

<<售楼王>>

图书基本信息

书名：<<售楼王>>

13位ISBN编号：9787513618854

10位ISBN编号：7513618852

出版时间：2013-1

出版时间：中国经济出版社

作者：肖晓春,邓小华,罗亚东 著

页数：305

字数：250000

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>

<<售楼王>>

前言

如何实现售楼业绩疯狂飙升 房地产销售工作中，有什么投资可以保证让您在短短一个月内就实现三倍、五倍甚至十倍的获利呢？

我们或许投资汽车、珠宝，让工作获得便利和愉悦；我们或许投资房产，希望升值套现；我们或许投资“位置”及“装修”，以求通过“终端为王”、“地段第一”来打动顾客等。

但投资之后，您是否可以肯定地回答您的投资符合以上的期望呢？

恰恰相反，很多时候，这些方面的高投入带来的却是高负担。

原本看似合情合理的投资，却很容易被竞争对手模仿而失效。

销售服务是产生差异的主要手段，而销售策略与形式同样是很容易被模仿的；只有销售服务中人的因素——代表公司形象和服务意识的物业顾问所表现出来的思想、行动和意识才是竞争对手难以复制的！

因此，物业顾问才是提升门店业绩最重要的因素，他们是为地产企业实现“从商品到货币最惊险的一跳”的一线战士，是真正接触市场终端脉搏的、每天接触顾客的人，他们的态度与能力直接决定着地产企业的销售成败。

对物业顾问素质和能力提升的投资才是真正经得起“百倍、千倍回报”测试的投资。

数量庞大的物业顾问一般受教育程度较低，综合素质相对较差，他们工作的重要性与自身技能水平较低成为了一对矛盾体。

很多房地产企业忽视了对这些一线物业顾问的培训，而未经培训的物业顾问就像没有经过训练的士兵匆匆提枪上阵一样，其结果可想而知，业绩也就无从谈起。

因此，未经培训的物业顾问是房地产企业最大的成本和利润流失的黑洞。

房地产企业要弥补这个黑洞，找到有效提升销售业绩的解决之道，就是要找到一种简单有效、易于执行且成本较低的培训方式。

据统计，许多有着多年工作经验的房地产一线物业顾问竟然没有接受过一次专业系统的培训，他们就像黑夜中苦苦摸索的前行者，销售服务全凭惯性和运气，甚至很多人天天都在犯最基础的错误，他们在门店无所事事或者用不正确的方式与顾客沟通，每天重复着错误的销售心态、错误的语言和错误的销售技巧，他们自己及其管理者却浑然不觉。

其实销售是一门语言、思维、行为高度结合的技术，销售是有技巧的，而且是可以规范的。

但物业顾问数量庞大且工作繁忙，企业要对其进行培训并不是一件容易的事情。

一直以来，我们都在研究如何才能让房地产企业省钱、省事、省心地对物业顾问进行培训？

如何才能让没有机会参加培训的物业顾问可以利用闲暇随时随地进行自助性学习？

通过企业培训部门与学员的强烈建议，以及多年的实践与总结，我们从实战中提炼出一套行之有效的、可以让物业顾问进行自学、反复对照练习的简易教程，并编写成本书，力争做到“授人以鱼”（话术范例）与“授人以渔”（方法技巧）相结合，让物业顾问易学、易懂、易用，受到了房地产企业、地产中介公司与物业顾问的广泛欢迎与一致好评。

本书首先对物业顾问接待顾客的流程进行了规范，划分为寻机开场、顾客需求挖掘、带客看楼、客户跟进、应对顾客拒绝、处理价格异议、签约成交及售后服务等八个步骤，然后对各个步骤中物业顾问每天都会遇到却又难以应对的问题进行收集、分析和研究，总结出房地产物业顾问在工作中经常碰到却又难以应对的、极具代表性的88个销售实战情景，每个销售情景均以顾客/业主的需求为出发点，以物业顾问的沟通技能为线索，按“常见应对”、“引导策略”、“话术范例”、“方法技巧”和“举一反三”等结构逐一讲述，为物业顾问提供正确的回答策略和语言模板，并总结出可供应用的方法和技巧，最后还要让物业顾问举一反三，真正掌握正确的销售语言与销售技巧，从而快速、持续地提升业绩。

