第一图书网, tushu007.com

<<房地产销售实务>>

图书基本信息

书名：<<房地产销售实务>>

13位ISBN编号：9787030262592

10位ISBN编号：703026259X

出版时间：1970-1

出版时间：科学出版社

作者：栾淑梅，卓坚红 编

页数：274

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

我国房地产业从20世纪80年代末开始兴起，经过近30年的快速发展，已经成为国民经济的支柱产业之一。
随着我国经济的发展、居民收入水平的提高、城镇化进程的加快以及改善性住房市场的兴起，房地产市场需求总量不断攀升，房地产业也在不断蓬勃发展。
高速增长的房地产行业催生了诸如房地产全程策划、房地产开发建设、房地产估价、房地产经纪、房地产咨询、房地产营销、售后服务和物业管理等职业岗位，高等职业院校开设的房地产经营与估价专业就是在这样一个背景下形成的新专业。
产业的高速发展需要大量专业人才作支撑，这为房地产经营与估价专业的毕业生提供了广阔的就业前景。
但由于我国房地产专业教育起步较晚，房地产经营与估价专业的发展定位、课程设置等方面还不够成熟，相关院校普遍反映缺乏质量高、内容适宜、能满足高职高专人才培养目标和要求、体现新的学科研究成果以及提高学生实践技能的系列教材。
基于此，我们组织了全国25家高职高专院校的老师，共同开发了“全国高职高专房地产经营与估价专业系列规划教材”。
本套教材以房地产经营与估价专业作为研究对象，在国家示范建设院校温州职业技术学院列入国家示范重点建设的房地产经营与估价专业的课程标准基础上，结合国家社会科学基金“十一五”规划课题“以就业为导向的职业教育教学理论与实践研究”的子课题“以就业为导向的高等职业教育房地产专业教学整体解决方案的研究”，强调专业教学过程与职业工作过程以及职业发展的一致性，形成了以就业为导向的基于房地产开发的课程体系为主要内容的高等职业教育房地产经营与估价专业教学整体解决方案。
该方案充分体现了教育部有关职业教育改革与发展的指导思想。
为了细化该方案，本套教材编写委员会和子课题组于2008年5月和9月先后两次分别在温州和北京召开了全国高职高专房地产经营与估价专业课程建设研讨会，就以就业为导向、以能力培养为目标，从职业要求与岗位能力的分析、人才培养的目标与模式、课程体系的整合优化、教材的创新开发方式等不同角度进行了深入研讨和分析，确立了项目主导的课程内容的教材形式，确定了17门课程的教材编写大纲，并针对各门课程的性质、任务和类型，确定编写思路和编写模式。
参与本套教材编写的教师既有丰富的教学经验，又有丰富的房地产实践经历，对房地产专业工作过程理解透彻。

内容概要

《房地产销售实务》以房地产销售人员下作过程为导向。
根据房地产行业对房地产销售岗位所涉及的岗位任务和职业能力要求，结合房地产企业实际项目运作过程，将编写内容分解成七个项目，以项目为单位组织编写，以典型案例为载体，阐述相关专业理论知识，使学生在项目实践小加深对专业知识、技能的理解和应用，以培养学生的综合职业能力，满足学生职业生涯发展的需要。
《房地产销售实务》既可作为大专院校房地产类专业的教材，也可作为房地产企业岗位培训、函授教育、资格考试用书，亦可供从事房地产销售的相关人员参考。

