

销售宝典

2

可能是目前国内最完善的销售策略文本

高利润地产项目 实效销售执行手册

迅速构建高效营销执行体系



九大成功步法保障项目快速销售

两组解困密码化解滞销楼盘困境

高效管理文本为项目成功销售护航

地产项目销售9大成功步法

- 成功步法1: 销售前期准备工作部署
- 成功步法2: 灵活定价创造项目最高利润
- 成功步法3: 内部认购实战操作
- 成功步法4: 成功开盘秘籍
- 成功步法5: 高效媒介推广策略
- 成功步法6: “房地产大卖场”价格密码
- 成功步法7: 灵活造市手法
- 成功步法8: 积极地销售控制战略
- 成功步法9: 修炼服务营销内功

滞销地产项目解困密码

- 解困密码1: 滞销楼盘成功解套法则
- 解困密码2: 分阶化解楼盘滞销顽痼

地产项目销售高效管理文本

- 管理文本1: 销售部员工职责管理
- 管理文本2: 销售现场全程管理制度
- 管理文本3: 销售现场全程销控管理条例1
- 管理文本4: 严格的活力薪资管理制度
- 管理文本5: 销售管理公文文本

销售宝典

2

可能是目前国内最完善的销售策略文本

高利润地产项目 实效销售执行手册

迅速构建高效营销执行体系



九大成功步法保障项目快速销售

两组解困密码化解滞销楼盘困境

高效管理文本为项目成功销售护航

地产项目销售9大成功步法

- 成功步法1: 销售前期准备工作部署
- 成功步法2: 灵活定价创造项目最高利润
- 成功步法3: 内部认购实战操作
- 成功步法4: 成功开盘秘籍
- 成功步法5: 高效媒介推广策略
- 成功步法6: “房地产大卖场”价格密码
- 成功步法7: 灵活造市手法
- 成功步法8: 积极地销售控制战略
- 成功步法9: 修炼服务营销内功

滞销地产项目解困密码

- 解困密码1: 滞销楼盘成功解套法则
- 解困密码2: 分阶化解楼盘滞销顽痼

地产项目销售高效管理文本

- 管理文本1: 销售部员工职责管理
- 管理文本2: 销售现场全程管理制度
- 管理文本3: 销售现场全程销控管理条例1
- 管理文本4: 严格的活力薪资管理制度
- 管理文本5: 销售管理公文文本

图书在版编目 (CIP) 数据

销售宝典 2: /喻颖正等编著.——广州:暨南大学出版社,2005.8

ISBN 7-81079-570-8

I. 销… II. 喻… 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089347号

版权所有,翻印必究。

销售法宝2: 高利润地产项目实效销售执行手册

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:广东培基镭射印刷分色有限公司

印张:56.8

字数:1077千字

版次:2005年9月第1版

印数:0001-1000册

书号:ISBN 7-81079-570-8/F·332

定价:428元

《高利润地产项目实效销售执行手册》

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	吴传鲲	罗德仲
史凤琴	杨业	李泽流	陈岸	谭英韬	陈奕琰	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：决策资源房地产研发中心

执行主编：李宗继

美术编辑：梁锦华 魏前玲

法律顾问：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）

运用之妙，存乎一心

楼盘销售是地产项目开发中关键的“惊险一跳”！在全程营销的时代，它涵括了项目产品策划、定价、推广、大卖场布置、开盘、促销、公关造市以及销售控制等诸多环节。在保证面面俱到的同时，为保障销售各个环节无缝接合并快速有效的运作，楼盘销售体系必须系统化：既要有清晰的项目销售目标，又要有可靠的销售执行体系。

本书充分结合了作为中国最大地产资讯平台决策资源的资源优势 and 泰盈置业这个地产销售代理行业的“特种部队”的超强销售执行力，并总结了拥有开发商背景的泰盈决策资源集团的成功开发经验；提炼出楼盘成功销售执行体系的9大步骤；运用泰盈多年来独特的滞销地产项目解决智慧，为陷入困境的地产开发商排忧解难；运用决策资源与各大地产名企广泛的业务联系，收集、整理、优化了地产赢家最先进的管理制度、表格，可以说本书是地产行业最先进的操盘智慧的结晶。

