

售楼高手

依托作者多年售楼实战经验，总结房地产销售过程中的常见问题，通过几十个活生生的情景案例，以“情景再现+错误应对+情景解析+正确应对示例”的方式，全方位展示了售楼人员应对各种销售问题的方法和技巧。

这样说，这样做 房地产销售精英情景演练

范志德◎编著



SHOU LOU GAO SHOU
ZHE YANG SHUO
ZHE YANG ZUO

售楼高手

这样说，这样做

房地产销售精英情景演练

范志德◎编著



SHOU LOU GAO SHOU
ZHE YANG SHUO
ZHE YANG ZUO

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

售楼高手这样说, 这样做 / 范志德编著. —北京: 北京理工大学出版社,
2013.9

ISBN 978-7-5640-7855-3

I. ①售… II. ①范… III. ①售房—经验 IV. ①F293.35

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第142782号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

82562903 (教材售后服务热线)

68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京普瑞德印刷厂

开 本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 14.5

字 数 / 200千字

版 次 / 2013 年 9 月第 1 版 2013 年 9 月第 1 次印刷

定 价 / 29.80 元

责任编辑 / 刘汉华

文案编辑 / 刘汉华

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 边心超

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换



售楼人员，房地产销售人员，可以说是众多行业推销员中的超级推销员。一般的商品从数十元至几千元，而卖出一套房少则几十万元，多则数百上千万元。既然是超级推销员，当然就要有更为高超的销售技巧了。何况，随着房地产市场逐步走向成熟以及国家对房地产调控的不断加码，万人排队争相购房、一日售罄的场景已经远去，楼盘的素质以及售楼人员的销售技巧成为在激烈的竞争中取胜的关键因素。

您听说过“二八定律”吗？二八定律也叫巴莱多定律，是19世纪末20世纪初意大利经济学家巴莱多发明的。他认为，在任何一组东西中，最重要的只占其中一小部分，约20%，其余80%的尽管是多数，却是次要的。定律的特点，是可证的，而且已经被不断证明。经济学家说，20%的人手里掌握着80%的财富；心理学家说，20%的人身上集中了人类80%的智慧；管理学家说，企业往往是20%的人完成80%的工作，创造80%的财富……在售楼中，同样存在着“二八定律”。一个销售团队中，20%的人完成80%的业绩，谁都想成

为这 20% 中的一员，但如何才能跻身到队伍中呢？有什么可以帮助尽快成功的经验吗？

物理学家费曼说过，数学从某种意义上讲就是计数。一种方式，你可以像古人一样通过一颗一颗地数豆子来计数，还有一种方式，就是你花几天或者几年的时间学习一些计算技巧，而依靠这些技巧可帮助你数得更快。可以这么说，第一种方式的售楼人员，通常就是占 80% 却只完成 20% 业绩的人，不可否认他们的吃苦耐劳，但一味地依靠勤奋并不一定能出业绩；而第二种方式的售楼人员，往往就是只占 20% 却完成 80% 业绩的人，他们懂得寻求某种方法，提高做事技巧，从而让自己具有更好的应变能力及效率。而这些人，往往是各开发商、各楼盘拿着高薪、高提成的销售精英。

那么，如何才能成为只占 20% 却完成 80% 业绩的人群中的一员呢？俗话说，站在巨人的肩膀上可以看得更远。同样，学习前辈们的成功经验，吸取他们的经验教训，往往是售楼人员提升销售能力的一个绝好途径。为了帮助读者快速掌握售楼技巧，提升把握客户的能力，以获取更好的业绩，我们依托多年的售楼工作经验和销售培训经验，总结了售楼过程中的常见问题，通过几十个活生生的情景案例，以“情景再现+错误应对+情景解析+正确应对示例”的方式，全方位展示了售楼人员应对各种销售问题的方法、技巧。通过这些情景案例，读者有如身临其境，充分感受到售楼的工作场景，并学会如何应对这些场景，如何与客户进行有效的沟通，如何避免出现不该犯的错误。要知道，有时候，即使是一点小错误，都有可能让你失去一单即将到手的生意。

由于编者水平有限，书中难免有不足之处，恳请广大读者批评指正。

第一章 接待客户情景演练

情景一：

- 002 客户表情冷漠，不爱搭理售楼人员

情景二：

- 005 售楼人员要为客户讲解，客户却说“我随便看看”

