

{营销培训}房地产集团新 楼盘销售技巧培训

20XX年XX月

精心制作 您可以自由编辑



对不动产职业的看法

你如何看待自己的职业？

1、你认为自己要成为一名房地产营销顾问还是房地产销售员？

2、房地产营销顾问与销售员之间的区别？

职业定位

工作手段

对工作的态度

提供的内容

在日常工作中，为获得成功必须进行的活动

这些工作将会占用你的大量时间和精力，但它们又是必不可少的。它们可能包括：

1、

2、

对不动产职业的看法_____

3、_____

4、_____

5、_____

6、_____

课程结构

本培训课程的内容结构是根据新楼盘销售工作的一般流程为线索设置的。它的顺序并不是固定不变的，需要我们在日常工作中根据情况灵活掌握进行。

第一章、 质量服务

第二章、 客户开发

第三章、 初次面谈

第四章、 房产展示

第五章、 客户跟踪

第六章、 促成

第七章、 售后服务

课程结构

第八章、 成功要素

课 程 目 标

1、掌握新楼盘销售的基本工作流程

2、树立顾问营销理念

3、学会使用营销工具

第一章 质量服务

--

I . 2005 年远景展望1 - 2

--

II . 什么是房地产业的质量服务1 - 3

III . 顾客的看法就是事实1 - 4

IV . 补救的重要性1 - 5

远景展望

销售培训

- 不动产行业的专业知识；
- 诚实而全面地提供服务，并对我们每一位顾客的要求做出即时的响应。

质量 服务

展望2005

通过提供完美的
服务彻底改变顾客的
“不动产的体验”

什么是房地产业的质量服务？

练习：什么是我们的质量服务？

1. 你有没有被房地产业的经纪人或是销售人员服务过，如果有，请告诉我们你对于那次服务的评价。

2.

那次服务有没有特别之处？

3.

如果那是一次令你满意的服务，请描述一下当时的情况，并告诉我们你的感受以及你对该经纪人或是销售人员的评价。

4. 如果那是一次令你不满的服务，其主要表现在哪些方面，你的感受如何？你

5. 对经纪人的评价如何？你对经纪人提供的物业感觉如何？

6.

服务提供方是否意识到服务质量很差？

如果是你，你会如何服务你的客户？

顾客的看法就是事实

只有顾客认为服务质量好，服务才是优质的。请记住，我们对质量和价值的看法可能会与我们的顾客对它们的看法大相径庭。

练习：喝咖啡的休息时间

假设你正参加一次在饭店召开的工作会议。请在上午喝咖啡休息时列出5项你认为饭店应该提供的最重要的服务事项。

1. -----

2. -----

3. -----

4. -----

5. -----

请将你列出的情况与该饭店职员在碰到同样问题所列出的情况作一比较。

什么是房地产业的质量服务？

- 1 . -----
- 2 . -----
- 3 . -----
- 4 . -----

5 . _____
有多少要求该饭店职员没有列举出来？ _____

“质量服务就是要超越顾客的期望。”

