



房地产 销售代表 速成精品手册

(第3版)

陈春洁 陈慧频◎编著



中华工商联合出版社

房地产 销售代表 速成精品手册

(第3版)

陈春洁 陈慧频◎编著



中华工商联合出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

房地产销售代表速成精品手册/陈春洁, 陈慧频编著.
—北京: 中华工商联合出版社, 2013.8
ISBN 978-7-5158-0544-3

I. ①房… II. ①陈… ②陈… III. ①房地产—市场营销学—手册 IV. ①F293.35-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 120079 号

房地产销售代表速成精品手册



作 者: 陈春洁 陈慧频
责任编辑: 于建廷 臧赞木
封面设计: 周 源
责任审读: 郭敬梅
责任印制: 迈致红
出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司
印 刷: 三河市华丰印刷厂
版 次: 2013 年 11 月第 1 版
印 次: 2013 年 11 月第 1 次印刷
开 本: 710mm×1020mm 1/16
字 数: 240 千字
印 张: 17.75
书 号: ISBN 978-7-5158-0544-3
定 价: 32.00 元

服务热线: 010-58301130
销售热线: 010-58302813
地址邮编: 北京市西城区西环广场 A 座
19—20 层, 100044

http: //www.chgslcbs.cn

E-mail: cicap1202@sina.com (营销中心)

E-mail: gslzbs@sina.com (总编室)

工商联版图书
版权所有 盗版必究

凡本社图书出现印装质量问题, 请与印
务部联系。

联系电话: 010-58302915

第 1 部分 售楼前的准备 / 001

- 核心课程一：给自己洗脑——售楼人员的定位与职责 / 003
- 核心课程二：做事先做人——售楼人员的人品和性格 / 011
- 核心课程三：态度决定一切——树立良好的心态 / 017
- 核心课程四：上帝在想什么——尝试换位思考 / 023
- 核心课程五：塑造自我——售楼员的仪容仪表与行为规范 / 027
- 核心课程六：了解产品——掌握楼盘详细信息 / 045
- 核心课程七：分析对手——通过市场调研获取竞争情报 / 059
- 核心课程八：客户定位——界定并寻找客户 / 069

第 2 部分 售楼流程基本动作分解 / 079

- 核心课程九：接听售楼热线 / 081
- 核心课程十：迎接客户 / 089
- 核心课程十一：寒暄 / 097
- 核心课程十二：项目介绍 / 101
- 核心课程十三：推荐户型 / 113
- 核心课程十四：带客户看现场 / 121
- 核心课程十五：处理客户异议 / 127

- 核心课程十六：暂未成交与填写客户资料表 / 149
- 核心课程十七：客户追踪 / 153
- 核心课程十八：议价与守价 / 161
- 核心课程十九：促成交易 / 175
- 核心课程二十：签约 / 183
- 核心课程二十一：正确处理客户的换房、退房要求 / 189
- 核心课程二十二：成交之后的客户服务 / 195

第3部分 售楼人员必备的相关知识 / 199

- 核心课程二十三：土地与房地产开发知识 / 201
- 核心课程二十四：建筑与规划知识 / 215
- 核心课程二十五：商品房销售基本知识与法律常识 / 231
- 核心课程二十六：商品房面积测算 / 237
- 核心课程二十七：价格与银行按揭及购房税费 / 247
- 核心课程二十八：选房知识 / 261
- 核心课程二十九：置业顾问的 40 个精彩解答 / 269

PART

1

第 1 部分

售楼前的准备

REAL ESTATE SALES REPRESENTATIVE CRASH QUALITY MANUAL

- ◎ 核心课程一：给自己洗脑——售楼人员的定位与职责
- ◎ 核心课程二：做事先做人——售楼人员的人品和性格
- ◎ 核心课程三：态度决定一切——树立良好的心态
- ◎ 核心课程四：上帝在想什么——尝试换位思考
- ◎ 核心课程五：塑造自我——售楼员的仪容仪表与行为规范
- ◎ 核心课程六：了解产品——掌握楼盘详细信息
- ◎ 核心课程七：分析对手——通过市场调研获取竞争情报
- ◎ 核心课程八：客户定位——界定并寻找客户

