



新人学习手册

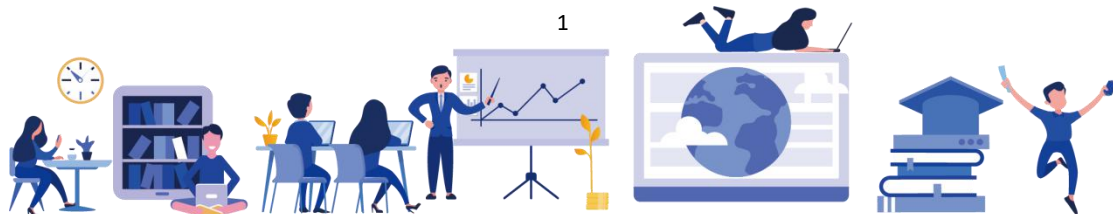
LEARNING MANUAL FOR NEWCOMERS



贝壳河南客户赋能中心客户培训部出品

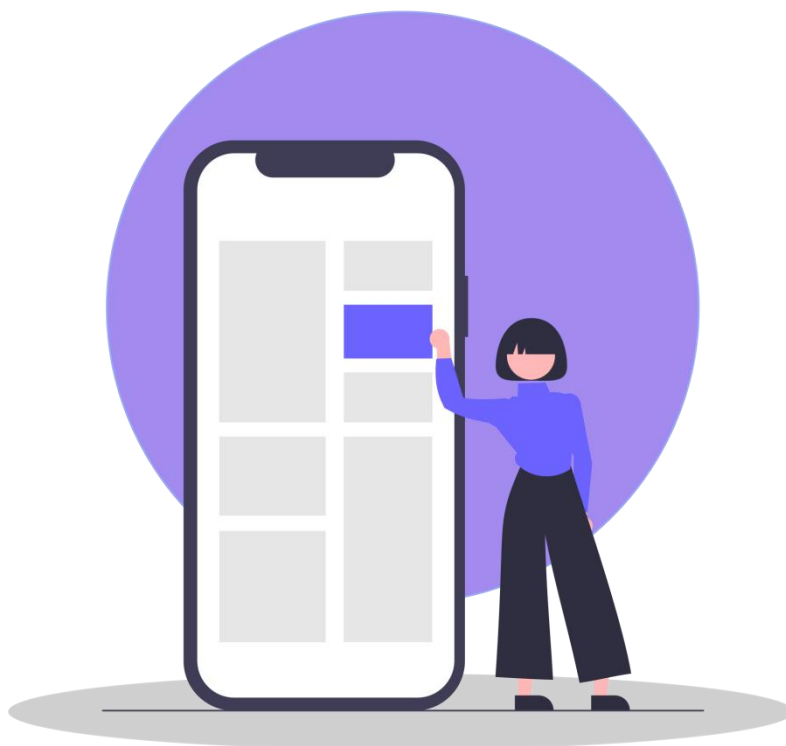
初识贝壳

走进贝壳文化及价值观

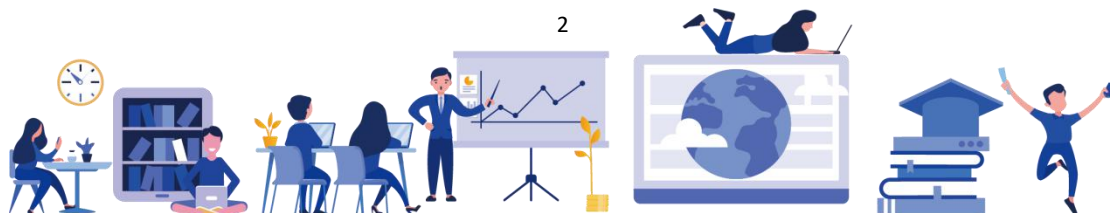


第一阶段

THE FIRST STAGE

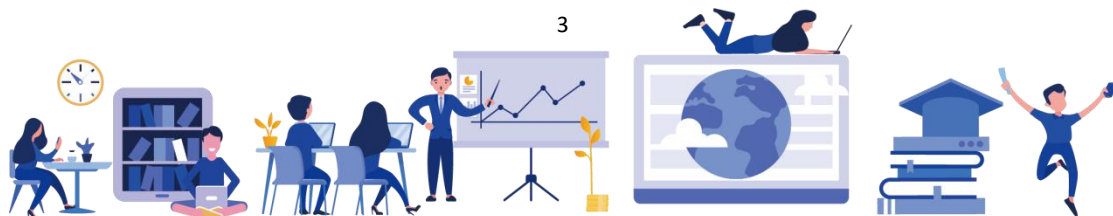


2



目录

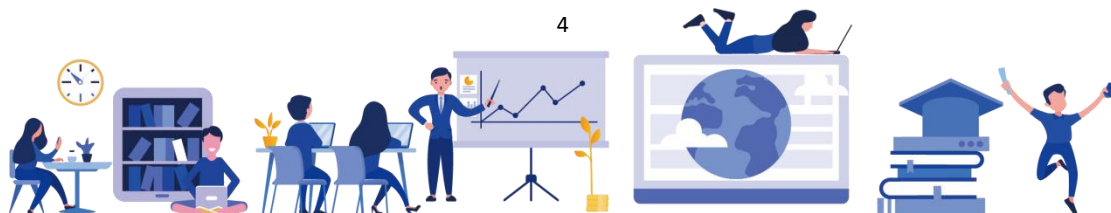
初识贝壳.....	1
走进贝壳文化及价值观.....	1
PART 1:《预见未来 贝+精彩》.....	5
第一章 行业认知.....	5
第二章 为行业而建 有“贝”而来.....	5
PART2:《贝壳有为 价值驱动》.....	8
第一章 贝壳人的价值观.....	8
第二章 价值观的知行合一.....	8
第三章 价值观研讨.....	9
PART3:《玩转科技，助力提效》.....	10
第一章 科技驱动，大势所趋.....	10
第二章 掌握 A+系统，提升作业效率.....	10
第三章 把握贝壳网商机，形成线上正循环.....	11
第四章 二手经纪人贝壳网展位.....	12
第五章 租赁经纪人贝壳网展位.....	14
第六章 展位管理工具.....	14
第七章 商机.....	14
PART4:《品质规则管理制度》.....	15
第一章 信用分制度.....	15
第二章 新房判客规则.....	16
第三章 ACN 及重点规则.....	17
第四章 其他常见违规.....	20
PART5:《壳班出身 职业之路》.....	21
第一章 五项能力 职业经纪人的必备.....	21
第二章 品质服务 职业经纪人的命脉.....	21
第三章 贝壳平台 职业经纪人的沃土.....	22
PART6:《五项核心要素讲解》.....	23
第一章 入行新人常见困惑.....	23
第二章 五项要素助你成为行业精英.....	23
第三章 老兵分享之成长的秘密.....	24
我的培训感受.....	25
门店与你同在.....	26
第二阶段学习任务.....	26
给商圈经理的一封信.....	27
在门店的 First Day.....	30
Day1:给你介绍一个好师傅.....	31
Day2: 学习中的魅力.....	33



Day2:小试牛刀-商圈图.....	34
Day2:熟悉周边的“你”	35
Day3:楼盘图，画画更熟悉.....	36
Day3:楼书整理，知识更系统.....	40
Day3:空看不空想.....	42
Day3:陪看更有趣.....	44
Day3:你做我看，观摩门店接待.....	46
阶段复盘与规划.....	48
马上要见到小伙伴啦.....	51
PART 1《快速掌握基础业务流程》	53
第一章 买卖经纪业务特点及流程.....	53
第二章 关键业务动作及常见问题.....	53
第三章 租赁经纪业务特点及流程.....	54
第四章 关键业务动作及常见问题.....	55
第三章 提升行程量，转正加速度.....	56
PART 2《房客源开发》	58
第一章 房客源开发的重要性.....	58
第二章 房客源开发常用的四大方式.....	58
PART 3《需求理解与匹配》	62
第一章 需求理解的重要性.....	62
第二章 需求理解，了解基本需求.....	62
第三章 匹配房源，挖掘核心需求.....	63
PART 4《店面接待与演练》	64
第一章 店面接待的重要性.....	64
第二章 如何做好店面接待.....	64
PART 5《服务客户的五项讲解基本功》	66
第一章 五项讲解讲什么.....	66
第二章 讲解方法知多少.....	67
PRAT 6《商机转化技巧》	68
第一章 认识 IM/400.....	68
第二章 带看 SOP.....	70
PART 7《商务礼仪，锦上添花》	71