世界上找不到两片完全相同的树叶，在地产行业，也没有两个完全相同的开发项目，各个项目的实际操作方式因开发商、代理商、市场环境等不同而千差万别，希望本书内容能为您提供有价值的参考借鉴。



地产项目销售9大成功步法

成功步法1：销售前期准备工作部署/4

- 操作进阶1：地产项目销售工作的整体规划/7
- 操作进阶2：地产项目营销渠道/16
- 操作进阶3：房地产营销渠道设计与管理/21
- 操作进阶4：最优代理公司选择标准/28
- 操作进阶5：开发商与代理商的合作模式/35
- 表格：销售前期准备工作管理表格/41
- 经验1：营销策划八大误区/55
- 经验2：销售决胜在现场/61

成功步法2：灵活定价创造项目最高利润/64

- 操作进阶1：房地产项目定价的目标与原则/65
- 操作进阶2：房地产项目定价方法/73
- 操作进阶3：房地产项目定价策略/82
- 操作进阶4：垂直价差和水平价差的确定/92
- 操作进阶5：房地产项目价格调整策略/103
- 表格：房地产项目定价管理表格/110
- 经验：项目定价误区及其对策/112
- 经典案例1：瑞心苑的定价玄机/115
- 经典案例2：云顶·翠峰价格策略剖析/120
- 经典案例3：海泊人家的定价及销售策略/122

成功步法3：内部认购实战操作/124

- 操作进阶1：内部认购动机与功能/125
- 操作进阶2：项目内部认购方案分析/129
- 经典案例：某项目内部认购实操/136

成功步法4：成功开盘秘籍/140

- 操作进阶1：把握时机顺市开盘/141
- 操作进阶2：以快制胜的开盘法则/147
- 操作进阶3：开盘操作具体环节细化/153
- 操作进阶4：制订灵活供楼的付款方式/169
- 操作进阶5：国内房地产按揭操作模式/172
- 操作进阶6：付款中常见弊病及相应处理/176
- 表格：地产项目成功开盘管理表格/180
- 经验1：置业顾问访客技巧/207
- 经验2：房地产项目操盘十大忌/211
- 经典案例1：凤凰城开盘谋略演示/215
- 经典案例2：某项目开盘策划总执行方案/221

成功步法5：高效媒介推广策略/232

- 操作进阶1：媒介推广目标与原则/233
- 操作进阶2：推广方式多渠道化/236
- 操作进阶3：推广实战程式/248
- 操作进阶4：地产项目卖点提炼/253
- 操作进阶5：房地产项目广告表现策略/258
- 操作进阶6：房地产项目广告预算与广告效果测定/264
- 表格：高效媒介推广管理表格/272
- 经典案例：金香林项目一期推广策略/282



