

<<房地产销售组织设计>>

图书基本信息

书名：<<房地产销售组织设计>>

13位ISBN编号：9787504741141

10位ISBN编号：7504741140

出版时间：2012-4

出版时间：中国物资出版社

作者：克而瑞(中国)信息技术有限公司

页数：204

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>

<<房地产销售组织设计>>

前言

谁是被需要的房地产人才 人才是企业之本，也是关乎企业未来发展的最重要的核心资源之一。企业的竞争，从某种意义上讲是人才的竞争。

随着市场经济的进一步发展，企业间的人才之战硝烟滚滚，如何管好人才、用好人才、留住和培养人才成为企业在激烈的竞争中成长发展的关键，也是企业管理中一个重要的课题。

从八面玲珑的“江湖客”转向国际化职业经理人 近年来，房地产业已经成为我国国民经济的支柱产业，对推动我国国民经济的发展起着举足轻重的作用。

房地产业的高速成长使得越来越多的房地产企业将人才战略作为企业发展的重中之重，对人才的需求与日俱增，对人才也提出新的要求。

整个行业对于人才的理解已经发生了明显改变：从八面玲珑的“江湖客”转向分工细腻、一专多能的国际化职业经理人，而人才结构的逐步完善也是房地产行业走向健康与规范的关键之一。

但是整个产业的人才现状却难以满足企业的现实需求，人才因素成为了制约房地产企业持续发展的主要原因。

无论什么时候，人才总是短缺，在今天中国的房地产界更是如此。

早些年还是“时势造英雄”的时代，哪怕没资金、没学历、没背景，在房地产江湖上翻腾几年，说不定也能成就一番传奇。

如今，草莽之气渐远，房地产行业越来越庞大，也越来越理性，这两者都增大了房地产行业对于人才的胃口。

要么选择企业，要么选择城市 随着房地产发展的主要市场由一线城市向二、三线城市转移，人才流动也将出现区域性流动的特点，主要表现在：第一，人才流动量逐年递增；第二，商业营销管理类人才特别是高端人才需求量会急剧增加；第三，综合管理型、一专多能型、专业拔尖型人才会成为企业争夺的重点。

品牌房地产企业的战线早已深入二、三线甚至四线城市，人才当然也得跟着“上山下乡”。

现在的市场竞争就是人才的竞争。

谁拥有人才，谁就占有很大的优先权。

房地产人才必须面对的现实是：要么选择企业，要么选择城市。

企业间的人才“暗战”永不停息 房地产企业理性了，候选人才也理性了，房地产人才需求正在向精细化运作过渡，逐渐呈现理性和平稳的发展态势，这跟国家对房地产行业的调控有明显关联。

尽管如此，房地产业仍处在“战国时代”，无论大企业、小企业，都同样渴求人才，围绕人才的“暗战”将永不停息。

而《房地产无师自通手册》就是这场“暗战”中培养核心人才的必备手册。

编者 2011年10月

<<房地产销售组织设计>>

内容概要

精华1 专业研究成果

本书借助克而瑞(中国)信息技术有限公司专业咨询平台,结合最新的实战研究成果,对房地产销售组织环节做了精要论述。

精华2 实战化演练

本书对房地产销售的主要环节进行了系统化的梳理,对销售团队的组建、销售策略制定、开盘实施、销售控制、销售促进等环节进行了实战化演练。

精华3 工具化指南

本书是一本房地产销售工具指南书,除了丰富的理论知识和实战案例以外,还加入了许多图表与小元素,非常适合作为从事房地产销售相关的人员的参考工具书。

<<房地产销售组织设计>>

作者简介

克而瑞（中国）信息技术有限公司是一家专门从事房地产信息技术系统研发的高科技公司。公司以中国房地产海量信息数据库为基础，面向开发商、投资商、基金公司、金融机构、评估机构、营销机构等各类房地产上下游企业及机构，提供全面、精准的信息服务。

<<房地产销售组织设计>>

书籍目录

- 第1堂课 组建与管理销售精英团队
- 第2堂课 打造销售精英培训体系
- 第3堂课 销售动作执行标准与技巧
- 第4堂课 开盘筹备组织与实施
- 第5堂课 实施销售计划引爆楼盘销售
- 第6堂课 把握销售节奏控制销售过程
- 第7堂课 诊断滞销病因，避免销售陷入困局
- 第8堂课 动用销售促进方法保持项目持续热销

<<房地产销售组织设计>>

章节摘录

版权页：插图：一、选拔具有“销售特质”的人目前大多企业招聘销售人员的要求基本一致：有一定的工作经验，大专以上文凭，积极主动，吃苦耐劳，良好的形象和表达能力，有一定的社会关系等。

但通过销售人员的特质和业绩相关数据的追踪调查发现，以上各项特点和优秀的销售行为似乎没有关联。

1.由业绩差异发现优秀的销售特质与销售业绩相关性最大的前5项能力分别是：客户了解度、好胜心、取悦心理、情绪稳定、大方自信。

与销售业绩相关性最小的因素包括：文化程度、工作经验、年龄、工作时间。

2.由客户的满意度发现优秀的销售特质在相关研究中发现，客户会对销售人员的某些特质产生格外的好感，而对某些行为则产生反感。

客户最喜欢销售人员的前5项因素是：能理解人、能拿出好主意、对人诚实可靠、对客户经常关心帮助、不怕被拒绝。

客户最讨厌的销售人员的表现是：话多、欺骗、不负责任、没主意、没耐性。

一个优秀的销售人员，不能仅仅为了物质利益而工作，而应该带着一种使命感去工作。

不能只看到眼前的利益，而是要将目光投向未来。

有了这种使命感，才能使自己在工作中努力进取，遇到困难时能勇敢克服。

3.由行业特性和销售流程发现优秀的销售特质通用型的销售人才在销售领域是不存在的，即使在同企业内部，商场销售、批发经销网络以及大客户销售所要求的人员特质也是不一样的，新产品推广和老产品维护的销售人员风格差异也很大。