--

--



PART 1: 《预见未来 贝+精彩》

第一章 行业认知

交易额连续十年稳中有升，国民经济重要组成部分

一、 房地产行业的 321:

1.三个时代

过去:

现在:

未来:

2.两条曲线:

增量曲线:

存量曲线:

3.一种力量:

二、 经纪人成为了推动行业发展的核心

- ✧ 交易全流程都离不开经纪人，新居住各赛道离不开经纪人
- ✧ 作为品质服务的提供者，优秀的经纪人将拥有个人品牌，走职业化之路
- ✧ 经纪人将成为行业的核心资产，推动行业进步

第二章 为行业而建 有“贝”而来



一、初心：与行业共赢

二、打造：新居住平台

三、构建：行业新生态：以消费者为中心

四、建设：行业基础设施-不动产数据库，新居住数字化基础设施。

五、赋能：助力更稳健的发展-八大赋能

六、推动：行业正循环

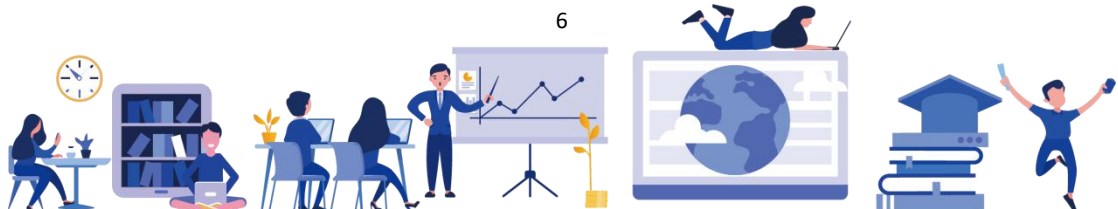
①扩展业务边界，提升效率，推动行业正循环。

②让品牌经营合规，让经纪业务合法

七、上市：不忘初心再次出发

八、改变：正在发生

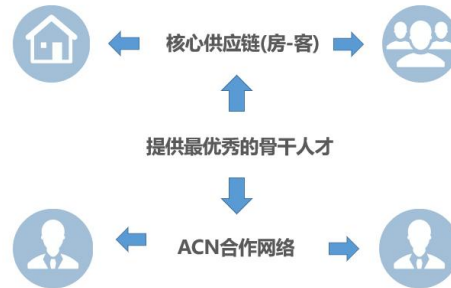
九、牢记使命：有尊严的服务者，更美好的居住



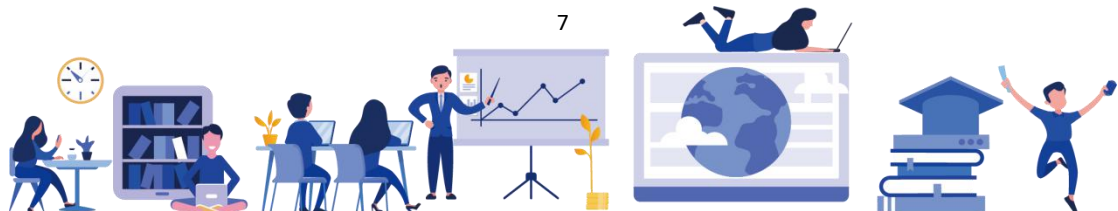
第三章 B1112 我们的 2024

一、B1112 指的是：

1. “B” 指代贝壳 (Beike) 从 1112 的原点 (Birthday) 走向目标 (B 点)，在达成目标的过程中始终秉持着贝壳的蓝血文化气质 (Blue Blood) 和无畏的精神 (Brave)。
2. “1” —————



3. “1” ———— 将住这个行业重度改造重做【1】次
其核心是重塑行业 NPS：建设线上化新场景，在基础、重要但不紧急的系统上持续投入
 - (1) NPS>30：打造属于行业的口碑，NPS，Net Promoter Score，净推荐值，又称净促进者得分，亦可称口碑，是一种计量某个客户将会向其他人推荐某个企业或服务可能性的指数。
 - (2) 建立一个 APP MAU 过亿的平台：将住的需求集中到线上，月活跃用户过亿，意味着我们把大部分的交易环节搬到了线上。
 - (3) 建成行业内最高效的数据系统、财务系统和人力系统：建设基础设施，为行业提效。
4. “1” ———— 成就交易规模超过【1】万亿美元的品质平台
5. “2” ———— 陪伴从业者价值实现店效【翻番】



PART2: 《贝壳有为 价值驱动》

第一章 贝壳人的价值观

一、什么是价值观？

价值观是组织成员对事一致的看法！

以及一致的语言和做事方法！

并能形成“薪火相传、生生不息”的凝聚力！

1. 价值观一致性的结果：_____

2. 贝壳的价值观是：

第二章 价值观的知行合一

一、什么叫客户至上？

贴近用户，了解用户，从用户的实际需求出发，以不断发展与完善的科技手段，满足和丰富用户体验，提供超出客户预期、安全、专业的线上与线下服务。

贝壳的客户至上是：

二、什么是诚实可信？

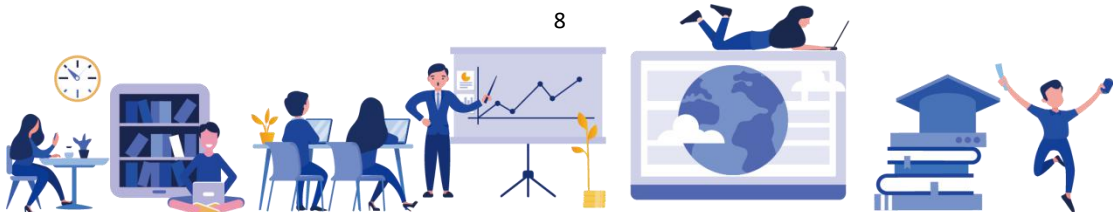
实事求是、公开透明，坚持对真确性与可信性的追求；通过科学的管理与运营方式，不断推动信息的无差别共享；因为诚实，所以可信。

贝壳的诚实可信是：

三、什么是合作共赢？

以开放共享的理念，联结居住服务生态，提高资源转化效率，实现多方共赢，引导并推动行业正循环。

贝壳的合作共赢是：



四、什么是拼搏进取？

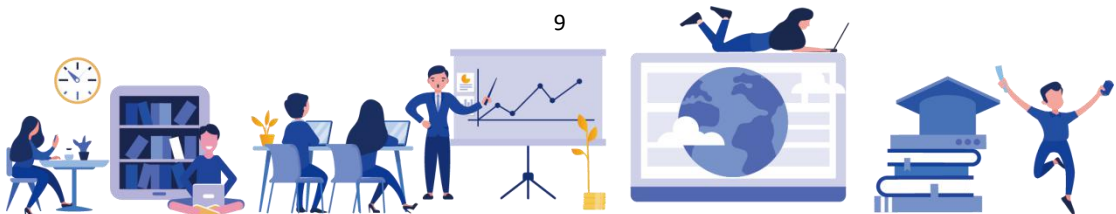
我们取得成就的关键，来自不断进取与精益求精的热情；不忘初心，以洞察力和预见性，持续创新和探索，实现价值。

贝壳的拼搏进取是：

第三章 价值观研讨

一、你眼中的价值观：

二、学习心得：



PART3: 《玩转科技，助力提效》

第一章 科技驱动，大势所趋

一、线上的重要性：

46.41%的经纪人线上作业时间占据一半以上，46.20%经纪人学习并使用新的产品，27.55%的经纪人线上学习时间平均每周 5 小时以上。

第二章 掌握 A+系统，提升作业效率

一、A+系统核心功能点

- 1.房：房源开发、_____房源维护、房源推广
- 2.客：客源开发、_____客源维护、客源推广

二、A+系统房源开发渠道

- 1.系统房源共享池、_____

三、房源委托 2 必做

- 1.房源录入、_____

四、房源验真时效：

- 1.新增：_____小时
- 2.库存：_____小时（修改电话 24 小时）
- 3.共享池：_____小时内验真

五、房源维护-完善房源信息

- 1.房源分层-根据房源维护完成度，完成基础项即得 47 分，成为中级房源
- 2.把房源分成 4 个等级：优（71-100）、良（_____）、中（_____）、差（0-20）