主编肖晓春

<<售楼王>>

内容概要

本书首先对物业顾问接待顾客的流程进行了规范,划分为寻机开场、顾客需求挖掘、带客看楼、客户跟进、顾客拒绝应对、价格异议处理、签约成交及售后服务等八个步骤,然后对各个步骤中物业顾问每天都会遇到却又难以应对的问题进行收集、分析和研究,总结出房地产物业顾问在工作中经常碰到却又难以应对的、极具代表性的88个销售实战情景,每个销售情景均以客户需求为出发点,以导购的沟通技能为线索,按“常见应对”、“引导策略”、“话术范例”、“方法技巧”和“举一反三”等结构逐一讲述,为物业顾问提供正确的回答策略和语言模板,并总结出可供应用的方法和技巧,最后还要让物业顾问举一反三,真正掌握正确的销售语言与销售技巧,从而快速、持续地提升业绩。

作者简介

肖晓春

著名营销教练、业绩提升专家，中国连锁终端培训领军人物，王牌培训书系总主编、畅销书作者，开单王?管店王?赢利王课程总教练。

“促销王”终端业绩引爆第一人、“连锁王”标杆复制系统总顾问。

北京师范大学特许经营学院客座教授，北京大学、清华大学总裁班授课导师，中国营销学会资深顾问、培训专家，广东省商业联合会首席培训师。

首创“业绩100%增长”咨询式培训，实行按效果收费的零风险合作模式，为企业导入策划、培训、执行一体化方案，培训逾万名经销商和销售精英业绩飙升。

邓小华奥锐管理顾问有限公司总经理，北京师范大学珠海分校不动产研究所副所长，中大职业技术培训学院特邀高级讲师，多家国内知名教育机构特聘资深顾问。

邓先生作为资深门店管理顾问、销售训练专家、实战派地产专业人士，拥有地产从业经验10余年，著有地产畅销书《售罄》、《门店利器》，研究创立了“优势售楼法”。

其常年辅导、顾问式服务过的地产企业十余家。

其精准的企业诊断技术，让这些企业迅速在市场中反败为胜。

邓先生讲授的课程有：房地产销售技巧、房地产销售团队管理、房地产中介运营管理、团队建设等。

罗亚东先生，上海海事大学法学硕士，香港中文大学EMBA，中国律师执业资格，中国房地产经纪人执业资格；从业12年间，先后任职信义房屋、中原地产、21世纪不动产、德佑地产等大型房地产经纪企业，历任经理、总监、副总经理及公司董事等要职；担任清华大学房地产经纪总裁班与中国房地产经纪人大学特聘讲师；受聘中央电视台财经频道、上海电视台、上海教育电视台、《新闻晨报》、《房地产时报》等主流媒体特约评论员；2012年起，作为“中山集团e房网的上海机构——中世地产”的创始人、董事长兼总经理，带领顶尖团队全新启航，全力推动行业变革与进步。

<<售楼王>>

书籍目录

序:如何实现售楼业绩疯狂飙升

1、寻机开场实战情景训练

良好的开始等于成功的一半。

你第一次接触顾客时，如何在30秒内，立即引起顾客的注意？

如何在三句话内，就让顾客言听计从？

如何在首次交往中，就让顾客充满期待？

这些对顾客微妙心理恰如其分地处理，将极大促进物业顾问的成交业绩。

情景1 顾客站在盘源架前说：“我随便看看”

情景2 顾客指着盘源纸问：“这套60m235万元的房子是怎样的？”

”

情景3 顾客前来找你，说是王某某介绍来找你买房的

情景4 顾客打电话问：“你们那套80m240万元的房子是怎样的？”

”

情景5为吸引客人，你刊登了一套不存在的笋盘广告，顾客打电话咨询该盘情况

情景6 顾客问：“你们这里有没有××花园70m2二居室房子”