目录

Contents

成功步法6：“房地产大卖场”价格密码/306

操作进阶1：地产大卖场的（MDF）D策略/307

操作进阶2：大卖场的情境布局细化/316

操作进阶3：大卖场的人性化包装设计/320

操作进阶4：激发最大购买欲的样板房包装技巧/332

表格：房地产大卖场包装管理表格/345

成功步法7：灵活造市手法/348

操作进阶1：公关营销拓宽销售渠道/349

操作进阶2：房地产项目促销组合/355

操作进阶3：如何展开活动营销/363

操作进阶4：展销会激起的市场效应/369

表格：项目促销管理表格/374

经验：如何撰写促销活动方案/384

经典案例1：翡翠城经典造市活动演示/388

经典案例2：深圳湾畔经典造市活动演示/394

成功步法8：积极地销售控制战略/410

操作进阶1：地产项目销售控制战略/411

操作进阶2：强力销售控制策略/415

操作进阶3：销售控制的阶段性操作方法/424

表格：销售控制管理表格/430

经验1：销售现场布置及气氛的运用技巧/458

经验2：销售经理的56条管理原则/459

经典案例1：销控阶段性总结案例/466

经典案例2：建信奥林匹克花园团购的条件及操作/470

成功步法9：修炼服务营销内功/474

操作进阶1：服务营销战略/475

操作进阶2：售后服务提高销售力/482

操作进阶3：利用售后服务营造“滚雪球”效应/485

操作进阶4：利用售后服务加强企业品牌/487

表格：服务营销管理表格/490

2

滞销地产项目解困密码

解困密码1：滞销楼盘成功解套法则/500

操作进阶1：项目滞销要点分析/501

操作进阶2：项目滞销的基本应对策略/513

操作进阶3：给尾盘开出的八个药方/520

经验：避免滞销的技巧/525