六、房源推广-房源为“好房”

- 1.让房源最大程度曝光，提升房源成交速度，获得 7 天推荐经纪人展位置顶

2.客源开发渠道

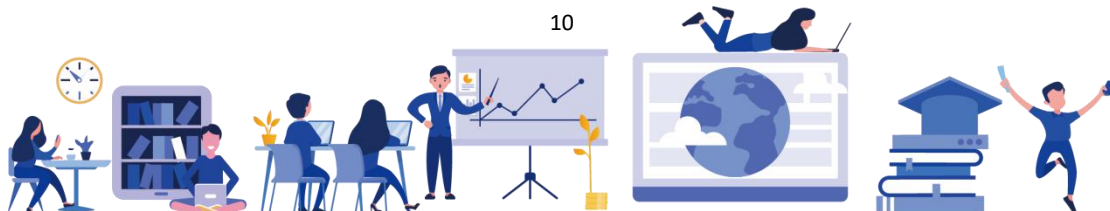
平台平分客户、_____、_____、_____

3.客源委托填写信息

客户基本信息：_____

购房需求：_____

4.客户维护



依托数据解读客户需求，提高带看成功率，缩短成交周期

5. 客源推广-合作联盟

合作联盟入口：_____

6. 线上带看-VR 带看

选择房源：仅经纪人所在城市的买卖房源，其中过滤掉_____

选择客源：支持向 IM 聊过天的客户或已录入客户进行发起

经纪人通过小程序/A+/link 分享房源给客户，客户点开房源详情页，客户点击_____

7. 线下带看

带看后：A+系统录入带看，填写带看后房评

8. 签约-线上签约流程

签约的线上产品有：交易流程可视化、_____、B 端交易助手

签约流程：



14. 遇到 A+问题的解决方法

- (1) 贝壳经纪学院：全部课程-内部培训-贝壳品制魔方-《A+产品操作演示与指南》
- (2) 我的客服：_____
- (3) CA:CA 在你身边，与你共同进步、成长

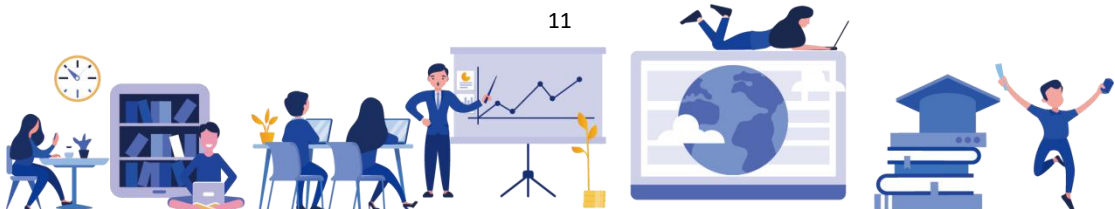
第三章 把握贝壳网商机，形成线上正循环

一、贝壳找房 APP 的价值

业绩的 40%来源于贝壳找房网资源

二、提升自身在贝壳网曝光度

房源—展位—_____— 委托—_____—带看—成交



三、房源-提升房源顺序的方法

成为“好房”、_____拍实勘、VR、_____房源新增录入、_____、_____

第四章 二手经纪人贝壳网展位

一、钻石展位

1. 钻展展位占总商机 51%，是商机提升第一优先级

2. 获取展位的两力一法：努力、_____、方法

3. 钻石展位获取条件-入围

基本条件：需要全部满足

在职在岗、_____、没有被关黑、_____

能力要求：以下条件满足任意条件即可

(1) 本房源角色人（维护人、_____、钥匙人、实勘人）

(2) 历史三个自然月+当月截至到目前为止的天数内，有带过看本房源、365 天内有成交过此小区内房源

(3) 365 天内作为维护人陪看过小区成交房源

(4) 近 30 天内有过 VR 带看：1 次 A 级带看 / _____ / 或 1 次

(5) B 级带看+2 次 C 级带看 / 或 3 次 C 级带看

4. 钻石展位获取条件-加分有：

房源角色分、跟房源相关的业务动作分、_____、_____、VR 带看分

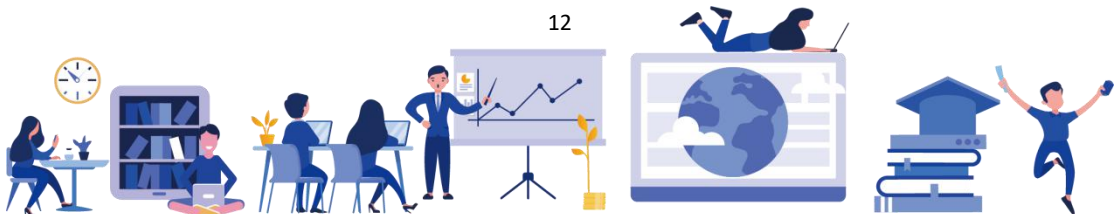
5. 钻石展位加分规则：

谁对这个房子了解：影响房源熟悉度 3 大加分项_____、_____、_____

谁比较有能力：_____、_____、_____

谁比较潮：计分规则：【近 30 天内】每个房源累计可加 3 次，取最高的_____进行加分（同一经纪人带同一用户看同一套房子，仅加一次）

二、带看等级



等级	等级条件说明	大数据打分	实效性说明	奖惩说明
A级	有效带看中，服务质量分 ≥ 60 ，且本次带看为一带多看，带看房源至少有两套接通时长大于30s	服务质量分 ≥ 60 分	数据&标签T+2展示	• 展位加分 • 首看业绩保护 • 贝壳币/贝壳分等
B级	有效带看中，服务质量分 ≥ 60 ，且本次不是一带多看或一带多看房源接通时长未达标	服务质量分 ≥ 60 分	数据&标签T+2展示	• 展位加分 • 首看业绩保护
C级	经纪人带看过程中服务质量完成度一般	服务分 ≥ 60 分 (不含60分)	数据&标签T+2展示	• 展位加分 • 首看业绩保护
D级	• D1: 24h内，经纪人自主标记无效 • D2: 本次带看接通时长未超过180s，且没被自动标记为无效&没被风控识别为无效 • D3: 回访录音经纪人一方或双方无声音，且没被自动标记无效&没被风控识别无效 • D4: 客户发起且客户账号疑似黑产	无	D1&D2 带看结束24小时内 D3&4带看结束48小时内	• 无任何激励 • 无处罚
E级	被风控识别为虚假带看	无	带看结束48小时内	风控处罚：贝壳币扣减、关闭权限、关黑

三、VR 经纪人分层

1.VR 经纪人分层有：L4-VR 专家、____、L2-VR 能手、____、L0-VR 小白，其中 VR 达人权益有：展位加分、____

四、商业展位

1.商业展位有及可以报买的商业化产品：钻展、____、小区吊顶、____、潜客包、业主委托。

2.钻展：

经纪人要求：_____

出价规则：_____

报买规则：_____

退费规则：_____

3.商机直通车是一种主要通过钻石展位来获取高质量商机的产品，它有按效果计费、____、报买简单三大特点，属于钻石展位的升级版产品，是为我们开单上户的好帮手

4.小区吊顶：当客户搜索某小区二手房时，在搜索结果页的第一个位置。

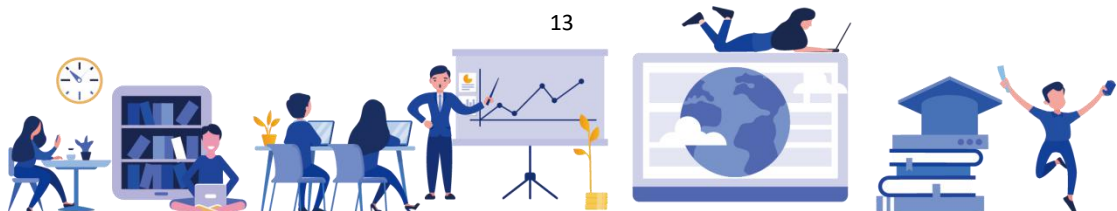
5.金贝会员：每周三 10:00~次周周二 24:00，会员有效期：有效期 30 天