如保险代理人需要有强烈的说服欲和“屡败屡战”的勇气；而麦当劳的服务生应该懂得欣赏别人对他服务所回报的赞美，并以此更努力地工作；一个知名品牌的销售人员则需要“耐心、悉心维护客户和一贯化的自我管理”。

因此，企业在招聘销售人员时，如果仅仅只是凭感觉，而不是根据企业特定的需求设定销售特质的话，招来的人员往往不能给企业的销售带来大的起色。

因此，招聘专员可以用一些计量的方法，挖掘出企业现有的表现特别出色的优秀销售人员身上的共同特点，并以此为标准，建立起一套真正适合本企业的招聘测评系统：第一，建立50个以上优秀销售人员的有效样本。

如果本企业内部缺少50位优秀销售人员样本，可以收集同行业中的样本信息。

第二，由优秀、中等、差等样本销售人员填写笔试和标准化面试表格。

第三，通过统计软件对样本测评资料结果进行量化，比如使用Minitab统计分析软件。

第四，通过销售业绩分析和多项测试数据的综合分析，找出优秀销售人员共同拥有的前5个相关因素。

第五，建立有效销售招聘测试能力评估数据模型，并进行有效性验证。

举个例子来说：某房地产销售代理公司根据上述5个步骤，发现公司优秀销售人员共同具备的前5项特质分别是：a.取悦心理；b.理解欲望；c.分析判断能力；d.内向且有恒心；e.善于处理细节。

然后根据5项因素的相关系数统计得出回归方程式 $A=nz+6y+\dots$ 其中a、b、c...是各项特质在所有特质中所占的比例，x、y...则是相对应a、b、c的系数，最后可根据和数A的得分高低给应聘销售人员排名，得分高的排名在前，说明其具有较高的销售潜质，反之，则与优秀销售人员的要求有一定差距。

课堂点拨 在招聘销售人员时，如果企业仅仅凭借经验以及招聘人员的个人感觉，而不是根据企业特定的需求设定销售特质的话，招聘来的销售人员往往不能给企业的销售带来大的起色。

在招聘中给应聘者做特定的测试，用客观数据模型筛选出合适的人员，这样能极大地提高招聘有效度。

二、安排各类测试选拔销售人员 没有上限的业绩提成和较低的入职门槛，使得很多人都希望成为销售人员。

因此在招聘过程中，需要主考官巧设问题，以此了解应聘者的真实特质。

<<房地产销售组织设计>>

下面是对面试和场景测试给出的几项要点提示。

1.面试：放松应聘者心情，得到真实答案 操作要点1：使用统一标准提问。
多提发散性问题，少提选择性问题，如“客户认为房价过高，你如何处理”。

操作要点2：不以貌取人。

对应聘者的评分不要受其文凭、衣着、外貌或某人推荐等影响。

操作要点3：给应聘者鼓励，以期得到真实的答案。

一般应聘者面对考官的提问，刚开始时会比较拘谨，有时甚至为了取悦面试官，会根据面试官脸上的表情来对自己的回答作出调整，这个时候，他所表达的也许包含了一些不太真实的东西，故而面试官应该用目光、点头等形体语言，更多地给应聘者以鼓励，让应聘者放松下来，这个时候，得到的答案也许才是真实可靠的。

2.场景测试：专为招聘销售人员而设置的环节场景测试主要有两种方式：一是模拟销售现场，让应聘者作答；二是让应聘者进入现实工作中一段时间，然后通过同事和客户的反馈，以期掌握应聘者的真实信息。

当然，对于被考察者也有问题要答，比如，会让他写出“最讨厌的员工名单”等。

一个合适的应聘人员列出的名单往往是极少才是，甚至是空白（一个有效的合作者看到别人更多的应是优点），而缺乏亲和力的应聘者一般会写出一长串“讨厌者的名单”。

显然，后一种人缺乏优秀销售人员应有的特质。

<<房地产销售组织设计>>

编辑推荐

《房地产销售组织设计》是一本房地产无师自通手册！

由克而瑞（中国）信息技术有限公司编著，整合专业团队重要研究，为零基础人士量身定制；采用课堂特训方式讲解，汇集实例引导读者学习。

只需12步掌握实战要点，一看就懂，一点就通，化繁为简，即查即用。

《房地产销售组织设计》特点：1、步步为赢——12步分解房地产项目开发流程：将房地产项目开发流程分解为12步，使读者能够循序渐进地掌握每个步骤的核心要点。

2、深入浅出——70个案例直观展现流程核心环节：针对行业入门人士量身定制，以70个直观的案例分析帮助读者理解行业必备知识。

3、现学现用——556个流程图指导实战操作重点：以556个流程图提炼经典核心内容，提高读者的阅读效率，在第一时间获取阅读重点。

<<房地产销售组织设计>>

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>