

<<三天造就售楼冠军>>

图书基本信息

书名：<<三天造就售楼冠军>>

13位ISBN编号：9787111275596

10位ISBN编号：7111275594

出版时间：2009-8

出版时间：机械工业出版社

作者：余源鹏 编

页数：267

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>

<<三天造就售楼冠军>>

前言

记得被誉为现代管理学之父的彼得·杜拉克说过：“市场营销的目的，就是让推销成为一种多余。市场营销就是非常好地去了解和理解客户的需求，从而使得您所提供的产品和服务能够很好地满足客户的需求，并且让产品和服务自己去销售。

”看了以上这段话，大家可能会想：在房地产的市场营销中，广告、促销、推销不是很常用而且很重要的吗？

房地产销售人员不是非常重要的吗？

难道只是建好了房子然后就等着客户自己来下定签约吗？

事实上，大家和彼得·杜拉克的想法并没有什么冲突，只要把广告、促销、推销看做一种服务，并把房地产销售人员也看成一种产品和服务就可以了。

这样做似乎很牵强。

其实这样做恰恰是非常适合当今中国竞争激烈的房地产市场，讲究全员营销、整合营销，也非常符合经济学中的木桶原理，即木桶能盛水的量是由木桶最短的一块木板决定的，更是由木桶的所有木板是否能紧密结合决定的。

房地产营销可以简单地分为营造和销售，而销售中除了广告、包装、价格外，售楼部中的售楼员直接面对客户，其重要性实在不必多言。

<<三天造就售楼冠军>>

内容概要

本书是面向广大房地产销售人员的集实用性、全面性为一体的指导性读本。

本书分为三部分：第一部分为售楼冠军是怎样炼成的。

具体讲述的内容有售楼员的基本要求、从业心态与必备素质、接洽客户与客户分析要诀、礼仪行为规范、常见问题及解决方法；第二部分为售楼冠军必备专业知识。

具体讲述的内容有房地产相关知识，包括房地产开发、销售、交易等方面的相关知识；第三部分为售楼冠军实战业务流程与要领。

具体讲述的内容有接听电话要领、迎接客户与初步接洽要领、楼盘介绍与带看样板房要领、客户类型分析要领、客户跟踪要领、购买洽谈与促使成交要领、成交收定要领、变更手续与售后服务要领、踩盘市调要领等。