6.潜客包：来源于线上客户主动发起，平台匹配到对应的商圈，再分配给一个购买潜客包的经纪人，____发售，售完为止，每周更新

7.业主委托指：抢到业主委托的房源并且支付成功后，可以成为该房源的唯一维护人，享受维护人展位专属流量，成交后可获得维护人成交业绩

流程是：业主想卖房、____、来贝壳网线上委托、客服沟通，录入房源确保房源真实可售、录入后，30 分钟限时抢购、_____。

8.其他展位还有：实勘/VR 带看展位、带看记录/带看反馈展位、____成交展位、小区顾问/小区优秀经纪人。



第五章 租赁经纪人贝壳网展位

一、钻石展位

1. 获取条件-入围

基本条件：需要全部满足

在职在岗、____、没有被关黑、____

能力要求：以下条件满足任意条件即可

- (1) 本房源角色人（维护人、____、钥匙人、实勘人）
- (2) 历史三个自然月+当月截至到目前为止的天数内，有带过看本房源
- (3) 365 天内有成交过此小区内房源
- (4) 365 天内作为维护人陪看过小区成交房源

2. 钻石展位获取条件-加分有：

①房源熟悉度：

【角色人】加分项：____

【带看】加分项：____

【成交】加分项：____

②服务能力：

____、____、____、____

③贝壳分：

____、____、____、____、____

二、租赁经纪人商业化展位

1. 潜在客户：

报买时间：____

每包数量：____

2. 吊顶展位：

报买时间（当周）：____

结果公布时间（当周）：____

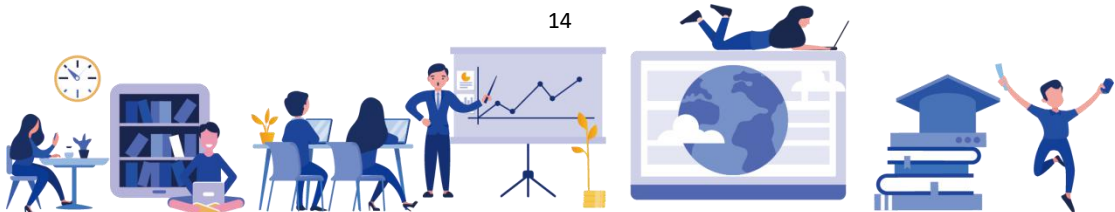
展示时间（下周）：____

第六章 展位管理工具

____：线上商机数量，一目了然、商业化效果，一清二楚、展位建议，清晰明了。

第七章 商机

产生商机渠道：____、____、____、____



PART4: 《品质规则管理制度》

第一章 信用分制度

一、信用分制度的重要性：

- ①信用分制度可以约束平台使用者的行为，保障平台资源的公平有效利用；
- ②任何违反信用分制度的行为都是在危害平台利益，危害所有人的利益；
- ③平台的有序运行需要每个成员的共同维护和监督；

二、违规处罚等级划分

黑线： _____

红线： _____

黄线： _____

警告： _____

轻微违规： _____

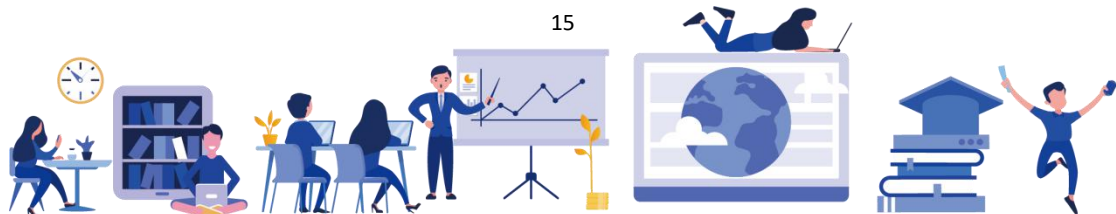
不作为： _____

三、扣减的规则

四、黑线 TOP3

五、红线行为 TOP4

- ①.处罚：红线 1 年
- ✓ 授权非平台人员使用系统：



✓ 与未授权企业、个人合作

✓ 飞单、跑单、甩单

✓ 私单

六、黄线行为 TOP9

第二章 新房判客规则

一、新房判客背后的 WHY?

二、判客规则：

①在甲方判定此新房单归属贝壳时

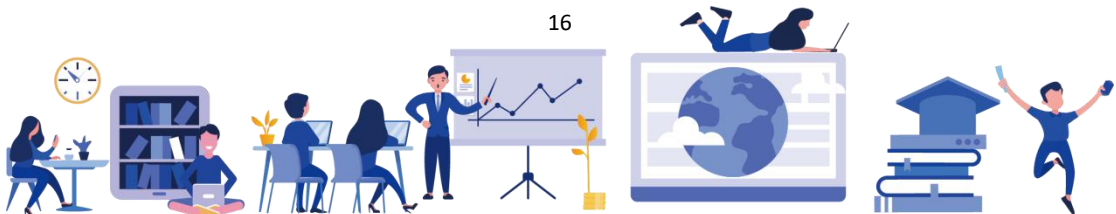
②在贝壳系加盟店（贝壳平台的各个品牌的加盟店）、房江湖渠道公司员工、贝壳系员工（包括但不限于场销员工和直销员工）发生撞户（带看同一组客户到同一项目）；

③在判定业绩归属时

三、新房判客-客户界定标准

判客标准：以客户到访时间为准

（需同时满足以下三个条件：①线上有效的报备记录②客户实际到访③合格的带看单）



四、新房判客-内部带看保护期

- 带看周期 ≤ 15 天时：经纪人B带看无效，业绩100%归经纪人A
- 带看周期 > 15 天时：经纪人B带看有效，客户归属于经纪人B；若经纪人A带看时间在内部带看保护期15天外，在开发商对贝壳的保护期内，经纪人B需分20%业绩给经纪人A
- 复访填写复访单，并上传系统（甲方要求重新报备的，需按甲方要求重新报备），若复访未在系统上传复访单的，判客时按首访时间计算带看保护期；复访经纪人必须陪同，若经纪人未陪同，则复访无效
- 客户退认购后又重新认购此项目时：原经纪人认购时间距离现成交人带看时间 ≤ 15 天，客户归原成交人所有