补救的重要性

你有没有碰到过虽然服务质量差，但最终得到满意解决的情况？

白宫顾客事务办公室曾进行了技术支持研究计划，以便通过研究更好地理解顾客投诉。

一位不满意的顾客至少会告诉____人。这些人又会告诉____人。一共会有____人会知道有关这次不愉快的经历。

·有原因进行投诉、但却选择不进行投诉的顾客基本上不会成为忠实的顾客。

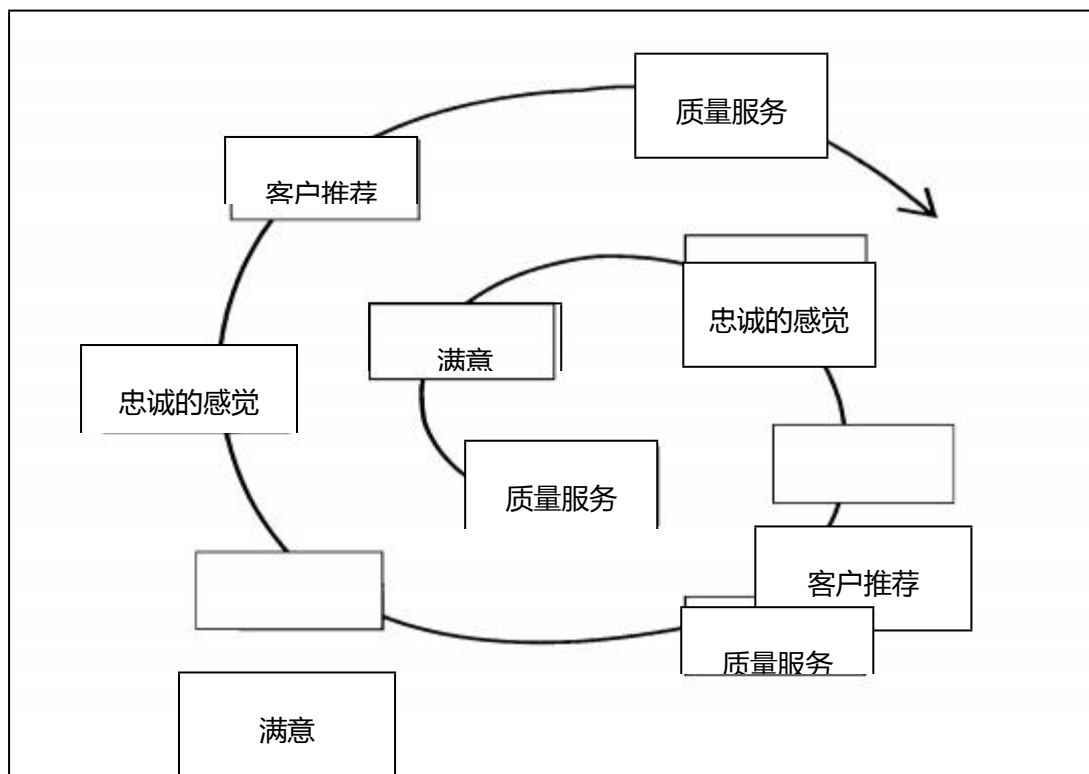
- 至少有90%的顾客基本上不会再回来了。

·其问题得到快速解决的顾客会更容易成为忠实的顾客。

- 如果顾客的问题能以他们满意的方式得到解决，他们当中70%的人都会再回来。

- 如果顾客的问题能够当场得到解决，他们当中95%以上的人都会再回来的。

质量服务会赢得什么？



作为一名房地产投资顾问，提供优质的服务会得到什么？

客户开发

I . 新楼盘销售的专业性营销流程 2 -

2

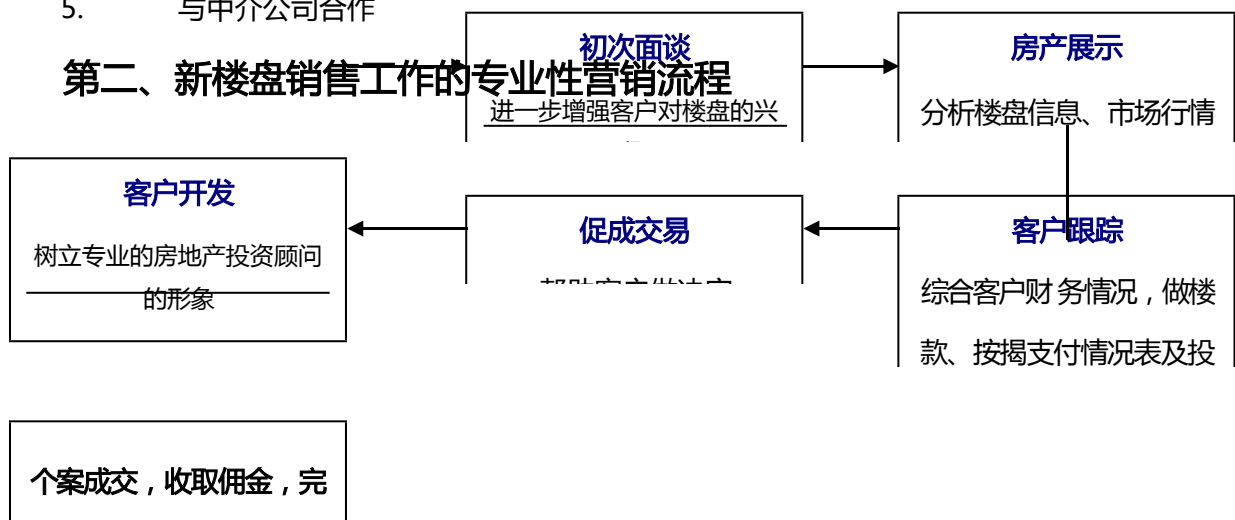
II . 客户接触的三种方式 2 - 3

- A. 电话接触
- B. 信函接触
- C. 面谈接触

III. 寻找新楼盘客户的五种方式..... 2 - 4

1. 接听客户咨询电话
 - A. 有效的电话处理能给我们带来什么
 - B. 接听前的准备工作
 - C. 接听咨询电话步骤
 - D. 练习
2. 房地产展示会
潜在客户的外表特征
3. 陌生拜访
4. DM 宣传
5. 与中介公司合作