核心课程一 给自己洗脑

——售楼人员的定位与职责

我们的履历上已经注明了我们的职业——售楼员！什么是售楼员？就是销售人员，就是负责把温馨家园推介给客户、播撒安居理念的使者。

|| 什么是售楼 ||

售楼，就是销售，只不过销售是笼统的，而售楼则是具体的，它销售的是房屋以及附于房屋之上的社会地位与居住文化。

换句话说，售楼是一种连接房地产开发与客户购房需求的销售活动。一方面，创造者——开发商需要将创造出的商品推介给有特定需求的客户；另一方面，需求者——客户需要将自己的特定需求反馈给能满足他们需求的开发商。

|| 售楼员扮演的角色 ||

售楼只是一种活动，需要有人去实现它，这个人就是售楼员。可见，售楼

员从事的工作，就是作为开发商与客户沟通的桥梁，既要帮助开发商将他们生产出的商品——房子推介给客户，又要帮助客户将他们的需求信息反馈给开发商，让开发商开发出最适合他们需求的房子来。具体而言，售楼员扮演着这样的角色：

（一）企业的销售人员

你首先是一名销售人员，你销售的产品就是房屋以及附于房屋上的其他利益，包括社会地位、生活文化等。

（二）客户的置业顾问

购房涉及很多专业知识，如地段的考察、区位价值的判断、同类楼盘的比较、户型格局的评价、建筑结构的识别、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署、产权办理等，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专业的购房者并非易事。

所以，你不但是一名销售人员，还必须是一位资深的置业顾问。即使你是刚入行的，也起码要接受过公司的系统培训或通过自我学习从而比客户具备更多置业方面的专业知识，你必须能为客户提供一些参考性的置业建议，从而引导客户购房。

（三）企业的形象代言人

作为销售人员，你站在企业面对客户的最前线，直接与客户进行接触，而且更多的是面对面的接触，你呈现给客户的工作作风、专业技能和服务意识，无不充分体现出企业的经营理念、价值取向及企业文化。因此，你的一举一动、一言一行，在客户的眼中就代表着企业（品牌）的形象。

（四）企业和客户之间信息沟通互动的桥梁

在售楼过程中，你通过与客户面对面的沟通，一方面把企业的品牌信息传递给消费者，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

改进产品和服务。

（五）企业决策信息的提供者

通过提供市场和消费者的反馈意见及最新信息，你为企业的营销决策提供了建设性的参考意见，是企业经营决策的参与者。

|| 售楼员为谁服务 ||

从上述对售楼的定义中，我们可以看出，售楼员的服务对象有两个：一是企业，二是客户。所以，你原本应该从企业和客户两个服务对象中都领取报酬的，但事实好像并非如此。其实，从另外一个方面来说，客户也并不是没有给你提供报酬，只是其支付报酬的方式不同而已，因为，只要他买了你所推荐的房屋，企业就会给你相应的奖励——奖金或销售提成。

（一）对企业的服务

你拿的是企业提供的报酬，所以你的服务对象首先应该是企业。你对企业的服务主要从以下几个方面来体现：

- ◆ 帮助企业推销他们的产品——房屋。
- ◆ 通过与客户的直接接触，传播企业的形象与品牌文化。
- ◆ 帮助企业收集市场信息，随时反馈客户信息，为企业的经营决策提供参考资料。
- ◆ 作为企业与客户沟通的桥梁与纽带，培育企业与客户的良好关系。

（二）对客户的服务

只有客户购买了你推荐的房屋，你才有可能从企业那里得到报酬。从这方面来说，客户也算是为你支付了报酬，你也应该好好地为客户服务。并且，要记住，客户为你支付的报酬不单体现在通过他购买你推荐的房屋而使你得到奖