五、新房判客-追溯期

情况1：

情况2：

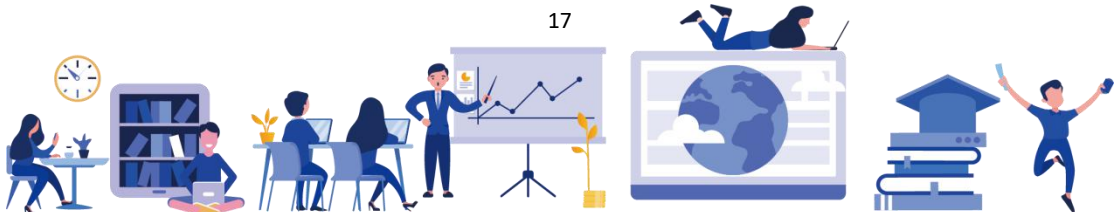
情况3：

六、关于新房判客你该知道的

- ❖ 带看前（先确认）
- ❖ 带看中（拍照片/视频）
- ❖ 带看后（及回访）
- ❖ 注意事项（检查后续）

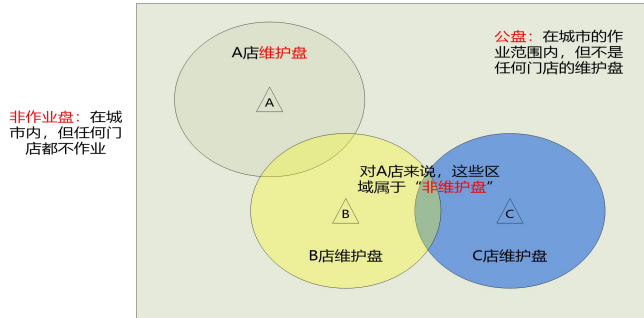
第三章 ACN 及重点规则

一、什么是ACN规则



二、ACN 规则的核心原则

三、ACN-维护盘划分范围



四、ACN-共享池规则

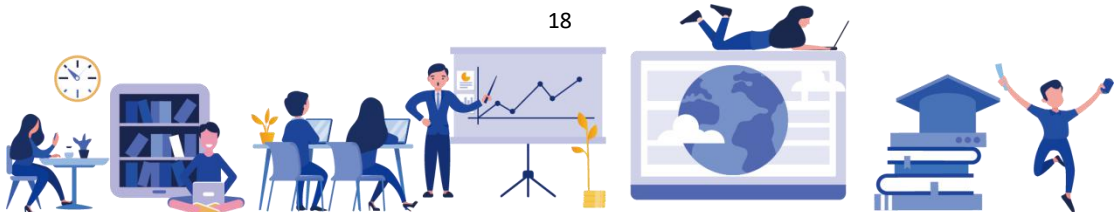
五、ACN-真房源录入规则

- 私藏房源—扣 12 分
- 房源不录—扣 12 分
- 房源晚录—扣 6 分
- 销售线下房源—扣 6 分
- 操作禁止作业房源—扣 6 分

六、ACN-真房源核销规则

- 违规核销—扣 6 分
- 不符合录入条件的房源: 以合规管理部发布的《关于修订业务经营合规标准和罚则的重要通知》的最新版本为准
- 明确取消委托意向的房源: 产权人/代理人明确表示已由其他经纪公司成交并签署合同; 已自行成交; 不再出售; 拒绝由贝壳出售
- 地址错误或电话错误的房源: 房源的物业地址录入错误, 或所有联系方式均为空号或连续三个自然日内均为停机, 且任何人通过内网联系方式与产权人/代理人均无法取得任何有效联系

七、ACN-房源查看权限规则



八、ACN-角色分佣比例

	角色	买卖			租赁		
		分佣比例	角色人为空	角色人无效 (晋升/离职/调转)	分佣比例	角色人为空	角色人无效 (晋升/离职/调转)
房源方	录入人	10%	/	原角色人店 东	10%	/	原角色人店 东
	维护人	房源价差5%	客源成交人		10%	房源维护人所属店东	
		陪看陪签5%					
		房源推广5%					
	钥匙人	5%	客源成交人		10%	客源成交人	
	实勘预约人	4%归经纪人			VR实勘7%归实勘人3%归平台		
	实勘人	3%归平台			图片实勘5%归实勘人3%归平台2%归成交人		
VIP服务人	0%						
客源方	推荐人	20% (买卖经纪人、租赁经纪人)	客源成交人	10%			
		20% (联动经纪人)					
	成交人	其余		其余			
	合作人						

九、维护业绩拆分规则

十、首看保护规则

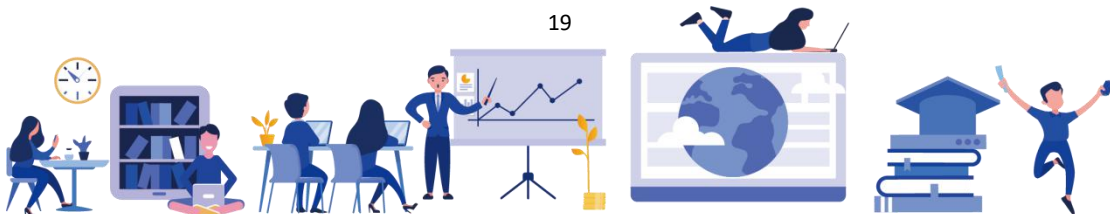
保护时间：买卖 30 天，租赁 7 天

保护规则：

- ✓ 全佣签约分总业绩的 20%给首看人
- ✓ 折扣范围内签约，分总业绩的 30%给首看人
- ✓ 低于折扣范围签约（包含但不限于返佣或实际收佣小于合同约定收佣）分
- ✓ 客户端全业绩给首看人；
- ✓ 侵占首看，分总业绩的 40%给首看人，扣信用分 3 分

十一、跨店带看保护规则

- ✓ 如果维护人 B 店面有陪看，房源维护人 B 所属公司所有经纪人均不得签约此客户 X(只限成交房源 Y)，亦不得将此客户 X 介至其他店面经纪人签约房源 Y；
- ✓ B 经纪人陪看后新增的客户 X，B 经纪人不得成交客户 X(不仅限房源 Y 即不允许成交客户 X 购买任何房源)



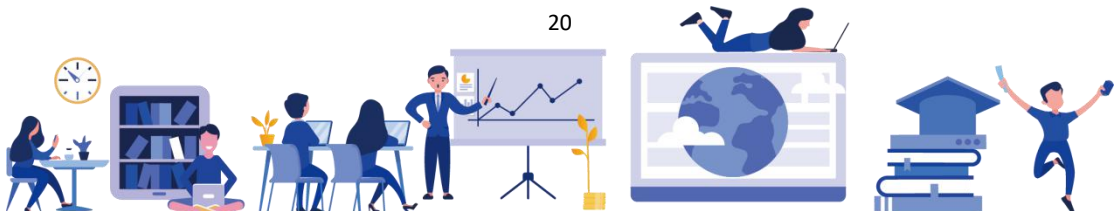
第四章 其他常见违规

一、其他常见违规-返佣：

二、其他常见违规-公众渠道言论

- ✓ 恶意宣传：
- ✓ 虚假宣传：
- ✓ 违规宣传：
- ✓ 不实宣传：

第五章 申诉入口



PART5: 《壳班出身 职业之路》

课程导入:

经纪人主权 经纪人是核心资产，而非易耗品

中、美经纪人现状对比

第一章 五项能力 职业经纪人的必备

一、职业经纪人应具备的五项能力:

1.内力-基础素质:

2.信誉-质量评价:

3.侠义-平台合作度:

4.声望-行业影响力:

5.活力-平台参与度:

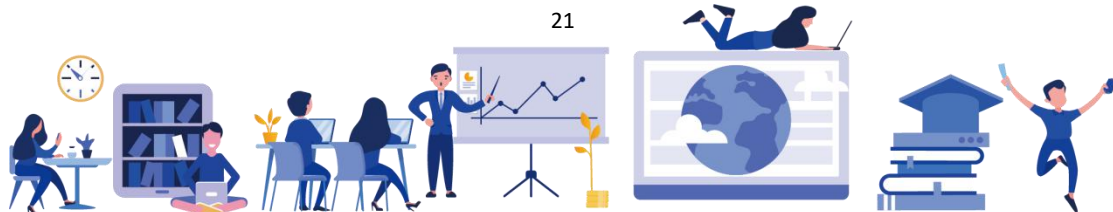
第二章 品质服务 职业经纪人的命脉

一、品质是职业经纪人的命脉

1.高品质的服务才能推动正循环，在正向激励作用下职业化道路才会越走越顺！

2.做品质服务的提供者

人的品质:



