

<<打造地产销售精英>>

图书基本信息

书名：<<打造地产销售精英>>

13位ISBN编号：9787301106495

10位ISBN编号：7301106491

出版时间：2006-5

出版时间：北京大学

作者：黄维

页数：243

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>

<<打造地产销售精英>>

前言

销售是关系到所有企业生死存亡的关键环节，对于走出了暴利时代的房地产行业而言，尤为如此。无论是比产品、比品牌还是比创新、比文化，最终所有的竞争都会落到工作在市场一线的销售人员身上，他们是企业决胜市场的关键！本书旨在为房地产企业打造一支最具核心竞争力的王牌销售团队，也为房地产销售人员努力成为销售精英铺平道路。

本书立足于中国房地产业发展的前沿地带——香港、广东，融合了中国目前最专业、最优秀的一批中介机构和大型房地产开发企业多年的实战精髓，集合了笔者多年的培训心得以及数位大师和前辈几十年的宝贵经验。

本书最大的特点就是实用。

如果您是一名房地产职业经理人或销售部门主管，您将可以学习到一整套专业的房地产销售及训练技巧，并借此来提升您和您团队的销售能力。

因为现代商业机构的顶级管理人才的第一要素就是必须具备成功地训练下属和管理团队的能力，而销售能力正是其中最重要的一环。

如果您是一名房地产营销人员，那么无论您是从事市场策划，还是直接从事销售工作，本书所介绍的众多原则和技巧都会对您的工作极有帮助。

如果您从事的工作与销售没有直接关联，您也会获益匪浅。

人生和事业的进步本意就在于推销，我们不是每天都希望推销一些好的主意和建议给别人，从而获得别人的支持以达到我们的目标吗？专业销售技巧会引领您进入一个全新的境界。

如果您想要成就人生，在社会上崭露头角，那么专业销售技巧绝对是您必备的工具，是您人生成功的助推器。

只要您用心阅读本书，您就可以逐步地掌握最关键、最核心的销售技巧，只要在实际工作中坚持思考、联想和发挥，不用太长的时间，您就会为能够轻松实现个人理想而感到惊喜。

成为一名成功的销售人员，秘诀就是坚持不懈地学与用！最后，衷心地祝愿每一位房地产销售人员、每一位读者朋友学有所获！祝愿您的事业百尺竿头，更进一步！黄维于中山大学 2006年春

<<打造地产销售精英>>

内容概要

本书融合了100家以上房地产企业的实战精髓，是1000名以上房地产销售经理、总监拿来培训员工的必备参考书，被5000名以上的地产销售精英奉为职业宝典。

本书分为基础篇和提高篇两部分。

基础篇从售楼人员必备的基本理论知识开始，讲解了房地产的基本概念、基础知识，房地产销售的一般程序，待客礼仪，常规销售技巧，客户问题应答以及付款方式计算等——基础篇旨在帮您夯实根基，为实现目标奠定坚实的基础。

提高篇将帮助您迅速提升自身素质以拥有顶尖售楼人员的特质，了解售楼人员必备的十四大认知，掌握成功销售的五大黄金步骤，洞悉客户的购买心理、购买行为，并掌握解决疑难问题的诀窍——提高篇旨在为您铺就一条通往卓越的捷径。

<<打造地产销售精英>>

作者简介

黄维，现任广州中山大学规划设计研究院培训中心副主任，广州市鼎太企业管理咨询有限公司总经理，南中国房地产教育培训中心主任，广东省职业技能鉴定指导中心“房地产营销师”职业技能鉴定组专家，中山大学《中国房地产职业经理人》、中国策划学院《房地产注册策划师》、广东省房地产协会系列课程主讲老师，房地产管理与销售实战培训讲师，策划人，房地产企业顾问师，国家心理咨询师。

现同时受聘于多家专业咨询顾问机构，任房地产高级培训讲师，并担任数家知名地产企业的培训教练、管理顾问，长期致力于企业的团队、管理、销售培训实践工作，有丰富的培训及顾问经验。受广东省房地产业协会邀请在广东省十余个地市巡回演讲，同时在上海、成都、重庆、济南、青岛、武汉、西安、杭州、苏州等大中型城市巡回培训，培训场次近100场，反响热烈，深受好评。