<<房地产销售实务>>

书籍目录

序前言项目1 房地产销售计划1.1 制定房地产销售计划的基本思路1.1.1 制定房地产销售计划的目的1.1.2 制定房地产销售计划应具备的能力1.1.3 制定房地产销售计划的基本原则1.1.4 制定房地产销售计划的步骤1.2 制定房地产销售计划1.2.1 制定房地产总体销售计划1.2.2 制定房地产时段销售计划1.2.3 制定房地产销售费用计划1.2.4 制定房地产销售人员的销售计划1.2.5 划分房地产销售周期1.2.6 安排房地产销售计划的进度1.2.7 房地产销售计划常用表格思考与练习项目2 房地产销售人员培训2.1 选拔房地产销售人员2.1.1 房地产销售人员的职业特点2.1.2 房地产销售人员的职业道德要求2.1.3 房地产销售人员的基本能力要求2.1.4 房地产销售人员的专业素质要求2.2 培训房地产销售人员2.2.1 房地产销售人员培训的必要性2.2.2 房地产销售人员培训计划和流程2.2.3 房地产销售人员培训内容2.2.4 房地产销售人员培训课程设计2.3 房地产销售礼仪培训2.3.1 礼仪的表现形式2.3.2 房地产销售人员的仪容、仪表规范2.3.3 房地产销售人员的行为举止规范2.3.4 房地产销售人员的接待服务规范思考与练习项目3 房地产销售准备3.1 组建销售团队3.1.1 确定销售人员3.1.2 分析销售楼盘3.1.3 分析竞争对手3.2 准备销售资料3.2.1 准备必要的法律文件3.2.2 准备销售宣传资料3.2.3 准备销售文件3.3 准备销售现场3.3.1 售楼处3.3.2 模型3.3.3 看楼通道3.3.4 样板房3.3.5 形象墙、围墙3.3.6 示范环境3.3.7 施工环境3.3.8 广告牌、灯箱、导示牌、彩旗等思考与练习项目4 客户接待与洽谈4.1 寻找客户4.1.1 寻找客户的途径4.1.2 客户分析4.1.3 客户选择4.2 现场接待4.2.1 客户接待流程4.2.2 客户接待技巧4.3 洽谈推介4.3.1 洽谈内容4.3.2 洽谈方法与技巧4.4 带客看房4.4.1 看房路线设计4.4.2 带看样板房思考与练习项目5 达成销售协议5.1 客户跟踪5.1.1 填写客户资料5.1.2 客户跟踪5.2 处理客户异议5.2.1 客户异议的类型5.2.2 客户异议的处理原则5.2.3 客户异议的处理方法与技巧5.3 促成楼盘交易5.3.1 选择促成楼盘交易的时机5.3.2 促成楼盘交易的方法5.4 解释与签订售房合同5.4.1 解释售房合同5.4.2 售房合同的签订思考与练习项目6 售后服务6.1 售后跟进服务6.1.1 选择恰当的售后服务时机6.1.2 售后跟进服务的形式6.1.3 售后跟进服务的方法6.2 处理客户抱怨6.2.1 客户抱怨类型6.2.2 客户投诉渠道6.2.3 处理客户投诉的方法6.2.4 客户投诉管理6.3 建立良好的客户关系6.3.1 建立良好客户关系的意义6.3.2 建立良好客户关系的方法6.3.3 房地产开发企业客户关系管理的特殊性思考与练习项目7 房地产销售管理7.1 房地产销售信息管理7.1.1 房地产销售信息类型7.1.2 房地产销售信息管理7.2 房地产销售组织管理7.2.1 房地产销售组织架构7.2.2 房地产销售岗位职责7.2.3 房地产销售人员的绩效考核和薪酬7.3 房地产销售控制7.3.1 房地产销售控制的要点7.3.2 房地产销售的实操控制思考与练习附录一 中华人民共和国城市房地产管理法附录二 城市商品房预售管理办法附录三 商品房销售管理办法主要参考文献

章节摘录

1.1.4 制定房地产销售计划的步骤　　制定房地产销售计划分五个步骤，即项目研究、制定目标、确立行动方针、编制行动计划和制定销售计划可达到的效果。

1.项目研究　　项目研究即项目销售市场及销售状况的研究，详细分析项目的销售状况、购买人群、接受价位、购买理由等。

销售的前提是要先了解项目，只有在了解项目后才能“因材施计”，并有效执行。

了解、认识项目，就要对项目的方方面面都有所了解，不放过任何一个细节，凡是有关项目的介绍性资料、文件与图片均要过目，有时会因一个细小的数据错过而影响到对项目的认识程度。

在对项目的方方面面做了全面观察后，找出项目的重点、特点、难点，并进行归纳总结，能够用简短的语句将其个性特征表达出来。

对项目的特色要进行分类，包括项目总体特色，项目的建筑、规划、环境、定位、户型、配套、地域、概念等各方面的特色。

2.制定目标　　作为公司要制定公司的总体销售目标，各地区及各部门要制定各地区、部门的销售目标，每个销售人员要制定个人的目标；要有长线目标、中线目标和短线目标，每年、每季、每月、每周、每天及业务拜访中的每次拜访都要制定目标。

制定目标有助于优先销售活动，以及更好地利用时间，具体做法如下：　　首先要充分了解市场，科学进行市场调研。

要了解项目所在地的人口数、地区经济状况、文化习惯、同类产品的销售总量、竞争产品及公司的情况、公司的销售情况。

通过对所有竞争对手的详细了解，为制订合理的销售计划服务。

其次要针对项目的销售状况做详尽的客观分析，并找出支持理由，主要是指针对项目的优势与劣势的分析。

最后要明确关键性成果。

关键性成果将成为衡量达标进度的客观尺度。

譬如，今年必须完成5000万人民币的销售额、本月内完成成交20位新客户、为成为优秀销售员规定自己每个月售出价值100万的产品等。

设立目标时应避免单纯追求数量化、避免单纯的自上而下，注意指导性与参与性、考虑房地产销售人员的个人利益与公司总体利益的协调、考虑目标的公布方式与评价标准。

……

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com