人的品质是决定优秀的前提

服务的品质：

服务的品质=主动服务意识+标准服务动作

视品质服务为命脉，拓宽你的职业之路！

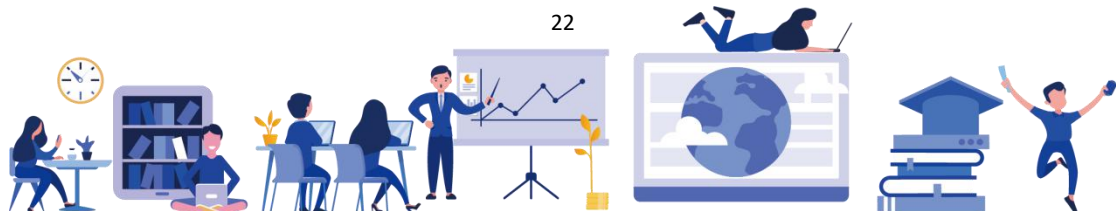
第三章 贝壳平台 职业经纪人的沃土

一、贝壳平台职业经纪人的沃土

1.成熟的培养体系：

2.多维的职业发展：

3.先进的作业工具：



PART6: 《五项核心要素讲解》

第一章 入行新人常见困惑

一、说一说：

1.未来 3 个月，你的目标是什么？有可能会遇到那些困难？

困惑 1: _____ 困惑 2: _____

困惑 3: _____ 困惑 4: _____

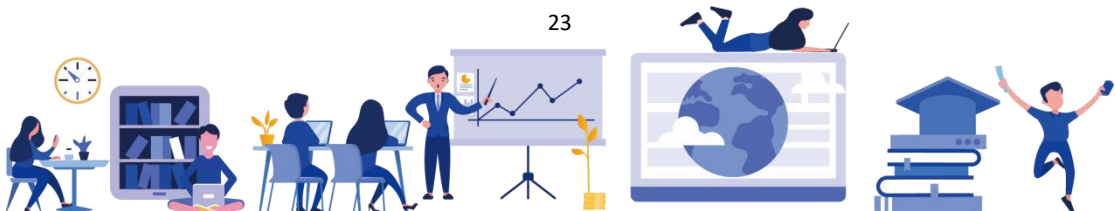
第二章 五项要素助你成为行业精英

1. 通往精英之路的武哥关键词：

2.五要素之一 客户
怎样做到离客户足够近？

五要素之一 合作
怎样才能实现更好的合作？

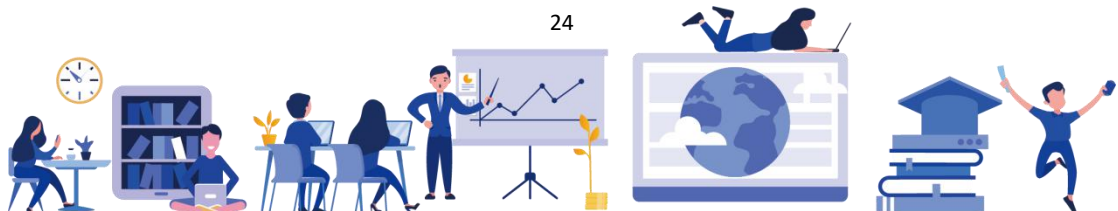
五要素之一 专业
业务人员的专业体现在哪些方面？



五要素之一 做长
长期执业，才是通往成功的王道

五要素之一 热爱
真正的热爱，是做好一切事情的根本

第三章 老兵分享之成长的秘密



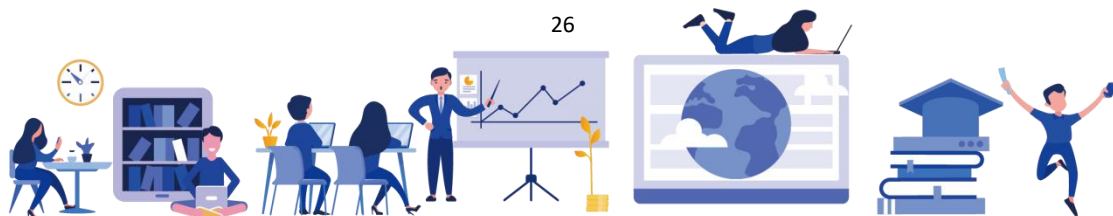
我的培训感受

三天三夜的培训结束了，而我对于贝壳真的由不了解，到了解，三天的充实生活结束后，要步入跑盘，我想说：（培训感受）

[illegible]

门店与你同在

第二阶段学习任务



第二阶段

THE SECOND STAGE



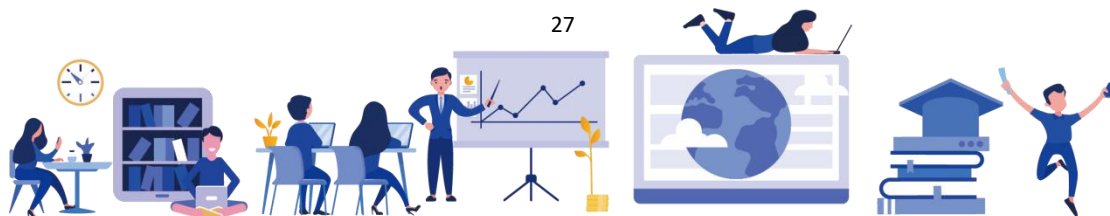
尊敬的 先生/女士：

您好！

恭喜您的门店候选人（以下简称学员）已经顺利通过平台组织的融合训，即将回到门店进

入第二阶段——跑盘期任务的学习中，为方便您知晓学员在门店的学习内容并进行适时的辅导

和监督，保证学员顺利进入到第三个阶段——岗前技能训的学习中，请您认真阅读本封信的内



容。

学员在跑盘期需要按照学习手册的指引进行线上视频课程的学习，同时进行线下任务的完

成并填写学习手册，请注意：

1、学习手册学员需要 100%完成，且店东/商圈经理签字，**未签字或未做评价都视为未 100%完成。**

2、学习手册内容学员填写丰富，不应付，如：

(1) 字体工整，不潦草，卷面干净，无损毁；

(2) 感受类：不能只填写“好”、“很好”、“非常好”等词语，需要写出学员自己内心的感受，可以记录自己的收获或不足，也可以是自己的计划，字数不得低于 50 字；

(3) 学习课程交付物类：按照课程内容如实填写，可以标记出自己的思考或疑惑点及时与师傅或商圈沟通，字数不得低于 80 字；

(4) 商圈图、区位图类：呈现关键要素，横平竖直，美观大方；

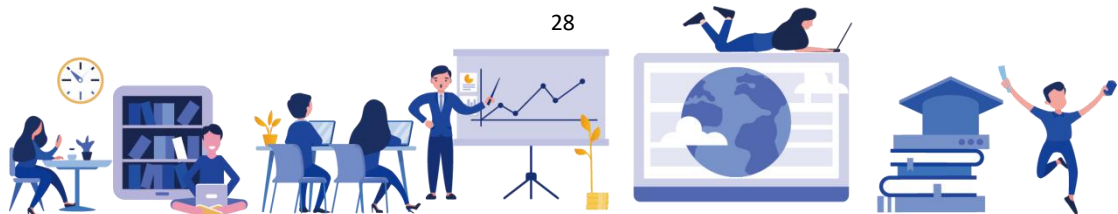
(5) 表格类：如踩盘表，如实填写真实内容、表格填写完整（如要求踩盘 3 个，则不能只填写 2 个踩盘表），不应付。

3、“阶段复盘与规划”的复盘总结需商圈及师傅点评并签字。

4、跑盘期学习手册未 100%完成的不能参加第三阶段-岗前技能训的学习。每期岗前技能训在地铁口处集合时教官、班主任进行检查，一旦发现学习手册不合格，则学员不能上车，需要回到门店继续进行跑盘期的学习，直至合格方能继续参加岗前技能训。