经典案例：试住——某项目尾盘处理方式/531

解困密码2：分阶化解楼盘滞销顽痼/538

操作进阶1：项目前期滞销的应对策略/539

经典案例1：项目Y的“变身法”/541

经典案例2：项目M的脱困策略/547

操作进阶2：项目中期滞销突围策略/554

经典案例1：项目T成功解套策略/559

经典案例2：项目B二期滞销脱困实录/567

操作进阶3：尾盘销售利润最大化策略/574

经典案例1：项目J个性化主题降价分析/579

经典案例2：项目B尾盘销售策略/584

3

地产项目销售高效管理文本

地产项目销售高效管理文本/590

管理文本1：销售部员工职责管理/591

管理文本2：销售现场全程管理制度/597

管理文本3：销售现场全程销控管理条例/611

管理文本4：严格的活力薪资管理制度/632

管理文本5：销售管理公文文本/644

地产项目成功销售经典案例/678

经典案例1：常州奥林匹克花园热销全程解密/679

经典案例2：碧海晴天项目开盘全程操作/717

经典案例3：天泰馥香谷项目价格策略与执行方案/750

经典案例4：中海蓝湾全程营销策划剖析/774

经典案例5：泊景苑营销策划全案/812

经典案例6：凯旋新世界广场营销总案/848

经典案例7：L项目滞销解决方案/862

经典案例8：X项目“尾盘集中赢”/878

地产项目成功销售经典案例

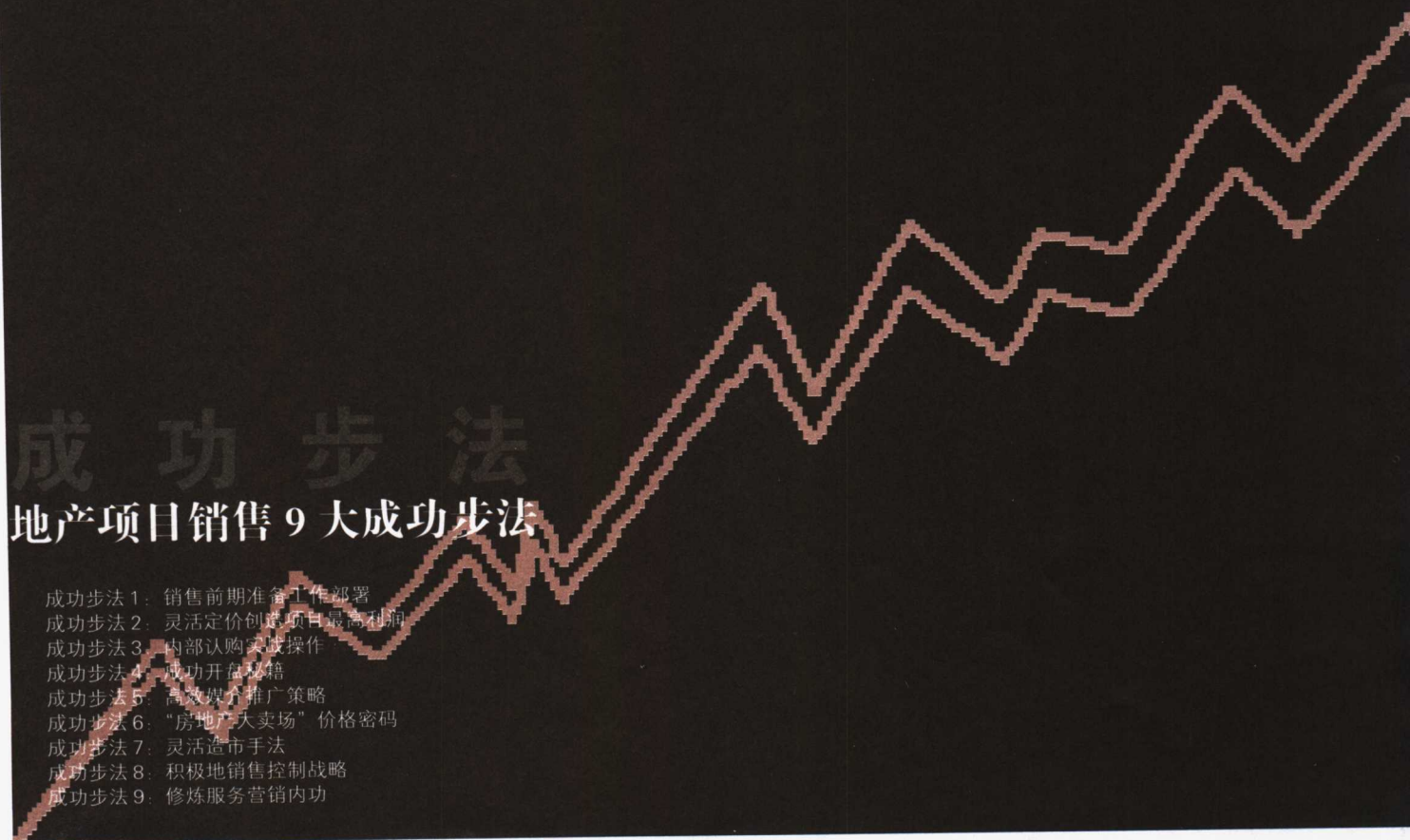
4



目录

Contents

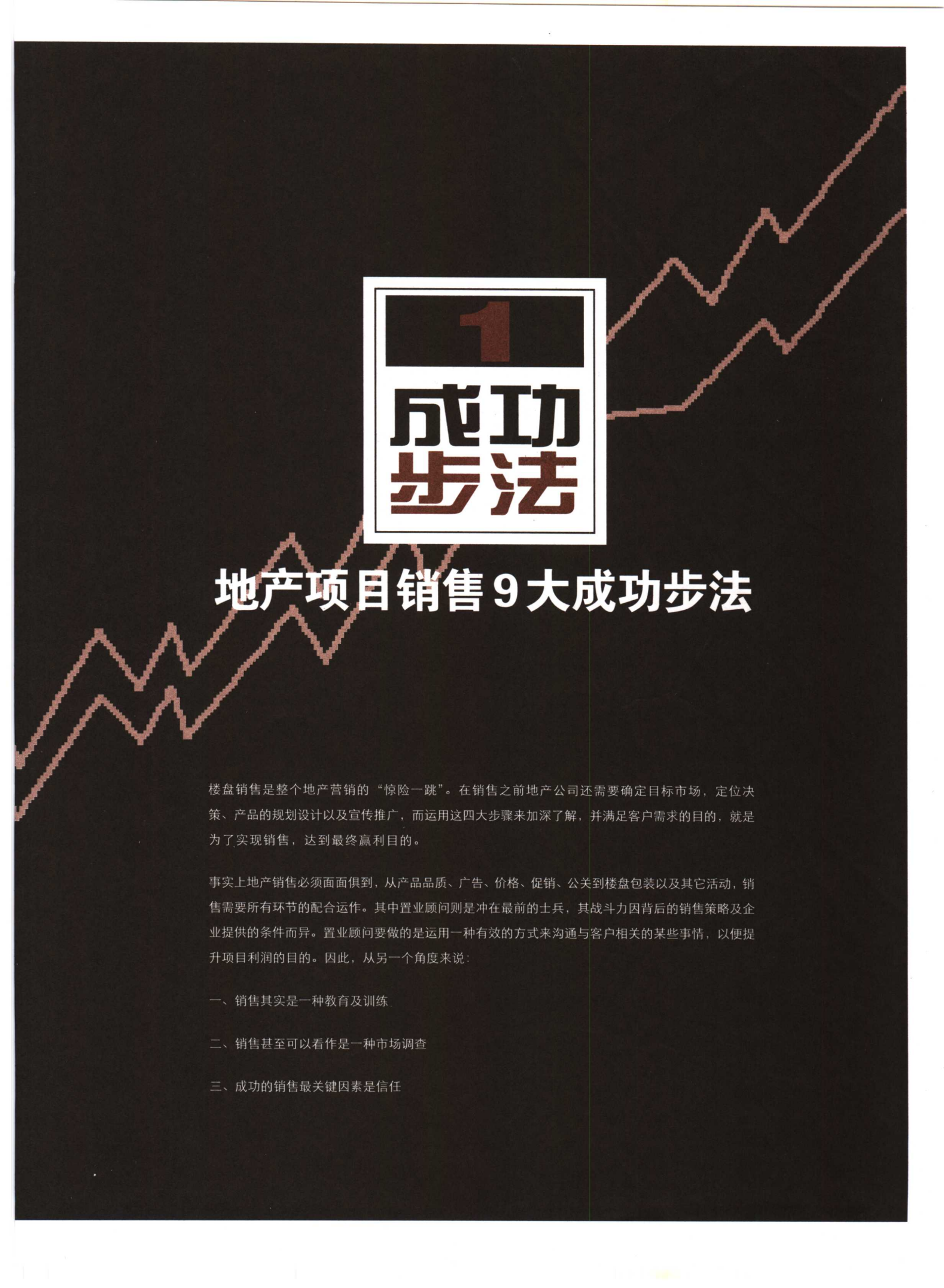




成功步法

地产项目销售9大成功步法

- 成功步法1: 销售前期准备工作部署
- 成功步法2: 灵活定价创造项目最高利润
- 成功步法3: 内部认购实操操作