本书读者为开发商的销售人员、房地产销售代理公司的销售人员以及地产中介经纪人员，也可供开发商和销售代理公司作为培训资料。

<<三天造就售楼冠军>>

书籍目录

前言	第1章 (第1天) 售楼冠军是怎样炼成的	1.1 售楼员的基本要求	1.1.1 售楼员的职业特征
	1.1.2 售楼员的重要性	1.1.3 售楼员的基本职能	1.1.4 售楼员应具备的能力
	1.1.5 售楼员应提升为置业顾问	1.1.6 售楼员应建立的文件夹	1.1.7 售楼员必须了解的知识
	1.1.8 售楼冠军的三大法宝	1.1.9 售楼前先销售自己	1.1.10 售楼前先要考虑的问题
1.2 售楼员的从业心态与必备素质	1.2.1 售楼员的正确从业心态	1.2.2 售楼员的两大核心素质	
1.2.3 售楼冠军的共性	1.2.4 售楼员迈向成功的十二个素质	1.2.5 售楼员必须具备的内外素质	
1.2.6 售楼员如何对待销售技巧的运用	1.2.7 售楼前做到三相信	1.2.8 售楼员的自励语录	
1.3 售楼员接洽客户与客户分析要诀	1.3.1 商品销售的五个步骤	1.3.2 房产销售的三个主要环节	
1.3.3 客户购房决策的过程	1.3.4 售楼员的换位思考	1.3.5 一个典型的成功售楼故事	
1.3.6 售楼员开发客户的方法	1.3.7 售楼员接触客户的三途径	1.3.8 售楼员观察客户的五个要诀	
1.3.9 售楼员把握住客户的方法	1.3.10 客户购房的四种行为方式	1.3.11 售楼员与客户成功洽谈的四个步骤	
1.3.12 售楼员成功赢取客户的要诀	1.3.13 售楼员判别与说服客户异议的方法	1.3.14 售楼员排除影响客户干扰因素的方法	
1.3.15 售楼员要认真对待客户的投诉	1.4 售楼员的礼仪行为规范	1.4.1 售楼员的基本行为规范	
1.4.2 售楼员的基本仪表要求	1.4.3 售楼员的基本着装要求	1.4.4 售楼员的标准站姿与坐姿	
1.4.5 售楼员的标准坐姿	1.4.6 售楼员的标准言谈举止	1.5 售楼员的常见问题及解决方法	
1.5.1 售楼员普遍存在的问题	1.5.2 售楼员对待客户的五不要	1.5.3 售楼员常见销售问题及其解决方法	
第2章 (第2天) 售楼冠军必备专业知识	2.1 房地产的知识	2.1.1 有关房地产的基本名词	
2.1.2 有关房地产开发业的名词	2.1.3 有关房地产市场的知识	2.1.4 有关物业管理的名词	
2.2 房产的知识	2.2.1 有关房屋的基本名词	2.2.2 有关房产开发的名词	
2.2.3 有关房屋产品类型的名词	2.2.4 有关房屋建筑类型的名词	2.2.5 有关商业房产的分类	
第3章 (第3天) 售楼冠军实战业务流程与要领	附录		

<<三天造就售楼冠军>>

章节摘录

房地产销售是所有销售领域中最特别的、最具有挑战性的工作之一。让我们站在前来咨询的客户角度做一次换位思考的游戏。

比如说，我想买一套房子。

我希望这个房子够大、有充足的阳光，清晨起床的时候，明媚的阳光随着窗帘的拉动而铺满我的房间。

我希望有个宽敞明亮的客厅，这样我就可以很体面地招待我的朋友了。

我还希望…… 这就是我梦想的，只是我梦想中的一部分。

我能实现吗？

能。

只要我有足够的钱。

可是，我有足够的钱吗？

没有，所以我不能全部实现。

怎么办？

我需要得到朋友以及专业人士的帮助。

我这就去那家楼盘的售楼处咨询一下。

就这样，我来到了你（售楼员）的面前。

当你迎我而来的时候，我心里其实很紧张。

我怕这样是不是耽误了你的时间，毕竟，我还没有拿定主意买房子，也不知道买什么样的房子才好，并且，我要用来买房子的首期款怎么落实还没想好。

我就这样来了。

我太想有一幢理想的房子，在那里创造我美丽的家园和生活。

我担心自己问出一些幼稚的问题，显得太外行。

但既然来了就继续下去。

主要是面前的这个女孩很友善，似乎比较容易相处。

虽然你的笑容感染了我，让我多少有些放松，但以往的经验告诉我，很多售楼员，还有汽车导购员，他们笑的时候，想到的是客户口袋里的钱，并不是真心地关心客户的生活和梦想。

所以，我要提防她可能给我布下的陷阱。

就这样，因为防备的情绪，我把脸绷得紧紧的，面无表情。

因为紧张，能视范围变得很狭小，但我看到楼盘的模型了。

我径直走向模型，不希望你问我这样一个问题：“先生，你准备买房子吗？”

”是的，我确实准备买房子，可是，我心里没底，所以，我不知道该怎么回答才恰当，所以最好不要问我这个问题。

真的很感谢你的体贴，你没有问我这样的问题。

这让我感觉你有些与众不同。

虽然站在模型面前了，可新的茫然又来了：我不知道怎样通过模型了解这个楼盘，连朝向都搞不懂。

上次到另一个售楼处的时候，同样站在模型面前，售楼员问我喜欢什么户型的房子，虽然她说她那里什么户型的房子都有。

<<三天造就售楼冠军>>

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>