第一图书网, tushu007.com

<<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：9787111384304

10位ISBN编号：711138430X

出版时间：2012-7

出版时间：机械工业出版社

作者：余源鹏　主编

页数：304

字数：392000

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

内容概要

《房地产实战营销丛书：三天造就售楼冠军（第3版）》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、处理客户异议要领、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。

《房地产实战营销丛书：三天造就售楼冠军（第3版）》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，是开发商和销售代理公司作为销售人员培训的首选教材。

书籍目录

第3版前言
第1版前言
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 售楼员的四大职业特征
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13种能力
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 售楼员必须了解的六类知识
1.1.8 优秀售楼员应具备的10个条件
1.1.9 售楼冠军的三大法宝
1.1.10售楼前先销售自己
1.1.11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14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 客户购房的七个阶段
1.3.4 客户让渡价值的概念
1.3.5 影响客户购房行为的四种因素
1.3.6 客户购房的四种行为方式
1.3.7 售楼员成功销售房屋的九项行为
1.3.8 售楼员接待客户的四种情况
1.3.9 售楼员接洽客户使用语言的14个要诀
1.3.10售楼员接待客户的12类常用语
1.3.11售楼员的换位思考
1.3.12一则实战售楼沟通对白
1.3.13五个典型的成功售楼故事
1.3.14售楼员开发客户的11种方法
1.3.15售楼员接触客户的三种途径
1.3.16售楼员观察客户的四个要诀
1.3.17售楼员把握住客户的六种方法
1.3.18售楼员与客户成功洽谈的四个步骤
1.3.19售楼员成功赢取客户的26个要诀
1.3.20售楼员排除影响客户干扰因素的六种方法

1.3.2 1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 售楼员的标准动姿
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 售楼员工作中普遍存在的三个问题
1.5.2 售楼员对待客户的五个不要
1.5.3 售楼员接洽客户时容易犯的22种错误
1.5.4 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 有关商业房产的知识
2.2.6 有关工业地产的知识
2.3 地产的相关知识
2.3.1 有关土地所有制的知识
2.3.2 有关土地开发的知识
2.3.3 有关土地权益的知识
2.3.4 有关土地价格的概念
2.3.5 有关土地市场的知识
2.4 房地产中介经纪的知识
2.5 房屋建筑规划的知识
2.5.1 有关规划设计的知识
2.5.2 有关房屋建筑学的名词及相关知识
2.5.3 有关住宅建筑学的名词
2.5.4 有关房屋结构的知识
2.5.5 有关住宅保修期的知识
2.5.6 有关智能化系统的知识
2.6 房屋面积计算的知识
2.6.1 有关房屋面积的名词
2.6.2 有关房屋面积测量的规定
2.6.3 有关房屋销售面积的问题
2.7 房地产开发建设的知识
2.7.1 房地产开发建设过程的“ 五证 ”
2.7.2 工程管理知识

2.8 房地产营销的知识
2.8.1 市场营销的名词
2.8.2 房地产市场营销活动
2.8.3 房地产项目销售模式
2.8.4 开盘前的准备工作
2.8.5 常用的销售物料
2.8.6 房地产广告载体
2.8.7 房地产项目定价
2.9 房地产交易的知识
2.9.1 有关房地产交易的知识
2.9.2 有关房地产销售的知识
2.10 房地产权证的知识
2.10.1 有关房地产权证的名词
2.10.2 有关房地产权证的问题
2.10.3 房地产权证的办理问题
2.11 房地产产权登记的知识
2.11.1 有关房地产产权的名词
2.11.2 有关房地产产权登记的名词
2.11.3 有关房地产产权登记的问题
2.12 房地产按揭的相关知识
2.12.1 有关贷款的知识
2.12.2 有关按揭的知识
2.12.3 有关个人住房商业性贷款的问题
2.12.4 有关个人住房公积金贷款的问题
2.12.5 有关个人商业用房贷款的问题
2.12.6 有关按揭贷款还款方式的问题
2.12.7 有关提前还款的问题
2.12.8 有关按揭贷款的其他问题
2.13 房地产交易税费的知识
2.13.1 税收与税率
2.13.2 契税
2.13.3 印花税
2.13.4 营业税
2.13.5 营业税附加
2.13.6 个人所得税
2.13.7 土地增值税
2.13.8 房产税
2.13.9 交易费用
2.13.10 某楼盘购房费用举例
第3章 （第3天）售楼冠军实战业务流程与要领
3.1 接听电话要领
3.2 迎接客户与初步接洽要领
3.2.1 待客流程
3.2.2 观察客户
3.2.3 氛围控制
3.2.4 迎接客户
3.2.5 初步接触