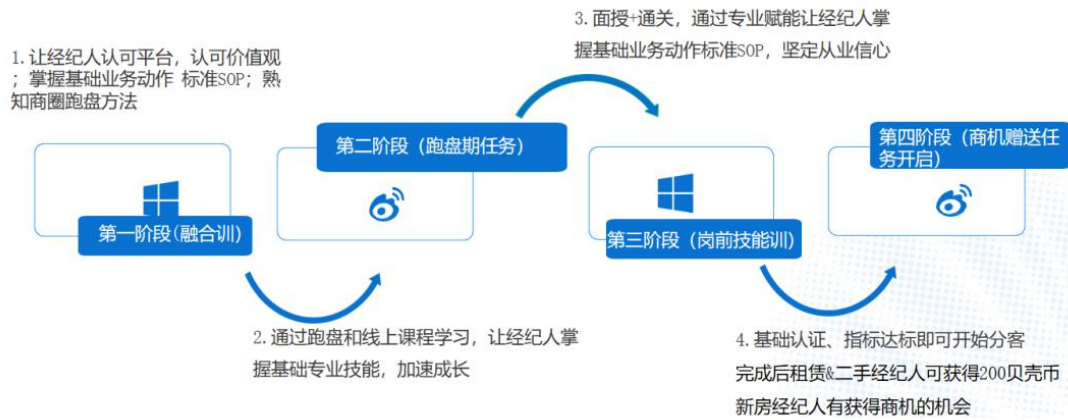
为严把入口端，辅助门店进行新人留存，提升新人基本业务能力及职业素养，客户赋能统

一新人岗前培训标准，从知识、技能、认知三个方面提升经纪人的品质，创造新人的职业认



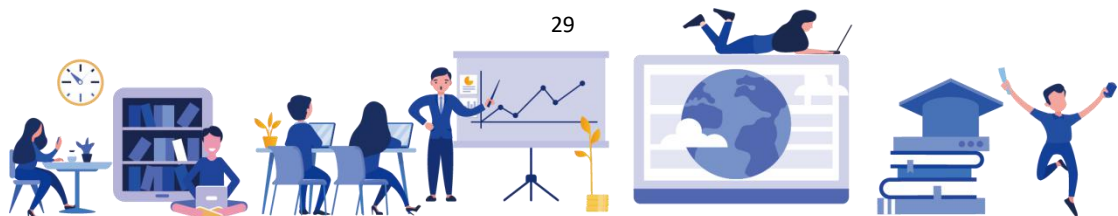
同、企业认同；同时在前期给予足够的专业能力，帮助经纪人进入平台后快速开展业务。

统一培训标准：融合训-跑盘期任务-岗前技能训-商机赠送任务，配合学习手册



跑盘期是候选人和门店建立粘性的重要阶段，是小伙伴第一次实地接触这个行业，第一次面对形形色色的客户。这期间线上标准的培训课程指引，线下师傅同事的专业带教都将给小伙伴莫大的信心和勇气！路漫漫其修远兮，伟大的目标、宏伟的业绩都让我们从脚下这一步开始吧！

周期	学习地点	学习任务	学习形式
第一天	门店	与商圈经理来一场沟通	任务
		认识自己的师兄师姐	任务
		晨会自我介绍	任务
		找一个“好师傅”	任务
		学习《贝壳的七面旗帜》	线上学习课程



第二天	门店	学习视频《七步熟知商圈》	线上学习课程
		了解 5 个门店，加 5 个微信	任务
		熟知商圈，画出商圈图，包含六大配套设施	任务
第三天	小区	空看，并画出 3 种不同的户型图	任务
	小区	跑盘 3 个，画出楼盘图	线上学习课程
	小区	充当陪看人	任务
	门店	观摩店面接待	任务

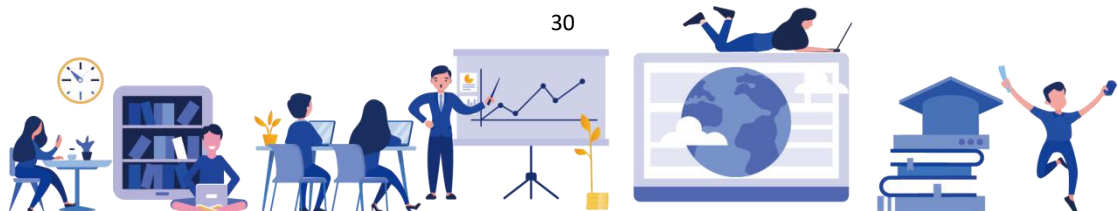
在门店的 First Day

入职门店的第一天，你对门店的她/他，自己的商圈经理印象如何？都和大家聊了什么？她/他，是否漂亮干练？帅气正直？热情洋溢？不，都不重要，要好相处、够专业嘛。那么，请记录一下你眼中的她/他吧，等到顺利出师，看看是否还会有新的发现……

第一天，要认识一下门店的新伙伴哦，以后就要一起并肩作战啦~

交付物

你的商圈经理叫什么名字？	
你们单独交流聊天的场景在何时何地？	



你对她/他的第一印象感觉如何？

你与她/他相聚交谈后的感受？

你和师兄师姐们都认识了吗？认识了哪几位？加微信了吗？（记录印象最深刻的3位，可增加）

姓名：	电话：	微信是否已加（ ）
-----	-----	----------------

姓名：	电话：	微信是否已加（ ）
-----	-----	----------------

姓名：	电话：	微信是否已加（ ）
-----	-----	----------------

姓名：	电话：	微信是否已加（ ）
-----	-----	----------------

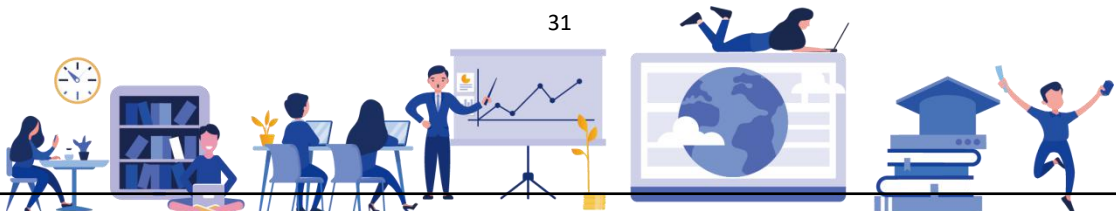
中午和谁一起吃的饭？	
------------	--

附近有哪些好吃的？	
-----------	--

Day1:给你介绍一个好师傅

踏入门店的第一刻，你是否对未来心怀忐忑？是否急需“老司机”带你快速上路？那就快快拜个师傅吧，师徒一心，齐头并进！快来完成拜师仪式，把你们的靓照贴在这里

可选择性粘贴



Day1:拜师帖

徒弟_____, 今拜_____为师, 在此郑重承诺: 我愿执弟子之礼, 谨遵师教、勤学善思、求真笃行、不断挑战, 誓做一名贝壳人, 以标杆经纪人, 职业经纪人要求自己!

徒弟: _____ 师傅: _____

见证人: _____

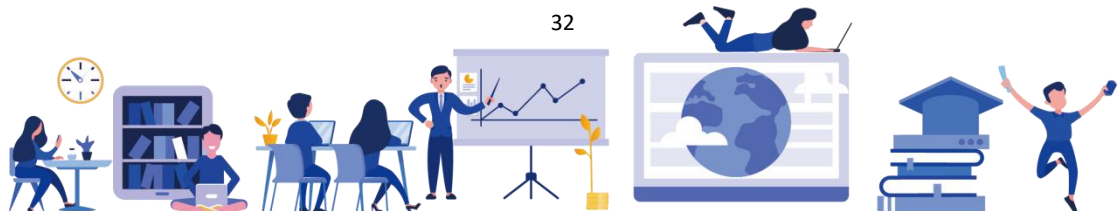
日期: _____ 年 _____ 月 _____ 日

Day1:贝壳那么大, 我想看看

任务

《贝壳的“七面”旗帜》

- 一、品质正循环: 消费者的激励, 是品质正循环的源泉。
- 二、经纪人主权: 经纪人核心是职业化、精英化、并有权得到一个尊严、安全、长期发展及最大利益的平台。
- 三、平凡人的协作: 协作不一定是成功的唯一路径, 知识我们认为的通向行业专业的唯一一条路。
- 四、科学管理: 拿数据说话的组织会更简单, 全流程在线, 数据电子化及数据驱动力, 才能提升效率。