金或提成，他还能通过帮助你宣传、介绍客户而为你支付报酬。所以，你要为客户提供以下服务：

- ✦ 为客户介绍你正在销售的商品所能提供的利益。
- ✦ 回答客户提出的问题，消除客户的疑虑。
- ✦ 为客户置业提供顾问服务，帮助他们挑选最合适的房屋。
- ✦ 即使客户对你提供的产品不满意，你也可以以你的专业技能，为客户购买其他房屋提供力所能及的帮助。
- ✦ 为客户提供售后服务，并协助客户办理相关的手续。

|| 售楼人员的使命 ||

笼统地说，作为销售人员，你最主要的工作职责就是：售楼。但是，售楼并不是一个简单的工作。为了完成这个主要的工作职责，你起码要做以下的工作：

- ✦ 学习并掌握一定的销售礼仪与技巧。
- ✦ 了解自身楼盘的特色及卖点。
- ✦ 进行市场调研以了解竞争楼盘及目标消费者的情况。
- ✦ 准备好你的销售资料。
- ✦ 保持售楼部的干净整洁。
- ✦ 接听售楼热线。
- ✦ 以优质的服务标准接待客户。
- ✦ 进行有效的推销洽谈。
- ✦ 带客户参观工地现场和样板房。
- ✦ 为客户提供置业咨询。
- ✦ 填写你的销售工作报表。
- ✦ 经常性地与客户追踪，与客户保持密切的联系。
- ✦ 推广公司形象，传递公司信息。

|| 售楼的回报 ||

日本“推销之神”原一平说过：销售是一项报酬很高的艰难工作，也是一项报酬很低的轻松工作。

要知道，这里的报酬不单单是指金钱方面的报酬，销售所能带给你的报酬是全方位的。

（一）自由

我们经常听朋友们发牢骚：这种工作太机械化了，太没意思了，要不是为了生活，我早就辞职了。在这个时候，你应该感觉到很荣幸，因为你所从事的销售工作是一份独立性极强的工作。你可以充分发挥能动性，凭着足智多谋的头脑、坚韧不拔的精神，为自己赢得事业的成功。

我们热爱销售工作的一大原因就是它有表达的自由。在销售工作中，你可以与客户寒暄、谈心，可以与客户谈论新闻、天气、孩子、时尚、球赛……这种一边工作一边聊天的自由，还有从事什么其他工作可以做到呢？

此外，销售的自由之处还在于：所有的决定都取决于你自己，一切主动权都在自己手里。你可以成为一个高收入的辛勤工作者，也可以是一个低收入的轻松工作者。

（二）有趣

销售工作是新鲜而有趣的。要知道，在这个世界上，有多少人为了生计而乏味地工作着。大家都说从事 IT 行业的人收入高，可是又有谁知道他们的痛楚呢？你是愿意成天对着机器说话，还是愿意跟不同的人打交道，随时随地都保持新鲜感呢？

（三）成就感

销售能带给你极强的成就感。当你看到你的客户带着孩子在美丽的小区里怡然自得地尽享天伦之乐时，你会感到无比的荣耀：是我帮助他们找到了幸福的安居之地！

（四）上不封顶的收入

在销售这个行业里，你能达到你所期望达到的成功。除了自己，没有任何人能限制你的收入，收入是永无止境的。

（五）挑战感

销售，几乎每天都有挑战。这是其他工作所无法具备的。这些挑战无时无刻不在鼓舞着你奋勇向前，而不是退却倒下。要知道，销售是很不好预测的事情，在日落之前，你未必今天就没有机会了；你也绝对不知道哪一天会有什么机会，什么时候会赢得新客户。

对销售人员来说，每一天都是新挑战，每天都有新经验。我们可能会在一天内，体验从最高点的兴奋满足跌进最低点的失望气馁，然后再蹒跚地在第二天又爬回原来的高峰。你不觉得这样很刺激吗？每天清晨请告诉你自己，挑战是令人兴奋的、好玩的，并且你正热切地期待着它！如果你想比一般业绩再好一点，那么就必须这么做；如果你渴望做得最好登上高峰，那么就更不要迟疑。成为销售冠军的捷径就是勇敢地迎向挑战，将它们各个击破。

（六）风险小

作为销售人员，你没有资金的投入，就不用担心资本积压，生意亏空，最大的损失莫过于收入微薄一些而已。你所需要花费的只是时间和精力，用心学习产品知识与磨练专业技能。这样，你很快就能具备更强的职业技能了。