情景三：

- 009 客户看了看沙盘，什么话都没说就转身打算离开

情景四：

- 012 客户是朋友或熟人介绍来的，不知该如何接待比较好

情景五：

- 015 高峰时期需要同时接待多位客户

情景六：

- 018 客户问的问题很专业，像是业内踩盘人员

情景七：

- 021 客户不愿意留下名片或联系方式

情景八：

- 024 接听售楼电话时，不知该如何掌握接听时机

情景九：

- 027 接听售楼电话时，客户不知道为什么突然不高兴了

情景十：

- 033 客户在电话中询问楼盘情况，不知该怎么回答为好

情景十一：

- 038 向客户索要电话号码和相关信息时，客户不愿告知

情景十二：

- 041 邀约客户前来售楼处洽谈时，客户却说没空或无动于衷

第二章 楼盘推介情景演练

情景一：

- 046 和客户沟通时，客户总是不爱言语

情景二：

- 049 客户说话模棱两可，不太明白是什么意思

情景三：

- 053 客户问：五楼的还有三室的吗？

情景四：

- 055 客户对售楼人员的讲解好像没有什么兴趣

情景五：

- 059 客户有点心不在焉，不知该如何才能吸引他注意力

情景六：

- 064 客户对房地产一窍不通，总是听不懂售楼人员的介绍

情景七：

- 067 和客户讲解了半天，客户竟然还不知道楼盘有什么优点

- 情景八：
072 客户总是抱有怀疑态度，不愿相信售楼人员的话
- 情景九：
076 客户总是拿其他楼盘来和我们楼盘做对比
- 情景十：
079 客户在去看房途中，好像没在售楼处时兴奋了

第三章 处理异议情景演练

- 情景一：
084 不怎么样，我不喜欢（这套房子）
- 情景二：
088 这里太偏了/交通不便利
- 情景三：
092 周边环境不好/都是农民房/太杂了
- 情景四：
096 这个朝向（朝北/朝西/东西向）不好
- 情景五：
102 我不想买这样的楼层（高楼层/中楼层/低楼层）
- 情景六：
106 靠近马路/铁路/飞机场/广场，太吵了
- 情景七：
109 算了，期房风险太大，还是买现房好
- 情景八：
114 你们是小开发商吧，以前都没听过
- 情景九：
118 你们户型太大了，我不需要这么大的

情景十：

- 122 楼盘存在某些明显缺陷，怕说出来会让客户退却

情景十一：

- 126 客户所提出的楼盘不足之处确实存在

情景十二：

- 128 你们为什么要请×××代言啊？应该请×××更好

情景十三：

- 130 客户所提出来的意见或看法是错误的

情景十四：

- 135 客户总是横挑鼻子竖挑眼/态度不好

第四章 讨价还价情景演练

情景一：

- 140 还没听售楼人员介绍，客户就问价格

情景二：

- 143 一听报价，客户随口而出“太贵了吧”

情景三：

- 147 听到总价后，客户马上做出反应：“那么贵？”

情景四：

- 150 不会吧？人家××小区每平方米才卖15000元

情景五：

- 154 这么贵，我还不如去别的地方买一套三居呢

情景六：

- 157 我上个月来看的时候每平方米才18000元，怎么现在又涨价了

情景七：

- 161 多打点折/多优惠点，我就买了

情景八：

- 164 明明已经给了最低价，客户还是不满

情景九：

- 167 客户一还价就还得非常低，一看就是会杀价的

情景十：

- 169 太贵了，我还是等等看吧，说不定会降价呢

情景十一：

- 171 谈了好久，客户说“我还是感觉你们的价格太高了”

情景十二：

- 174 在讨价还价过程中，客户突然产生不满

情景十三：

- 178 你一下就能帮我申请到98折，说明还有空间，再多给点折扣我就买了

情景十四：

- 182 我和开发商的一个经理是朋友，怎么说也得再优惠点吧，我只是不想麻烦他而已，要不我给他打个电话

第五章 促成交易情景演练

情景一：

- 188 我再考虑考虑，过两天再说吧

情景二：

- 192 我还要和家人再商量商量

情景三：

- 197 客户已经产生兴趣，还想再比较比较后做决定

情景四：

- 202 客户看上去已经动心了，但不知为何还是犹豫不决



情景五：

207 客户拖家带口前来看房，大家意见不统一

情景六：

212 客户带着朋友一起看房，担心客户受朋友影响

情景七：

215 客户带着律师前来签协议，担心律师从中作梗

情景八：

217 客户带风水先生一起看房，担心风水先生“搅局”

参考书目 / 220



SHOU LOU GAO SHOU
ZHE YANG SHUO
ZHE YANG ZUO

第一章 接待客户情景演练

情景一：

客户表情冷漠，不爱搭理售楼人员

在接待客户的过程中，难免会遇到一些冷漠的客户，对于售楼人员的问候不理不睬。在这种情况下，售楼人员该如何让客户敞开心怀，获取客户的好感呢？

错误应对

1. 先生，我给您介绍介绍吧。我们楼盘……

（点评：不管客户的排斥情绪，紧跟客户，滔滔不绝地讲解，很有可能会赶走客户。）

2. 你不搭理我，我也不搭理你。

（点评：很显然，这种斗气的做法是无法取得销售佳绩的。要知道，客户的冷漠，并不是针对某个售楼人员，可能是他本能的一种自我保护，也可能是他的性格就是如此。）

3. 觉得客户没有诚意，扔下客户不管，转身去接待另一位客户。

（点评：如此对待客户，会导致客户的不满情绪。任何一个潜在客户都是不能轻易放弃的。）

情景解析

客户对售楼人员的问候不理不睬，排斥售楼人员的接待，要么是性格的问题，要么是因为客户对售楼人员怀有戒备心理，担心被售楼人员忽悠。

其实，人们在任何时间和场所都会潜意识地筑起一道自我保护的“围墙”，而围墙内就是人们的自我空间。这个自我空间是不容侵犯的，如果有人入侵了，他就会产生不安和威胁的压力感。因此，在接待客户的时候，售楼人员必须尊重客户的安全地带（即客户的自我空间），而不能随意地侵犯。这个道理其实很简单，就像你到朋友家里玩，除非主人邀请，否则你是不可以随意进入他的卧室的。