情景7 与客户寒暄几句，突然不知说什么好

情景8 顾客告诉你在别的中介看了某套房子，问你们这里有没有该房源

情景9 如何争取独家委托

情景10让业主不好拒绝的收钥匙妙招

2、挖掘客户需求实战情景训练

掌握了顾客需求，就等于抓住了顾客的钱袋。

当顾客明确表示不买时，如何让顾客自己说服自己“我要买楼”？

如何掌握顾客信息，让需求挖掘势如破竹？

如何通过放大“想要”，引爆顾客最深层次的购楼需求？

这些对顾客需求进行“公式化”探测及鉴定的方法，将让物业顾问轻而易举地洞穿顾客需求心理。

情景11 全方位掌握顾客信息

情景12 顾客购房需求的鉴定

情景13 如何处理各种购房预算价位的需求

情景14外墙破烂、天花板渗水，每平方米售1万元，顾客会买这样的房子吗

情景15 如何应对及引导各种购房需求动机

情景16 顾客看了很多房子都不满意

情景17顾客问：“有小面积的房子吗？”

”

情景18 如何有效进行盘源配对

情景19 如何在闲聊中增强顾客的信心

3、带客看楼实战情景训练

房地产成交从看楼开始。

有效地看楼，物业顾问必须将顾客的购买心理推至最高点。

带客看楼前，如何让顾客及业主心无旁骛？

带客看楼中，如何增强房屋介绍的穿透力？

带客看楼后，如何点燃顾客的购买情绪？

这些看楼时的科学方法及系统细节，将引领物业顾问轻松迈入带客看楼前、中、后的精细化管理时代。

。

<<售楼王>>

- 情景20 带客看楼前需做什么准备吗
- 情景21 看楼前如何“打预防针”
- 情景22 看楼前如何测试业主心态
- 情景23 到底先看最好的房子，还是先看最差房子
- 情景24 带客看楼中如何保持应变力
- 情景25 上门看楼前，客人不肯签看楼纸怎么办
- 情景26 看楼中，业主向顾客递纸条怎么办
- 情景27 不可不知的带客看楼23个细节
- 情景28 看楼中，如何成为人际沟通的高手
- 情景29 顾客喜欢某套房子后，突然带来风水先生
- 情景30 看楼中，你是否这样撵走过顾客
- 情景31 看楼中，“同步”的妙用
- 情景32 看楼中，不可不察的肢体语言
- 情景33 如何巧妙地介绍楼盘的“缺陷”
- 情景34 看楼中，如何应对同行竞争
- 情景35 看楼后，应立即处理的四大关键细节
- 情景36 看楼后如何推进销售的下一步工作
- 情景37 如何防止客人看楼后回头找业主

4、客户跟进实战情景训练

- 电话响起的时候，赚钱的机会就来了。
- 电话跟进中，如何让顾客顺从自己的时间安排来看楼？
- 如何让顾客不好意思拒绝物业顾问的各项请求？
- 如何让顾客自己主动汇报他的相关信息？
- 这些客户跟进中的电话营销技巧将让物业顾问真正实现“话到钱来”。

- 情景38 业主一接电话，听到是中介就挂了
- 情景39 如何进行盘源跟进，让业主降价
- 情景40 顾客经常说没时间看楼，如何让他顺从你的时间安排来看楼
- 情景41 如何打有效的电话跟进客户
- 情景42 在什么时间电话跟进顾客会恰当一些
- 情景43 顾客主动打电话给你时的应对策略
- 情景44 如何在电话中顺利让顾客留下姓名及电话号码
- 情景45 让业主不好意思压低佣金的“辛苦度”策略
- 情景46 顾客私下成交，如何通过打电话收集证据

5、应对顾客拒绝实战情景训练

- 嫌货才是买货人。
- 购房者决定前通常会提出众多抗拒，物业顾问必须有效解除这些抗拒心理。
- 如何辨别顾客的真假抗拒，解除那些不必要的抗拒心理呢？
- 如何动之以情，让顾客不好意思说“不”？
- 如何化劣势为优势，让顾客重新考虑？
- 本章中的这些有效解除顾客抗拒的方法将让物业顾问在绝境中反败为胜。