第二、新楼盘销售工作的专业性营销流程



我们将依据如上的专业流程分章节进行学习研究。

接触客户的方式

成功的营销顾问都能够综合运用以下三种方法，与潜在的客户进行接触。

电话接触代点缺点

要点：

- 选择适当的时机打电话；
- 要意识到你的声音就是对方对你的第一印象；
- 准备好给对方打电话的充分理由；
- 一定要询问对方是否方便；

·快速切入正题；

◆ 让对方参加到谈话中来(不要只顾自己讲，注意对方的反应)；

◆ 牢记你的目标；

◆ 安排一整块时间打电话，要做记录。

信函接触优点缺点

要点：

·信函要用个人的口气书写；

·形式与内容要引起对方的注意；

·信函的外观要职业化；

·准备好给对方写信的充分原因；

·经常写信；

·接下去要安排见面。

面谈接触优点缺点

要点：

·营造良好的第一印象；

·用名片或职业服装证明自己的身份；

·准备好与对方见面的充分原因；

·出发前准备好专业的展示资料；

·让对方参加到谈话中来(不要只顾自己一个讲)；

·控制谈话进程。

寻找新楼盘客户开发的五种方式

在寻找新楼盘的客户时，房地产开发商及代理商一般所涉及到的各种主要的客户开发渠道，它们包括：

- 1、接听客户咨询电话
- 2、房地产展示会
- 3、陌生拜访
- 4、DM宣传
- 5、与中介公司合作

只有综合的运用各种开发方式，才能有效提升你的业绩。

接听客户咨询电话

在新楼盘销售的客户开发中，广告咨询电话是我们潜在客户的主要来源渠道。众所周知，媒体的广告费用十分昂贵，而有效的电话咨询却是十分有限的。因此，如何在接听电话的过程中积极、主动的把握客户意向，引导客户思路则是至关重要的。

请记住，没有客户就没有业绩！

A．有效的处理电话能为我们带来什么？

发展商、代理商不惜重复花费巨资在报纸、电视、广播等主要媒体发布楼盘广告，其目的毋庸置疑是为了使尽可能多的潜在客户了解房产信息。但是由于广告篇幅的局限性，客户往往会先通过电话咨询的方式来了解房产信息。这正是我们开发客户的大好时机。只有有效的接听每一个咨询电话，才有可能为我们带来最佳的工作业绩。

B．接听电话前的准备工作

电话接听是我们给客户留下第一印象的机会，所以我们在电话中要想做得更为专业，需要我们在事前做好充分的准备工作。切切不可在电话中出现：“对不起，请您等一会儿，我查一下资料。”这样的话。如果这样，客户会对你及你所销售的楼盘失望。

想一想，我们应该事先做哪些准备工作。

- 1、熟悉楼盘及其周边竞争楼盘的所有情况，包括细节。

- 2、准备一份当前广告的复印件。

- 3、仔细研究广告中有哪些是吸引客户的，也就是我们常说的——“卖点”。

- 4、把客户电话记录单放在手边。(见附件1)

5、准备好必要的工具及资料，例如销控表及价目表等。

C . 接听客户咨询电话步骤

在接听客户的咨询电话时，我们会遇到形形色色的客户，他们会提出各种各样的问题。因此，在接听咨询电话的过程中，一方面要以专业语言积极答复客户的问题，另一方面也要控制整个交谈过程。你可能因为一个电话而遗失另一个商机！要知道，在热线电话中，我们无法解答客户所提出的所有问题。记住，约客户实地参观样板房或面谈是我们接听电话的最终目的。