所谓“尊重客户的安全地带”，是指有些客户在看房时，喜欢自己看，而不喜欢售楼人员的接近和销售介绍。如果你遇到这种类型的客户，那你就要尊重他的选择，不要强闯客户的“安全地带”，也就是不要刻意地上前解说，以免给客户带来不安和反感。正确的接待方式就是礼貌地让客户自由参观，而自己站在两三百米外的地方，静候客户的求助信号。

其实，这种类型的客户在我们的日常生活中随处可见。有些人去逛商场，她总喜欢自己看，而如果导购不识趣地、过分热情地上来推介（尤其是有促销小姐时），她都会很反感地走开。但是，当她发现了一件她喜欢的衣服并且需要向营业员询问某些问题也就是寻求帮助时，如果这时找不到导购，那她的购买欲望马上就会大大降低。

正确应对示例 1

售楼人员：“您好，欢迎光临 ×× 世纪城。先生，请这边坐。”

（客户对售楼人员的问候不予理睬，自顾自地到沙盘区参观）

售楼人员：“先生，看来您对房地产很熟悉，那我不打扰您看沙盘了，

如果有什么需要，您可以随时叫我。”

正确应对示例 2

售楼人员：“您好，欢迎光临 ×× 世纪城。先生，请这边坐。”

（客户对售楼人员的问候不予理睬，自顾自地到沙盘区参观）

售楼人员：“先生，最近我们楼盘刚推出几套优惠房，您有兴趣了解一下吗？”

情景二：

售楼人员要为客户讲解，客户却说“我随便看看”

按照销售流程，当客户来到售楼处，售楼人员首先要为客户讲解楼盘的情况。可是，有些客户面对热情的售楼人员却丝毫“不领情”，而是以一句“我随便看看”回应售楼人员。对此，售楼人员该如何接近客户呢？

错误应对

1. 好的，那您随便看看吧。

（点评：显然，这样应对太过消极，不够热情主动，很有可能客户“随便看看”就离开了，从而失去了一个潜在客户。）

2. 那好，您随便看看，有需要可以叫我。

（点评：和上一种应对方式没有太大区别。在销售中，主动的应该是售楼人员，而不是客户。）

3. 觉得客户没有诚意，扔下客户不管，转身去接待另一位客户。

（点评：很显然，这样应对说明售楼人员觉得该客户没有购房意愿，或者不愿意花心思花精力去接待该客户，选择了放弃。这种潦草应付客户的做法，容易让客户觉得自己受到了忽视，从而对售楼人员产生不满。其实，客户说“随便看看”，并不是表示客户没有诚意，可能是客户的性

格不喜欢售楼人员在边上指指点点。)

4. 寸步不离地跟着客户。

(点评: 客户已经说明要自己“随便看看”, 售楼人员还寸步不离地跟着客户, 会让客户觉得不自在, 从而给客户造成更大的压力。)

情景解析

作为售楼人员, 热情接待客户是职责所在, 是必须且必要的。但对于客户就不一样了, 客户有权选择自己喜欢的购房决策方式。而且, 很多客户在与售楼人员接触时, 都会抱着防备的心理, 害怕自己一不小心就落入售楼人员的“手中”, 成了一只待宰的羔羊。因此, 虽然售楼人员热情接待, 还是有些客户会以“随便看看”应对。

具体分析起来, 客户想自己随便看看, 无非有以下几种情况: 第一种情况是客户本能的防备心理, 想自己先熟悉一下售楼处的环境, 或者跟在别的客户后面先行了解情况; 第二种情况是客户有些紧张, 不想一进售楼处就直接面对售楼人员, 而是通过随便看看消除紧张情绪; 最后一种情况, 就是客户可能是还没有明确的购房打算, 只是路过售楼处进来逛逛。

无论是哪种情况, 客户是上帝, 所以 he 可以说“随便看看”, 但售楼人员却不能随便地对待客户, 而是要引导客户购买, 否则就失去了存在的意义了。当然了, 既然客户已经表明自己想要“随便看看”, 售楼人员就不能寸步不离地跟着客户, 否则这种“热情过度”的接待会让客户更感觉到不安, 给客户造成更大压力。

既不能随便对待客户, 又不能寸步不离地跟着客户, 那该如何接待呢? 有一个简单的方法, 那就是适当地与客户寒暄几句, 给接下来的销售沟通添加点“润滑剂”。所谓“寒暄”, 其实就是寻找一个客户感兴趣的话题共同讨论, 营造一个轻松的聊天氛围, 从而自然而然地拉近彼此之间的距离, 再适时地把话题引入正题。对于销售而言, 寒暄就好比是