？如何运用各种心理学方法促进交易达成？这些千锤百炼的成交必杀技，让物业顾问实现业绩飙升。

情景 67	试探式成交法	235
情景 68	善意诱导式成交	238
情景 69	沉默式成交法	242
情景 70	如何提出让顾客无法拒绝的成交请求	245
情景 71	顾客购买力达不到业主底价，如何成交	248
情景 72	当顾客应承条件能够成交，却在拖延，如何处理	251
情景 73	如何利用好心理暗示的力量帮助成交	254
情景 74	体验式卖楼的功效	257
情景 75	如何识别购房成交信号	260
情景 76	售楼中，“限期”力促交定金的注意事项	263

情景 77	售楼谈判中,得了便宜别卖乖·····	266
情景 78	“一分钱一分货”的成交法·····	269
情景 79	顾客要求佣金打折,怎么办·····	272
情景 80	顾客说“二手楼猫腻多,还是买一手楼放心一点”·····	275

8

售后服务实战情景训练

签约并不意味着结束,售后服务引领下一宗交易的开始。如何让顾客不好意思不帮你转介绍买楼客户?如何让顾客忠诚,不停地介绍客户给你?如何消除顾客抱怨,重启合作之门?这些优质的差异化的服务策略将使物业顾问业绩常青。

情景 81	顾客最后在别的地产中介买楼了·····	281
情景 82	买楼签约后应注意的细节·····	284
情景 83	顾客担心“一房二卖”·····	287
情景 84	成交后的跟进策略·····	290
情景 85	业主抱怨物业顾问老打“骚扰”电话·····	293
情景 86	顾客投诉没能准时收到楼·····	296
情景 87	如何有效地使用服务工具·····	299
情景 88	物业顾问如何养成良好的服务习惯·····	302
后 记 ·····		305

1

1

寻机开场实战情景训练



良好的开始等于成功的一半。你第一次接触顾客时，如何在 30 秒内，立即引起顾客的注意？如何在三句话内，就让顾客言听计从？如何在首次交往中，就让顾客充满期待？这些对顾客微妙心理恰如其分地处理，将极大促进物业顾问的成交业绩。



顾客站在盘源架前说：“我随便看看”

常见应对

1. 好的，您请随便看吧！
(估计不出 30 秒，顾客就会离开)
2. 您好！这是我的名片，有需要的话可以进来了解一下。
(顾客倍感压力，30 秒左右将离开)
3. 外面天气热，进来坐坐，我给您详细介绍一下。
(顾客感到过分热情，搭讪几句便离开)

引导策略

当看到顾客站在店门口观看“盘源架”时，物业顾问的通常做法是立即起身来到门口，对顾客说：“先生/小姐，请问有什么可以帮到您？”而顾客经常会说：“随便看看！”顾客这样说通常有两个原因：一是顾客闲逛而至，了解一下目前房地产市场的行情，真的只是想随便看看而已；二是，顾客在该门店的“盘源架”上还没有看到他想买/想租的房子，不想过早地接触物业顾问。不管是那种情况，顾客的心理都对物业顾问建起了一条心理防线，任何不恰当的言行举止都可能导致顾客立即离开。

遇到这种情况，物业顾问一定要用话术让顾客在 30 秒内立即对物业顾问的话题感兴趣，并接受物业顾问的邀请，来到店内坐下详谈，从而进一步了解顾客的真实需求。否则，顾客会在 30 秒内离开。



话术范例

话术范例一

物业顾问：“先生/小姐，请问有什么可以帮到您？”（物业顾问开始接近顾客）

顾客：“我随便看看！”（顾客建起心理防线，想摆脱物业顾问）

物业顾问：“哦！昨天有个业主要出国，委托我们放了一个盘，不知您有没有兴趣进来了解一下？”（物业顾问立即抛出一个“小便宜”，通常来讲，业主出国前卖楼一般价格会相对便宜；而对于便宜的东西，大多数人都感兴趣，会顺从物业顾问的安排，入店了解一下。注意，此处，物业顾问没有用“买”，而是用“有没有兴趣进来了解一下”，来减轻顾客的压力，以达到让顾客入店的目的）

话术范例二

物业顾问：“先生/小姐，请问有什么可以帮到您？”（物业顾问开始接近顾客）

顾客：“我随便看看！”（顾客建起心理防线，想摆脱物业顾问）

物业顾问：“哦！昨天有个业主放了一个超值盘，他因急着筹钱，降了5万元，不知您有没有兴趣进来了解一下？”（物业顾问立即抛出一个“业主急着筹钱，便宜了5万元”的小便宜）

话术范例三

物业顾问：“先生/小姐，请问有什么可以帮到您？”（物业顾问开始接近顾客）

顾客：“随便看看！”（顾客建起心理防线，想摆脱物业顾问）

物业顾问：“哦！昨天有个客人因急着要调到外地工作，委托我们放了一个盘，不知您有没有兴趣进来了解一下？”（工作紧急调动，让顾客产生乘机压价、占小便宜的想法）