步骤一：问候。

步骤二：接受咨询，引出客户需求，突出楼盘特色。

步骤三：留下电话，邀请面谈。

步骤四：结束咨询。

要点：

- 今 电话铃声不超过三次；
- 今 保持微笑；
- 今 不过多谈论细节；
- 今 突出楼盘的特点；
- 今 尽量避免使用术语；
- 今 多征求客户意见，让客户参与到谈话进程中来；
- 今 注意语速；
- 今 牢记你的目标；
- 今 做好客户记录。

请牢记：电话中树立你的专业形象有助于你在客户心目中潜在地建立楼盘形象。

D. 练习：接听客户咨询电话

咨询客户：

你是一位正计划购买房产的客户。你已经看到了房产广告，广告中的信息比较符合你的要求。但你此时想更多地了解一些其它相关的情况，因此你拿起电话进行咨询。你不愿意将自己的电话告诉陌生人。但如果对方的确很有诚意来帮助你，你也会给他一个机会。(广告内容见附件)

房地产销售顾问：

你的手中拿着当前的楼盘广告，正在等待着客户的咨询电话。你已经十分熟悉自己物业的相关情况，也了解了此次广告中的内容。运用你所学到的接听电话技巧来解答客户的疑问。你预期的结果是留下客户的联系方式，以便约见面谈。（广告内容见附件）

要完成以上工作，你应该做些什么？

房地产展示会

房地产展示会同样也会为你带来很多的客户来源，它仅次于热线电话。在展会期间，潜在客户将不断涌向会场，来到你身边。这时，抓住一些意向客户，运用销售技巧使现场热烈的气氛促使他们订购将会为你带来更多的目标客户。当然，将你的房产资料尽量多的散发到每一个潜在客户的手中，最大程度的接触客户，尽可能详细的留下客户的信息及联系方式会为你今后的开发工作带来极大的客户源。

要点：

今 珍惜展会时间，充分接触客户；

今 注意散发资料的站位；

今 楼书散发的针对性要强；

今 积极营造卖场气氛；

留下客户的具体信息及联系方式。

请记住：买房子是一件令人愉快的事。

客户购买物业除了楼盘的自身条件外，最终的决定往往基于感情因素。

潜在客户的外表特征

请牢记：电话中树立你的专业形象有助于你在客户心目中潜在地建立楼盘形象。

D . 练习：接听客户咨询电话

为了使房产资料发挥其最大作用，我们有必要具备识别潜在客户的能力。这就要求你在展会的茫茫人海中能够迅速的捕捉到可能的买主，并及时将你的房产资料送到他们手中。

我们销售的房产按照价格可以大致分为中低和中高两个档次。因此，我们也要区分出与之相对应的潜在客户的外表特征。这不仅需要理论知识，更需要我们日常工作中的历练。

中低档楼盘目标客户的外表特征：

1、 _____

- 2、_____
- 3、_____
- 4、_____
- 5、_____

中高档楼盘目标客户的外表特征：

- 1、_____
- 2、_____
- 3、_____
- 4、_____
- 5、_____

要知道：散发资料不是目的而是手段，广泛并且准确地留下潜在客户的联系方式才是你的收获。

陌生拜访

事实上，在新楼盘的销售过程中，陌生拜访是一种比较原始但又是非常普遍的销售方式。直接开发客户除了能够与意向客户深入接触外，也能很好地锻炼我们的心理素质，提高应变能力。

要点：

- | | |
|---|-----------------|
| 今 | 保持良好的心态，面带微笑； |
| 今 | 修饰你的专业形象； |
| 今 | 准确了解整个市场的行情； |
| 今 | 留意写字楼的吸烟区； |
| 今 | 不要过久地在走道中停留徘徊； |
| 今 | 将你的名片与房产资料订在一起； |
| 今 | 开门见山地把你的来意告诉客户。 |

DM 宣传

在新楼盘的销售中，DM 宣传是唯一贯穿整个代理期限的客户开发方式。其投入成本比媒体低，如运用得当却可收到可观的效果。

要点：

今

今

今

今

在你的资料上以醒目的方式突出楼盘特色；

修饰你的专业形象；

设定目标区域，地毯式铺开；

注意 DM 资料的设计、包装。

与中介公司合作

房地产中介公司往往是开发商良好的销售伙伴。他们的优势在于，客户信息比较广泛，销售网点较多，客户的针对性较强等。所以，在我们的销售工作中，要善于与中介公司进行积极的合作。