- 成功步法4: 成功开盘秘籍
- 成功步法5: 高效媒介推广策略
- 成功步法6: “房地产大卖场”价格密码
- 成功步法7: 灵活造市手法
- 成功步法8: 积极地销售控制战略
- 成功步法9: 修炼服务营销内功



1 成功 步法

地产项目销售9大成功步法

楼盘销售是整个地产营销的“惊险一跳”。在销售之前地产公司还需要确定目标市场，定位决策、产品的规划设计以及宣传推广，而运用这四大步骤来加深了解，并满足客户需求的目的，就是为了实现销售，达到最终赢利目的。

事实上地产销售必须面面俱到，从产品品质、广告、价格、促销、公关到楼盘包装以及其它活动，销售需要所有环节的配合运作。其中置业顾问则是冲在最前的士兵，其战斗力因背后的销售策略及企业提供的条件而异。置业顾问要做的是运用一种有效的方式来沟通与客户相关的某些事情，以便提升项目利润的目的。因此，从另一个角度来说：

一、销售其实是一种教育及训练

二、销售甚至可以看作是一种市场调查

三、成功的销售最关键因素是信任

成功步法 1

销售前期准备工作部署

操作进阶 1：地产项目销售工作的整体规划

操作进阶 2：地产项目营销渠道

操作进阶 3：房地产营销渠道设计与管理

操作进阶 4：最优代理公司选择标准

操作进阶 5：开发商与代理商的合作模式

表格：销售前期准备工作管理表格

经验 1：营销策划八大误区

经验 2：销售决胜在现场

销售不是房地产唯一需要的营销活动，销售只是营销的缩影，在楼盘销售之前房地产公司还需要决定目标市场、定位策略、规划设计产品以及促销宣传，而运用这四大步骤来促进了解并满足客户需求的目的，就是为了实现销售。事实上地产销售必须面面俱到：产品品质、广告、价格、促销、公关、楼盘包装、其它活动，销售需要其余所有环节的配合运用，所以高效的销售管理显得非常重要。