- 情景47 经常遇到看楼无成交，业主不想前往开门，物业顾问如何预约
- 情景48 顾客说：“我要回去同太太商量商量！”
- 情景49 顾客说：“这个房子贵了点！”

<<售楼王>>

”

情景50 顾客以你公司太小为由要求中介费收得低一些

情景51 顾客虽然表现出喜欢这套房子，却想再比较比较

情景52 顾客问：“现在楼价在跌，买楼合适吗？”

”

情景53 顾客急切地问：“对面那家中介到底怎么样？”

”

情景54 顾客说：“不用交诚意金啦，谈到××万我就直接过来签约”

情景55 如何从潜意识里解除顾客买楼的抗拒心理

情景56 顾客带很多人看楼，且众人意见不统一

6、处理价格异议实战情景训练

二手楼买卖，“答应就是行情”。

价格是谈出来的，行情也是谈出来的。

二手楼买卖中，如何主控谈判进程？

如何有效放价、调价？

如何运用谈价中的重要原则？

这些有效的谈判策略将让物业顾问轻松撬开顾客钱包。

情景57 业主：“没有50万元，就不要带来看楼”

情景58 业主：“我现在不缺钱花，没有60万元，就不要同我谈”

情景59 你开价50万元，顾客却还价35万元，如何谈价

情景60 顾客：“我朋友上个月在这里买房的价格就比您的报价便宜20%”

情景61 一开始就报底价，能否低开高走

情景62 二手楼谈价有哪些方式

情景63 二手楼谈价中的让价原则

情景64 如何压低业主开价

情景65 如何拉高顾客出价

情景66 房屋买卖谈价中的数字运用

7、签约成交实战情景训练

成交实战无花招，能卖才是硬道理。

如何捕捉顾客成交信号、把握成交时机？

如何规划成交路线并高效运用各种成交方法？

如何运用各种心理学方法促进交易达成？

这些千锤百炼的成交必杀技，让物业顾问实现业绩飙升。

情景67 试探式成交法

情景68 善意诱导式成交

情景69 沉默式成交法

情景70 如何提出让顾客无法拒绝的成交请求

情景71 顾客购买力达不到业主底价，如何成交

情景72 当顾客应承条件能够成交，却在拖延，如何处理

情景73 如何利用好心理暗示的力量帮助成交

情景74 体验式卖楼的功效

情景75 如何识别购房成交信号

情景76 售楼中，“限期”力促交定金的注意事项

情景77 售楼谈判中，得了便宜别卖乖

情景78 “一分钱一分货”的成交法

<<售楼王>>

情景79 客户要求佣金打折，怎么办

情景80 顾客说“二手楼猫腻多，还是买一手楼放心一点”

8、售后服务实战情景训练

签约并不意味着结束，售后服务引领下一宗交易的开始。

如何让顾客不好意思不帮你转介绍买楼客户？

如何让顾客忠诚，不停地介绍客户给你？

如何消除顾客抱怨，重启合作之门？

这些优质的差异化的服务策略将使物业顾问业绩常青。

情景81 顾客最后在别的地产中介买楼了

情景82 买楼签约后应注意的细节

情景83 顾客担心“一房二卖”