五、中性的市场观：平稳的市场是消费者、行政管理者的最大利益，也是经纪行业的最大利益，积极地力量就是勇于提出另一种声音。

六、信用与尊严：信用评价是消费者的权利，保护经纪人的职业尊严和安全，是平台的责任。

七、社区友好：经纪人的价值来自于社区粘性，社区粘性来自于信任的建立，信任是由长期服务、热情友善、专业操守，适当投入带来的。

交付物

谈谈你的观后感

你是怎么看贝壳的价值观的？

Day2：学习中的魅力

任务

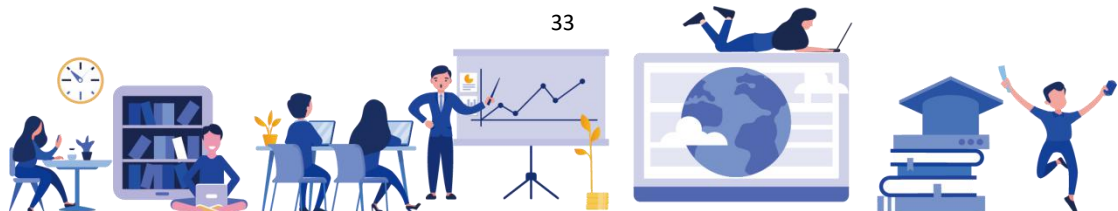
学习视频《学习七步熟知商圈》

通过学习，了解怎么跑商圈，期待明天你的第一次尝试哟

交付物

填写课程重点内容

问题	答案
熟知商圈九步法	

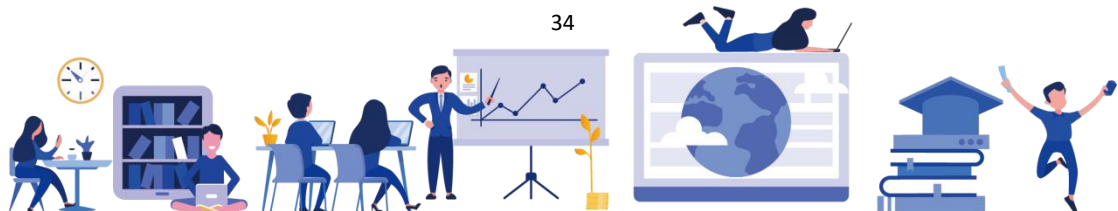


如何制定跑盘计划	第一步:
	第二步:
	第三步:
	第四步:
	第五步:
如何执行跑盘任务	跑盘的重要性: 商圈调研内容:
7 分钟教你绘制清晰商圈图	绘制商圈图的内容:
	陈述绘制商圈图的原则:
	绘制商圈图的顺序:
	绘制商圈图的方法和工具:
如何空看委托房源	什么叫空看:
	空看房源中各阶段需采集的信息有哪些:
5 分钟让你学会绘制户型图	什么叫户型图
	户型图标准:
5 分钟让你看懂装修风格	装修风格类型有:

Day2:小试牛刀-商圈图

跑盘工作绝非一蹴而就，今天是在门店的第 2 天，这也是熟悉兄弟门店、责任盘的好机会呀，来让我们小试牛刀，画商圈图吧

商圈地图（表一）





辅导人签字

要求：

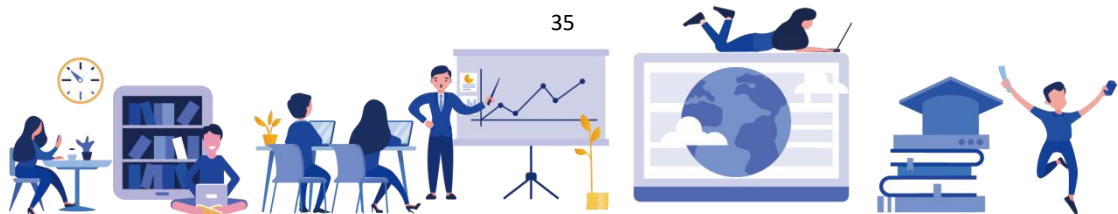
- 1) 用铅笔盒直尺作图；
- 2) 绘制商圈主要道路；
- 3) 在图中标注：银行、学校、医院、公交车站、菜市场、知名的餐饮、娱乐、休闲场所、商场、超市、其他中介机构等；
- 4) 标注本区域主营小区楼盘的位置，楼栋及名称

Day2:熟悉周边的“你”

走走附近的门店，是不是偶然发现我融合训的同桌竟然离我 2 公里呢？我们走走，看看身边的小朋友呀~

任务

1. 熟悉商圈其他门店的位置，在商圈布局图上标出他们的位置
2. 认识附近门店的小伙伴，至少加5个微信
3. 熟悉所在门店的责任盘
4. 了解大区的基本面情况



你所在的大区共有多少家门店？		
你所在的大区共有多少个品牌？		
你去过哪几家门店？都认识了哪些伙伴？加微信了吗？（记录其中 5 位，可增加）		
门店 1：	姓名：	微信是否已加（ ）
门店 2：	地址：	微信是否已加（ ）
门店 3：	地址：	微信是否已加（ ）
门店 4：	地址：	微信是否已加（ ）
门店 5：	地址：	微信是否已加（ ）

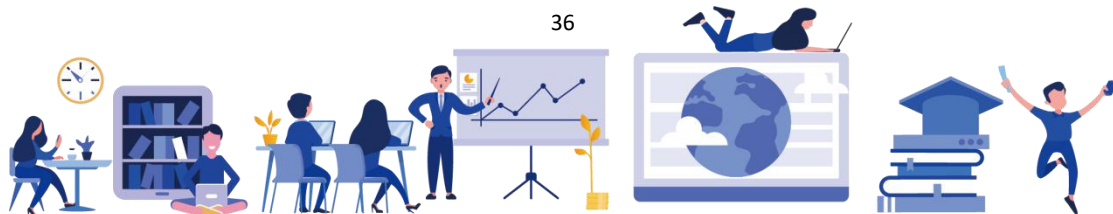
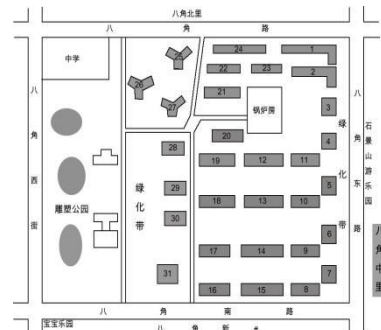
真棒！你已经通过了商圈跑盘的考验，是时候检验一下自己的知识储备了，夯实基础才能更快的熟悉岗位，现在我们开始楼盘打卡吧！

任务

向师傅学习楼盘栋座图画法，画起来吧，让我们由大到小，熟悉周边

交付物

跑盘后的栋座图

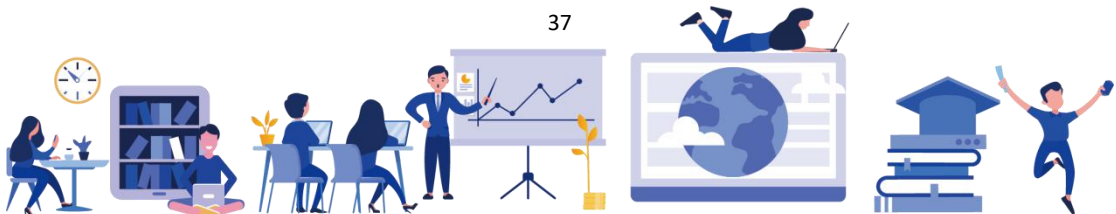


XX 小区楼栋坐落图（表一）

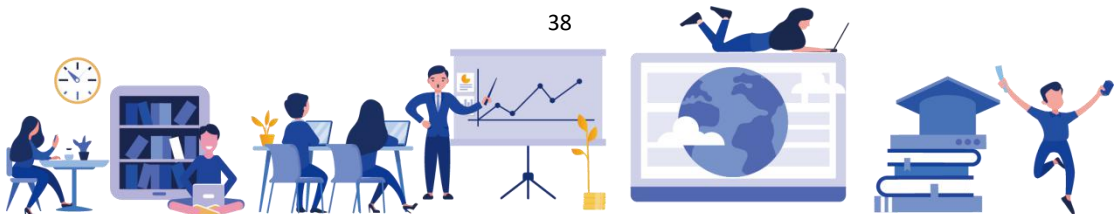
XX 小区楼栋坐落图（表一）

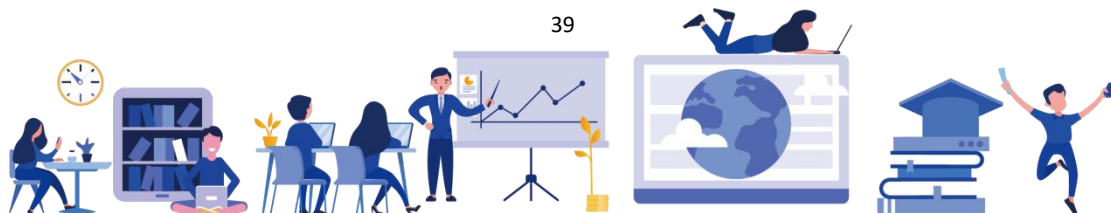
北 ↑

XX 小区楼栋坐落图（表二）



XX 小区楼栋坐落图（表三）





以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/127026131163006145>