（七）激发自我成长

大部分人都有一份工作，或一个职业，但这份工作或职业却不一定能令人发挥出潜能。有些人的工作范畴受到种种限制，他们的辛劳不仅无助于个人成长，反而阻碍成长。他们不喜欢现有的工作，惟一让他们能接受的，不过是由熟练这份工作而带来的安全感罢了。

而专业的销售人员深知惟有不断发现不足，他们的成长才会是无可限量的。他们知道自己的成长和胜任能力是成正比的，而且对于未知的变化并不恐惧，因为克服挑战本来就是他们每日的必修课。通过不断地努力，他们将在日后得到超额的回报。

核心课程二 做事先做人

——售楼人员的人品和性格

牧师的儿子小约翰闹着要去迪士尼乐园。牧师将一幅色彩缤纷的世界地图撕成许多小碎片，告诉儿子如果他能重新拼起来就带他去。结果不到十分钟小约翰便拼好了。牧师很吃惊。小约翰说：“很简单呀！地图的另一面是一个人的照片，我先把这个人的照片拼到一块，然后把它翻过来。我想如果这个人拼对了，那么这张世界地图也该是对的。”

这个故事告诉我们“人对了，世界就对了”。这在任何工作中都适用，对销售工作来说更是如此。如果你连做人都做不好，你还怎样与客户打交道？具体而言，我们应做到营销“八心”，即：爱心、忠心、孝心、诚心、信心、恒心、热忱心、包容心。

|| 爱心 ||

有一个人去找一个老板谈生意，因为他名不见经传，老板始终避而不见。这个人只好经常去他家拜访。有一天在前去拜访的路上，他见到一个老太太晕倒在地，马上把老太太送到医院，恰好老太太的儿子就是他拜访的老板。不用说，生意成交了。

其实，爱心是销售成功的最大秘诀，是销售人员在商战中的护身符。可以说，爱心是销售人员在销售中的最大武器，因为人们可以拒绝一切，但绝不会拒绝爱心。爱可以帮助销售人员解除客户心中的怀疑和恐惧，从而建立信任。

为什么假冒伪劣商品到处泛滥？为什么那么多消费者的权益得不到维护？为什么那么多经销商得不到完善的售后服务？很简单，因为那些商家太缺乏爱心了。当然，缺乏爱心其实对他们来说是得不偿失的，因为他们最终会被消费

者和经销商所抛弃。

为什么社会会进步？为什么产品更新换代的速度那么快？为什么经营方式会发生那么快的变化？从某种意义来说是因为爱心，是爱心驱使着人们去改进、去提高。

作为销售人员，我们要有爱心，要乐于助人。在售楼的时候，我们会发现客户是那么希望得到我们的帮助：帮助他们挑选最适合的房子，帮助他们解决购房过程中的种种困惑。在爱心的驱使下，你将会比别人更懂得关心消费者，关心公司的利益。

|| 忠心 ||

忠心也就是责任心。

可以说忠心的伦理道德观念是几千年来中国政治统治的基石，用现在的话来说就是最基本的职业道德。作为一个社会人，你要对你的父母、爱人、兄弟姐妹、子女负责任；作为一个企业的员工，你应当对你的企业负责，对你的客户负责，对你自己负责。只有当你给别人负责时，别人才会对你负责，对别人不负责就是对自己不负责。

所有的老板在评价员工时，最关心的一个问题就是责任心。在老板们看来，只要你的责任尽到了，做不好没关系，做错了没关系，这些都是可以理解的，可以原谅的。如果说你没有尽到你的责任，或者不敢负责任的话，即便你的工作做得不错，老板也不会对你很满意。

为什么有的销售人员干得好，有的销售人员干得不好？这不全都是能力的问题，更重要的就是责任心强不强的问题。业务做得好的销售人员，往往是责任心很强的人，对企业、经销商、消费者敢于负责，工作全面扎实；而那些业绩不好的销售人员，常常是有困难就躲，有问题就推，拈轻怕重，凡事都想给自己找个台阶，找个后路。销售工作充满了太多的未知数，如果怕这怕那，根本就无法开展工作，只有勇于探索，敢于负责，工作才能向前发展。