

<<地产销售冠军实战培训>>

图书基本信息

书名：<<地产销售冠军实战培训>>

13位ISBN编号：9787112140183

10位ISBN编号：7112140188

出版时间：2012-7

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：中国房产信息集团 等编著

页数：172

字数：282000

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>

## <<地产销售冠军实战培训>>

### 内容概要

周忻等编著的《地产销售冠军实战培训》针对销售冠军的成长要素，从销售冠军的心理素质、有效开拓及维护客户的方法、现场销售技巧和重点成交细节四个方面介绍成为销售冠军的必备条件，并附带销售冠军打动购房者的精彩解说，打造地产销售人员自我提升及地产企业培养销售人才的必备用书。

《地产销售冠军实战培训》可作为房地产类图书编著的领先者，我们以专业平台为基础，以资源整合为优势，通过图文解说的形式步骤化呈现，穿插最新实操案例，以深入浅出的方式为专业人士打造一本实用的案头工具书。

## <<地产销售冠军实战培训>>

### 书籍目录

#### 第一章 销售冠军是这样炼成的

##### 第一节 通往销售冠军的素质培养通路有哪些？

- 一、十大性格特质铸就成功的销售冠军
- 二、七种信念使你对售楼充满信心
- 三、勤于奔跑才能成为销售冠军

##### 第二节 如何成为“第四代”双赢销售冠军？

- 一、房地产销售形式的四个发展阶段
- 二、践行房地产销售冠军的脚踏车理论

#### 第二章 客户才是销售之本

##### 第一节 怎样获得更多的有效客户？

- 一、科学划分客户群寻找有效客户
- 二、识别并分析到访客户的不同类型

##### 第二节 你是否能够拒绝被动销售？

- 一、变被动销售为主动销售
- 二、寻找与客户沟通的衔接密码
- 三、销售心理三招挖掘客户购买意愿
- 四、创造销售契机引导客户购买

##### 第三节 如何更有效地维护客户关系？

- 一、把握关键客户实现更大利润
- 二、有效管理客户的重要信息
- 三、与客户建立持久友好的联系
- 四、找到有决策权的购买者
- 五、寻找与客户之间的共同话题
- 六、以让步换取客户认同

#### 第三章 决胜销售现场

##### 第一节 如何像医生看病一样进行针对性销售？

- 一、房地产销售中的“望闻问切”
- 二、房地产销售必须经历“发问三关”
- 三、销售接洽六招将关键决策人一网打尽

##### 第二节 你真的会介绍楼盘吗？

- 一、向客户介绍房产品的三个价值层面
- 二、发问与介绍的联动技巧
- 三、掌握产品介绍的语言技巧

##### 第三节 你能否实现快速成交？

- 一、请求成交法
- 二、假定成交法
- 三、选择成交法

## <<地产销售冠军实战培训>>

- 四、小点成交法
- 五、从众成交法
- 六、辅助成交五招

### 第四节 销售冠军应掌握哪些现场实战技巧？

- 一、销售谈判四招赢得客户
- 二、赢得客户的心，才能赢得订单
- 三、把握现场造势与销售促进技巧
- 四、销售冠军随机应变八大技巧

## 第四章 细节成就销售冠军

### 第一节 哪些销售技巧助你成为销售冠军？

- 一、房地产人员推销策略技巧
- 二、向客户推销楼盘的五个关注点
- 三、掌握处理各类客户投诉的技巧

### 第二节 如何最终在议价过程中守住你的价格？

- 一、五大细节掌握议价主动权
- 二、销售人员必须实现三方面突破
- 三、在议价过程中展现销售人员的议价技巧

### 第三节 销售冠军打动购房者的精彩解说荟萃

- 一、最能打动购房者的项目案例解说
- 二、最能打动购房者的精彩疑问解答

## <<地产销售冠军实战培训>>

### 章节摘录

版权页：插图：越秀区是广州市的教育强区，区内密布着众多的知名小学，很多父母买越秀区的房子最直接的原因就是孩子的教育问题。

古有“孟母三迁”为的就是孩子的教育，当今社会的“孟母”并不比古代少，父母为了孩子大多舍得教育投资。

正因如此，越秀区的房子虽然比较陈旧，但价格却居高不下且供不应求。

售楼人员在平时要多收集每年高考的“状元”名单，多关注他们的相关介绍，如果报刊刊登他们曾经在哪所小学或中学读书，那么你就需要收集起这些重要信息，甚至是上网查询收集。

这样，通过一段时间的收集，你就会发现某些学校时常涌现“状元”，能人这些小学或中学读书的房子则推销起来十分容易。

由于越秀区的房子普遍较旧，价格又高，销售时难免会被顾客指出不少的缺点，产生很多抗拒，所以你必须知道顾客心中的“樱桃树”是什么。

于是，每当顾客说这套房子都二十年楼龄了的时候，你就对顾客说：“是的，是有点旧，不过，这套房子入读的XX小学可是经常出状元，X年的XX状元可是在这里读小学的啊！”

每当顾客抱怨价格太高时，你也是对他说：“是啊，是高了一点，可这套房子入读的XX小学可是经常出状元，X年的XX状元可是在这里读小学的啊！”

无论顾客提出任何反对意见，你总是用该套房子可入读的小学来避开话题。

这样，在不知不觉中，顾客的所有注意力就转向了该所小学，于时，他就可能开始问该所小学的情况，如何入读，要办理什么手续。

如果出现这种情况，购买时机就基本成熟了。

很多不太专业的销售代表在销售这种房子时，当客户提出房子太旧时，总是去解释为什么会这么旧；当客户提出房价格太高时，则用行情等一系列的话题去解释，不但浪费时间，而且还不能有效地解除顾客的抗拒心理。

处理顾客的这一类抗拒，最有效的方法就是在需求鉴定阶段，搞清楚顾客的购楼需求“热钮”是什么，并且不停地按动它，这样，你的售楼工作就会事半功倍。

如何去寻找这个需求“热钮”，需要设计有效的问题，在与客户沟通的过程中不停地提问。

此外，就是要细心观察顾客的肢体语言以及你提出各种问题时顾客的反应。

<<地产销售冠军实战培训>>

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>