3.2.6 初次面谈
3.2.7 揣摩需要
3.2.8 面谈礼仪
3.2.9 常见问题
3.3 楼盘介绍与带看样板房要领
3.3.1 销售引导
3.3.2 道具运用
3.3.3 模型介绍
3.3.4 推荐单元
3.3.5 带看样板房
3.3.6 暂未成交
3.4 客户类型分析要领
3.4.1 客户接受信息类型分析
3.4.2 客户需求类型分析
3.4.3 客户个性特征分析
3.4.4 客户的身体语言分析
3.4.5 客户语言的心理分析
3.4.6 22种客户类型的应对策略
3.5 客户跟踪要领
3.5.1 客户跟踪的重要性
3.5.2 客户跟踪的资料表
3.5.3 客户跟踪的方式
3.5.4 客户跟踪的要点
3.5.5 客户跟踪要给其理由
3.6 处理客户异议要领
3.6.1 树立面对客户异议的正确心态
3.6.2 客户表示异议的原因
3.6.3 处理客户异议的前提
3.6.4 处理客户异议的三个时机
3.6.5 处理客户异议的八个注意点
3.6.6 处理客户异议的15种方法
3.6.7 处理常见的29种客户异议
3.7 购买洽谈与促使成交要领
3.7.1 购买洽谈的必要性
3.7.2 购买洽谈的动作及要领
3.7.3 购买洽谈的14个技巧
3.7.4 购买议价的要领
3.7.5 促使成交的必要性
3.7.6 促使成交的注意点
3.7.7 促使成交的23种方法
3.8 成交收定要领
3.8.1 定金的作用
3.8.2 销控的作用
3.8.3 成交信号的分析
3.8.4 成交收定和补定的基本动作
3.8.5 成交收定的注意事项
3.8.6 成交结束的注意事项

3.9 变更手续与售后服务要领
3.9.1 交首期款
3.9.2 催款手续
3.9.3 挞定手续
3.9.4 换房手续
3.9.5 更名手续
3.9.6 退房手续
3.9.7 工程变更
3.9.8 签订合同
3.9.9 办理按揭或催付分期房款
3.9.10 办理产权的流程
3.9.11 办理各项购房手续及所需提供的资料
3.10 踩盘市调要领
附录 房地产销售的相关重要法律法规
附录A 中华人民共和国城市房地产管理法
附录B 商品房销售管理办法
附录C 城市商品房预售管理办法
附录D 商品房销售明码标价规定
附录E 关于进一步加强房地产市场监管完善商品住房预售制度有关问题的通知
附录F 国务院办公厅关于进一步做好房地产市场调控工作有关问题的通知

章节摘录

版权页： 插图： 6.热爱自己的客户 作为售楼员，必须热爱你的客户。
因为，一方面从表面上来看，是企业在给你发工资、涨薪水、表扬你，并给了你一定的社会地位等。
其实是客户在给你发工资，给你锻炼的机会和积累经验的机会，给你社会地位。
客户是售楼员最好的老板、老师、意见人；另一方面，只有热爱，而且必须是真心热爱你的客户，才能真正站在客户的角度，发觉产品价值，帮助其建立购买欲望。
热爱客户，首先要理解客户。
在售楼过程中，有些客户非常狡猾，坚持一些看来很荒谬的观点，或是东挑西拣，最后还不买。
这时，作为售楼员要理解。
人们就是买件衣裳、买口锅，还要东挑西拣，看质量、杀价格，甚至谈几家店都不满意，一样都不买。
而房子，是大多数人一生消费的最大件商品，可能是倾其数年积蓄，甚至还需透支10年、20年后的积蓄（按揭）才能购买。
因此，作为售楼员，我们一定要理解客户慎而重之的心理，理解客户因谨慎、重视而挑剔的行为。
如果不理解客户的消费心理，就很难做到热爱客户。
热爱客户，主要表现在对客户的服务和态度上，而这些仅是外部表现，关键还是内心，不要觉得我一脸假笑，行为符合规范就可以唬住客户。
一般，客户既能购买房子，多少属于“成功人士”，其社会经验和阅历较丰富，如果不是真心热爱，你的眼神、口气、举止很难让客户信任你。

编辑推荐

《三天造就售楼冠军:房地产销售人员职业培训完全手册(第3版)》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。
《三天造就售楼冠军:房地产销售人员职业培训完全手册(第3版)》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，是开发商和销售代理公司作为销售人员培训的首选教材。

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