<<打造地产销售精英>>

书籍目录

前言基础篇第一单元房地产基础知识 房地产的定义及分类 房地产行业名词解释 房地产项目开发的一般程序 房地产推广流程及途径 房地产广告第二单元销售礼仪 以礼待客 着装礼仪 等候客户的礼仪 迎接客户的礼仪 介绍过程的礼仪 结束介绍的礼仪 接听电话的礼仪 其他日常礼仪 销售礼仪十大禁忌第三单元房地产销售的一般程序 总体介绍 寻找客户 接待过程 介绍过程 促销过程 结束介绍过程 客户跟进过程 签约 入住第四单元基本销售技巧 接听电话技巧 迎接客户技巧 如何挑选客户 介绍模型的方法技巧 坚持销售的方法 如何让客户落订 正确把握客户的第二次参观 客户跟进技巧 学会善用资源第五单元客户的基本问题 法律法规17问 银行按揭26问 物业管理23问 规划设计43问 其他问题24问第六单元付款方式及认购书的签署 常见付款方式 付款方式计算应注意的问题 认购书签署应注意的问题提高篇第七单元销售人员素质的提升 销售人员的“自行车理论” 销售人员素质的双重三角形 顶尖销售人员素质的三重三角形 销售人员21种能力的自我检测及评估 销售人员的三层级修炼 杰出销售人员的特质和职责 第八单元销售人员必须具备的认知 我们不是在卖房子，而是在卖一种全新的生活方式 我们不是在卖最好的房子，而是在卖性价比最高的房子 房地产的四大投资附加值 客户想要的是墙上的洞，而不是你手中的钻头 改善销售的心智模式——变不可能为可能 服务的最高境界不是让客户满意，而是为了实现客户穿透 勇于突破传统的销售模式 销售人员的“水”性及三种角色转换 不推销牛排，而推销牛排的“吱吱”声 没有抗拒表明没有兴趣，拒绝意味着成交的开始 客户的认同源于专业的沟通 客户的抱怨是珍贵的稀缺资源 成交源于对销售系统中每一个细节的把握 不把客户当上帝，而把客户当自己第九单元房地产专业销售流程 现场销售的“成功五步” 第一步：迎接客户（寒暄热身） 第二步：咨询需求（了解背景） 第三步：带看现场（楼盘介绍） 第四步：购买洽谈（解决异议） 第五步：落订签约（促成交易）第十单元客户类型及其心理分析 客户类型分析 客户购买决策过程分析与销售控制 客户购买的七个心理阶段及操控术 购买心理的“比较法则” 拉动客户的五层内需第十一单元重点问题解析 客户疑难问题处理 销售谈判 办理认购手续附录

<<打造地产销售精英>>

章节摘录

乘电梯时 在上电梯前，应主动上前按电梯按钮，在电梯外按住“开”键并最后一个进入；进入后即按下所往楼层的按键，到达后第一个出电梯，并以“请”的手势引领客户。

电梯中的礼仪是保持安静，一般不与客户交谈。

在样板房内 到达样板房后，主动将鞋套递给客户，并确定每一位客户都有一双鞋套，离开时为客户收好鞋套。

有很多楼盘样板房是有专人负责介绍的，但销售人员不可以过分依赖介绍人员，因为他们对客户了解肯定不如我们，所以一般情况下销售人员应该亲自介绍样板房。

在介绍样板房时，不能只顾自己介绍，而忽视客户的反应，我们在引导客户的同时也要适当迁就，切不可出现客户还在厨房，而我们已经到了卧室并一个人在那儿夸夸其谈的情况。

客户询问时 客户有问题，说明他们有诚意，回答时一定要礼貌。

听客户讲话时，上身微微前倾，或轻轻将上身转向讲话者，用柔和的目光注视对方，根据谈话的内容确定注视时间的长短和眼部神情，不可东张西望或心不在焉。

如果遇到不知道或者不能肯定的问题，最好的办法就是实话实说。

因为蒙骗或含糊其辞是自欺欺人，反而会影响销售。

应向客户表示歉意，并承诺马上问清有关的问题。

这样既能赢得客户的信任，还为下次联络客户找到一个很好的理由。

当然，如果客户的很多问题都答不上来，那肯定也无法得到对方的信任，因为你不够专业。

交谈 交谈时，应面带微笑，既不可一直紧盯住客户，也不可眼光游移。

正确的注视区域是对方的脸部倒三角区，眼神自然亲切。

并通过轻轻点头表示理解客户谈话的主题或内容，间或穿插一些回应或问话，鼓励对方继续。

他人讲话时，销售人员不可以做整理衣装、拨弄头发、摸脸、挖耳朵、抠鼻孔、搔痒、敲桌子等小动作。

称呼客户 称呼客户时，要根据对方的背景情况加以区别。

笔者有一次到河南郑州给建业集团作培训，中午到一家地方特色餐厅吃饭，连叫了好几声“小姐”，都没有服务人员理会我们，这时其中一个朋友改口叫了声“服务员”，很快服务人员就来了。

我们顿悟：原来在这里不能叫“小姐”，她们忌讳，应叫“服务员”。

这个事例告诉我们，客人背景不同称呼也应有所不同。

面对广东的客户，称呼“靓女”、“靓仔”、“靓姐”，对方会很高兴；面对北方的客户，称呼“大哥”、“大姐”、“阿姨”，对方会觉得比较亲切；面对大都市的职业人士，称呼“小姐”、“先生”，对方觉得很正常，但如果对方是来自农村或者从事特殊职业的人群，就会很忌讳别人这么称呼他(她)，听以要区别对待。

一般来说，要多称呼客户的姓氏，如“某先生”或“某小姐(女士)”，不知姓氏时，要称呼“这位先生”或“这位小姐(女士)”，避免出现尴尬局面。

当有几个人在场时，在与某人的谈话中涉及在场的其他人时，不能用“他”代指他人，应明确称呼“某先生”、“某小姐(女士)”。

P34-35

<<打造地产销售精英>>

编辑推荐

《打造地产销售精英》融合了100家以上房地产企业的实战精髓，是1000名以上房地产销售经理、总监拿来培训员工的必备参考书，被5000名以上的地产销售精英奉为职业宝典。

<<打造地产销售精英>>

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>