在一个房地产营销循环中，我们需要利用市场调研来了解客户，用恰当的楼盘规划设计来瞄准客户，以营销来吸引客户，最后以销售来留住客户。置业顾问就像士兵一样，其战斗力因背后的销售策略及公司所提供的工具而异。营销策略人员策划进攻、寻求适当的目标市场、楼盘定位，尽可能给置业顾问最理想的楼盘，并设计广告及促销活动以支持楼盘销售。

在销售之前，营销活动主要是试图软化目标市场。营销的目的是要了解人们的所需要的，并在获得利润的前提下，供给他们所需要的。销售执行营销，销售只是营销的环节之一。房地产销售（就象做广告）要做的是说服客户相信公司所卖的楼盘正符合他们的需要。置业顾问能够做的是用一种有效的方式来沟通与客户相关的某些事情，以便增加楼盘的价值，沟通过程中需要经由一些强有力的事实或一些情感和印象，来说服人们将公司的楼盘列入他们购买时选择的范围内。

一：销售其实是一种教育及训练

我们必须明白“销售”对客户意义，对于房地产这种大宗商品的销售来说，基本销售的前提是，每个人几乎都需要回应另一个人。没有一个置业顾问可以接触到所有的听众，你的听众总是需要再说服另一个人。所以要做好销售，就必须教育及训练客户，最好是把客户都训练成我们的“置业顾问”，甚至是让客户的听众也变成我们的“置业顾问”。

房地产公司教育训练他们的销售负责人，销售负责人教育训练他们的置业顾问，置业顾问再去教育训练客户，客户又去教育训练他们的听众。销售其实是一种教育及训练，房地产销售管理的实质就是完整地推动这一过程顺利运行。

好的营销要在置业顾问跟客户面对面之前就准备好所有教育训练要用的规范教材、工具、程序和方法，而不只是依赖置业顾问的个人发挥、临场发挥。营销组织则在销售之前就要对客户需求作出反应：决定该提供什么（包括销售服务）以满足客户的需要。而销售的过程就是给客户讲述有关公司、楼盘和服务并加以说服，让客户明白这正是他们所需要的。置业顾问必须接受销售训练——训练他们展示楼盘的能力——才能说服人们相信公司及楼盘的优点，消除他们的疑虑，完成销售。

当然销售不只是介绍房子，等别人回答好或者不好。潜在客户的种类各不相同，能有效吸引他们的事物也不同，当置业顾问与客户面对面时，他所达成的效果是印刷品、展板或电话等等所无法完成的。事实上，在售楼处与客户一对一的状况下，销

售的意义在于完成对客户的教育训练。最好的置业顾问在与客户几个回合的接触下来，已经让客户具备了教育训练的能力和愿望，把客户训练成我们的置业顾问了，这就成就了非常成功的口碑营销了。

二：销售甚至可以看作是一种市场调查

销售管理还有一个误区，就是销售经理和置业顾问总是确信自己最了解客户，其实你并不那么了解客户，除非你问他们问题。试想一下，你附近超市的营业员可能经常见到你，他们问过你问题和意见吗？他们会很了解你想要什么吗？不会的。

要真正了解你的客户，就必须跟他们谈谈他们的需要。而正式的话，则要进一步展开市场调查；更正式一些的话，则要记下每个客户的需要，加以分析，以便处理。

好的置业顾问必须具备以下特征：愿意倾听和了解客户需要，并能正确反应，这是最基本的。聪明的置业顾问甚至把销售看作是一种市场调查，其目标在于：了解人们的需求，并提供相应的产品和服务。如果你列出了一些问题并给出不同的选项让客户回答，再依照分析结果设计出的产品和服务，自然比较符合客户的需要。

三：成功的销售最关键因素是信任

那么，对于置业顾问来说，除了要善于询问客户需要，还有哪些因素是成功销售至关重要的呢？

置业顾问对楼盘和服务的知识、与竞争楼盘的优劣比较、置业顾问本身的经验、教育程度、个性、办事效率等等，都是成功销售的关键。销售管理人员和置业顾问需要在这些方面多花心思。但是无论如何，成功的销售最重要的决定因素是“信任”，为此置业顾问必须能够有效地倾听，客户越信任置业顾问才越有可能成功。就某种程度而言，信任是可以学习的，比如置业顾问的知识、经验及教育背景能给客户信任，这是可以学习的；但是个性特征，如同情心给客户带来的信任感，这就很难通过学习而改变。这也是为什么招聘房地产置业顾问时，观察他们的亲和力至关重要的原因，因为亲和力对置业顾问极为重要但又是最难教育训练出来的。