情景84 成交后的跟进策略

情景85 业主抱怨物业顾问老打“骚扰”电话

情景86 顾客投诉没能准时收到楼

情景87 如何有效地使用服务工具

情景88 物业顾问如何养成良好的服务习惯

后记

章节摘录

版权页： 情境9 如何争取独家委托 常见应对 1. x x 先生，如果您在我们这里签独家委托，我们可以在《x x 日报》及门户网站上为您免费刊登广告，您看如何？

（顾客可能会说，我存某某房地产放盘，人家都帮我做广告，物业顾问的话没有吸引力） 2. x x 先生，如果您在我们这里签独家委托，我们可以帮您免费搞卫生一次。

（顾客有可能会想，卫生是买家的事，我现在是卖房子，搞不搞卫生没什么关系） 3. x x 先生，我们公司网点多，您签下独家委托，我们会帮您大力推广，省去很多麻烦。

（顾客可能会想，放多几家，岂不是可以在更多网点上销售） 引导策略 为了争取业主独家委托，房地产公司经常会许诺帮业主免费做广告，或搞卫生，或专人负责、重点推介等。

对物业顾问来说，当然理解这些做法对业主三的利益是什么，但大多数业主是非专业人士，不会理解这些对他卖房有什么意义，物业顾问采用直白式的诉求很难打动顾客。

要想争取独家委托，物业顾问存许诺时，应换一种诉求方式，用各种利益或好处来打动顾客选择独家委托。

顾客在卖房时，通常会考虑的利益有：能不能卖高一点价钱，能不能快点卖掉房子，会不会被很多中介骚扰等，物业顾问可采用提问式话术说明独家委托的好处。

话术范例 物业顾问：“吴先生，请问您希望在卖房时，尽量卖高一点价格吗？”

”（提出利益）顾客：“当然啦！”

”（顾客表示认同）物业顾问：“其实，房子干净卫生，有个好卖相，价格自然可以卖高点儿。

如果您在我们这里签独家委托，我们可以帮您免费打扫卫生，让房子卖个好价钱。

一旦房子脏了，我们立即派人打扫，您看如何？”

”（通过打扫卫生来帮业主卖高价钱）顾客：“那好吧，就先签一个月吧。”

”（顾客接受物业顾问的要求）物业顾问：“郑先生，请问您希望尽快卖出这套房子吗？”

”（提出利益）顾客：“当然啦！”

”（顾客表示认同）物业顾问：“其实，房子能不能快点卖出去，关键是能不能有尽量多的客人来看楼。

最好是在同一时间能有较多的客人一起上去看楼，制造受欢迎场面，说不定，哪个顾客一着急就买了，您说是吧？”

”（物业顾问开始引导顾客朝人多看楼的场面思考）顾客：“对！”

这叫‘羊群效应’。

”（顾客表示认同）物业顾问：“郑先生，如果您在我们这里签独家委托，我们可以免费在报纸及其他媒体上做广告，快速吸引大批客户来看楼，并且尽量安排这些顾客同一时间上来看楼。

如果这样，我相信要不了多久，您的房子就会卖出去，您看如何？”

后记

本书能够顺利出版，经过了很多人的艰辛努力，得到了众多良师益友的鼎力支持和帮助。

首先，本书在策划及出版过程中，得到了中国经济出版社领导和中国营销学会丁一会长的大力支持，特别是中国经济出版社责任编辑徐子毅老师和叶亲忠老师的辛勤劳动与多方协调，谨向他们表示最真挚的感谢！

同时还要感谢参与本书资料搜集和部分编写工作的团队好友，具体名单如下：肖晓春、邓小华、李诚中、叶素贞、肖建芳、李巧仪、林川、孙桂生、林丽珊、何丽秋、杨展亮、张建华、郎春敏、刘少芝、廖伟、丛珊、林丽梅、吴顺炎、范利新、龚震波、林泽芬、刘红梅、林钻友、王颂舒、叶艺明、肖艳芳、李姗姗。

感谢所有帮助和关注本书的朋友们、同行们！

由于时间较紧，加之能力有限，笔者尽管付出了很大的努力，但不足之处在所难免，敬请广大读者批评指正。

编辑推荐

《售楼王 房地产销售第一书》为应用型精品培训图书，行业针对性强，内容完全实务化，选题角度独特，以从业人员众多、购书踊跃的热门房地产行业切入，“行业名称”、“销售实战情景训练”等关键词，让房地产行业目标读者一看到标题就马上被吸引住。

研究如何才能让房地产企业省钱、省事、省心地对店面人员进行培训？

如何才能让没有机会参加培训的店面人员可以利用闲暇随时随地进行自助性学习？

通过企业培训部门及学员的强烈建议，以及多年的实践与总结，作者从实战中提炼出一套行之有效的、可以让店面人员进行自学、反复对照练习的简易教程，并编写成《售楼王 房地产销售第一书》，力争做到“授人以渔”（方法技巧）与“授人以鱼”（妙语范例）相结合，让店面人员易学、易懂、易用，受到了房地产企业、经销商与店面人员的广泛欢迎与一致好评。

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>