在与中介公司合作的工作中，有两项工作是十分重要的。

1、制定出严谨的客户归属制度，并有表单与之配合。

2、保持密切联系，使其随时掌握楼盘销售状况。

要点：

今

在楼盘介绍中补充中介公司疏忽的，但不要抢着代他们讲；

今

尊重中介公司与他们客户的关系；

今

展示你的专业性；

今

为中介公司也准备一份楼盘资料；

今

不要将楼盘的内部价格或信息过多的透露给中介公司。

以诚相待是我们与中介公司合作的首要原则。

第三、初次面谈

--
I . 初次面谈的重要性 3 - 2

--
II . 主动迎接 3 - 3

III . 如何使用营销工具介绍房产3 - 4

- A. 沙盘
- B. 楼书
- C. 练习

IV . 客户类型分析3 - 7

V . 房产推荐流程	3 - 8

VI . 收集客户信息以帮助你准确判断客户需求	3 - 9

V II . 房产推荐的注意事项	3 - 10

V III . 意向单元推荐技巧	3 - 11

练习

初次面谈的重要性

初次与客户面谈是直接关系到今后销售工作顺利与否的重要环节。在这次面谈中，客户会通过售楼处的设计、装修及销售工具的专业性，房地产顾问的言谈举止等诸多方面来判定开发商是否可以信赖，楼盘是否可以信赖。

所以，如何运用专业的销售技能与销售工具向客户推荐房产是与客户初次面谈的关键所在。

没有第二个机会能够改变客户对我们的第一印象。

请记住：专业的仪表、谈吐能带来信任。对你的信任，也是对你产品的信任。

主动迎接

客户已经登门，向你进行面对面的楼盘信息咨询。这时，我们还等什么？充分展现自己的专业性与工作热忱，迎接他们。

1、寒暄。

2、引导入座。

3、以你的专业知识耐心解答客户的咨询。

4、留下客户的详细信息及联系方式。

5、将所有相关资料(包括你的名片)收好，交给客户带走。

6、同样用你的笑脸送客出门。

如何使用营销工具介绍房产

使用沙盘介绍房产：

个案位置介绍：

住宅区总体：

小区格局：

楼体介绍：

特点：适用于小区内部状况介绍。

使用楼书介绍房产：

周边环境：

形象主题

结构布局

装修标准

配套设施

公司介绍

特点：适用于对大环境及户型内部的情况介绍。

要点：

今 在使用沙盘和楼书进行房产介绍时，一般习惯是先介绍沙盘，再介绍楼书内容，最后重新回到沙盘向客户指示其意向单元的位置，朝向，景观等。

今 注意讲解层次。即讲解的重点应从大到小，从理念到实物。

今 注意突出重点。在某些数据及楼盘特点上可以反复向客户强调，以加深印象。

今 注意客户反应，以把握客户的具体需求及意向度。

练习：利用楼书与沙盘为客户做房产介绍

房地产销售顾问

你现在扮演一位营销顾问，销售工具有楼书和沙盘。现在你的任务是要运用你所学到的房产讲解技能，为客户进行房产介绍。

客户

你现在扮演一位前来咨询的购房客户。不要过分计较对方所讲的具体内容，应多注意他所讲解的内容是否全面，条理是否清晰，重点是否突出。你可以适当地提出一些相关问题，注意他是否能够灵活的应对。

客户类型分析

没有一位客户的购房需求是真正完全相同的。不同的购房需求使得客户对楼盘的关注点大相径庭。理解这一点对于我们而言十分必要。因此，清楚地把握每一位客户的购房需求，有的放矢的针对其关注的内容进行房产推荐，会大大提高你的成功率。这要求我们先将客户的购买需求大致分类，继而深入的研究每一类客户的核心需求。

熟练掌握各种类型客户的购买特征，在实际工作中注意观察、积累经验。

1、初次购房者

2、年轻的家庭

3、想换大房子的买主

4、想换小房子的买主

5、投资者

房产推荐流程

在了解了不同类型客户的购买需求后，可以根据楼盘的自身情况向客户进行单元推荐。在推荐中，大致可以分为四个步骤，即收集信息，推荐合适单元，接受单元咨询，确认推荐。实际工作中，对于一位客户的单元推荐往往会重复多次。因为你的第一次或前几次单元推荐很有可能不会令客户满意。

收集客户信息以帮助你准确判断客户需求

1、为以后的工作做准备。

2、建立良好的个人关系。

3、树立专业形象。

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/437134032015006063>