信任的对象可以分为公司及置业顾问。客户可能会觉得一个置业顾问值得信任，他的话能相信，客户对置业顾问的信赖或许可以去除一些对公司的负面感觉。另一方面，客户或许对某公司能开发高品质的楼盘有相当的信心，如此，即使客户不喜欢该公司的置业顾问，不信任或是觉得置业顾问不够聪明、没有知识、没有经验，但客户还是会买该公司的楼盘。

当然，如果客户同时信任公司及置业顾问时，要达成销售自然易如反掌。

OPERATE THE DEGREE OF PROGRESS 1

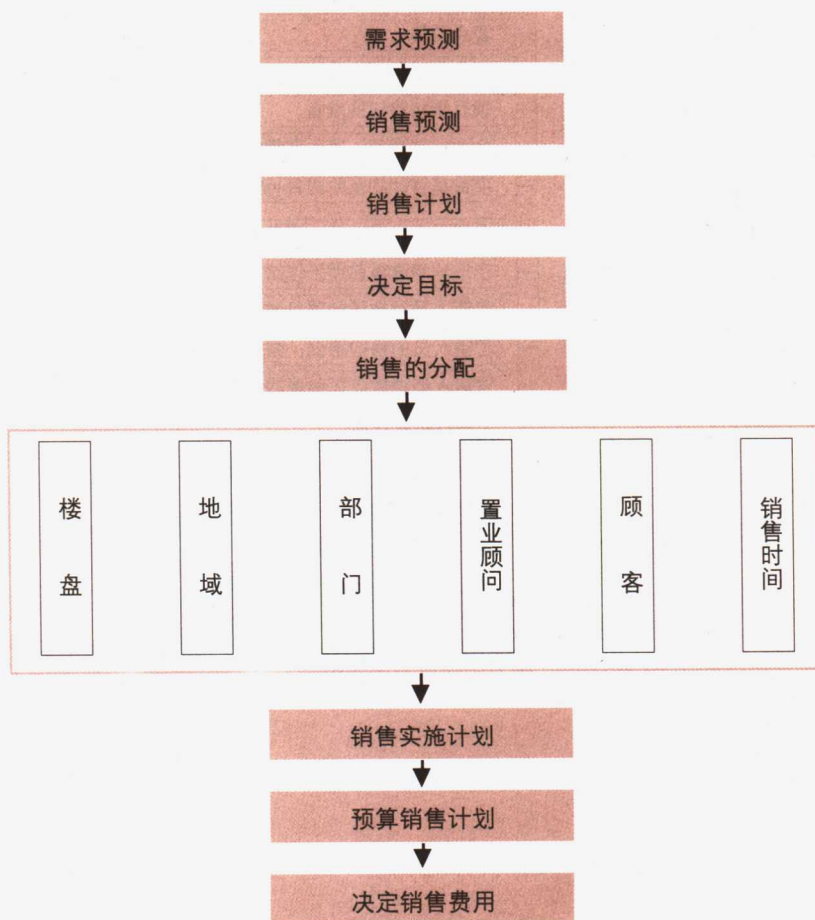
操作进阶 1

地产项目销售工作的整体规划

销售准备工作是一项时间较长内容较庞杂的工作，包括制定销售计划、酝酿价格策略、选择销售模式、确立开盘时机、安排销售节奏、编制卖场包装方案及开展员工培训等内容，只有逐一搞好统筹，才能做到有条不紊，万无一失。

成功地产公司一般的经验是销售工作在项目具体开始时就介入，并根据项目概况，编制项目推广资料，为项目销售、租赁做好准备工作。

一：地产项目销售计划体系



二：地产项目营销工作模块

