

<<房子就该这样卖>>

图书基本信息

书名：<<房子就该这样卖>>

13位ISBN编号：9787111297604

10位ISBN编号：7111297601

出版时间：2010-3

出版时间：机械工业

作者：周帆

页数：248

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>

## <<房子就该这样卖>>

### 前言

培养职业魅力：把专业知识凝练成气质优雅溢出 有人说，干售楼这一行，吃的是青春饭，卖的是形象。

虽然这话有点偏颇，但也有一定的道理，至少后半句是非常正确的。

当然，不仅仅是售楼，其他行业的销售人员卖的也是形象。

这里所说的形象，当然并不是指长相漂亮，而是指人的精神风貌的外在表现。

在形象设计领域，有句话很经典：你无法改变处境，但你可以改变形象。

售楼员的每一次出场，都应该像主持人一样精彩、艳光四射。

“你永远没有机会第二次塑造第一印象”，尤其是售楼人员，留给顾客的第一印象是非常重要的，往往你一出口就决定了胜败。

如果说礼仪是素质的外衣，那么专业就是职场的钥匙。

售楼人员不仅要有良好的外在形象，更要具有专业知识。

在整个售楼过程中，专业知识将贯穿始终。

真正创造销售业绩的是专业能力。

因此，笔者主张，售楼员应该具备两大条件：良好的精神风貌与扎实的专业能力，两者缺一不可。

要想成为一个优秀的售楼人员，就要将自己培养成一个具有职业魅力的人才。

什么是职业魅力？

职业魅力就是把优秀的素质与专业能力用一种符号植入潜意识后所得到的高度认同感。

理论书籍大都存在一个通病：理论性太强，难免显得枯燥乏味。

在我身边有不少朋友都说一看书就想睡觉，特别是看那些理论书籍。

有些人失眠，便找来一本理论书籍看，马上就会睡着，理论书籍居然成了治疗失眠的“特效药”。

## <<房子就该这样卖>>

### 内容概要

本书是房地产销售人员的实战手册，目的是解决房地产销售人员在实际工作中遇到的难点。本书对刚刚进入这个门槛的人如何建立良好的销售心态进行了讲解，对已经进入这个门槛的人如何处理销售接待中的问题、如何激发顾客的购买兴趣、如何处理产品问题、如何处理优惠折扣问题进行了阐释。

一个个售楼场景，像一个个地产职场短剧，让你的阅读变得轻松、有趣，又能触类旁通，深受启发。

## <<房子就该这样卖>>

### 作者简介

周帆，城市策划大师、营销专家、作家、诗人。

《南方日报南方楼市》首任主编，《房地产导刊》首任主编，广东南方电视台“南方楼市电视杂志”首任主编。

创作有《总经理诡计》《售楼经理手册》《城市运营操作大全》《房地产销售》等十余部作品。

## &lt;&lt;房子就该这样卖&gt;&gt;

## 书籍目录

序 培养职业魅力：把专业知识凝练成气质优雅溢出 如何建立良好的销售心态 心态问题1 恐惧紧张——具有恐惧感，常常感到紧张和胆怯 心态问题2 急于求成——心态随着销量变，急于证明自己，表现欲太强 心态问题3 责任缺失——不敢承担责任 心态问题4 态度消极——习惯消极应对一切，只看到劣势，看不到优势，多抱怨少检讨 心态问题5 自以为是——过于自信，不信任他人，总认为自己是对的 心态问题6 对自己认识不够——认为自己年轻，没有经验与实力，丧失信心 心态问题7 对售楼工作认识不够——觉得是吃青春饭的，地位低下，职位卑微 心态问题8 对公司认识不够——公司不出名，没有实力，又舍不得做广告，待遇和提成也不高，要求却很苛刻 心态问题9 对产品认识不够——产品质量不好，地段环境差，价格高，怎么卖得动 [理论连接：建立积极心态的模型] 如何处理销售接待中的问题 接待问题1 有些客户唯唯诺诺，有些则只问不答，高深莫测 接待问题2 对第一次来看楼的顾客，如何识别他的身份与意图 接待问题3 客户不记得原来是哪位售楼员接待的，前台安排了另一人接待，但原售楼员回来后认出了顾客；顾客指定让另一个售楼员接待，怎么办 接待问题4 售楼员正在接待新客户，老客户来了，怎么办？客户夫妻俩分别来看楼，并分别由两位不同的售楼员接待，成交了，怎么办 [理论连接：售楼接待模型] 如何激发顾客的购买兴趣 激发问题1 客户总是拿优秀楼盘来比较，挑出许多毛病 激发问题2 客户来过多次，对楼盘也很熟悉了，这种情况下怎么向顾客介绍产品 9 激发问题3 客户说：我暂时不需要房子，我对现在的居住条件感到满意 激发问题4 客户说：你们的房子价格太高，又没有优惠，超出了我的预算 8 激发问题5 客户对楼盘产品不满意，嫌位置太偏、建筑风格不好看，觉得两梯六户的结构不好，嫌每层的户数太多 激发问题6 客户对楼盘很喜欢，却迟迟不作决定，一提及签约，就说不急，找理由搪塞 激发问题7 客户态度含糊，却老提出各种各样的复杂异议，故意与我们过不去似的，面对这种客户，我们很无奈 [理论连接：激发顾客消费欲望的模型] 如何处理产品问题 产品问题1 项目本身的确不错，但是外围没有什么景观，住着会不怎么舒服 产品问题2 项目的外部环境倒是很优美，有山有水，放眼望去，赏心悦目，可楼盘本身做得不够好，小区里面的园林也太简单了，只是一些普通得不能再普通的绿化，没有一点内景 产品问题3 项目是单体楼，没有一点环境，更没有什么配套设施，居然还这么贵 产品问题4 项目户型种类太少，品质也不如人家的，又不是什么名牌，整体感觉比较差 [理论连接：产品介绍模型] 如何处理优惠折扣问题 优惠问题1 你一申请就能给到我，88折；我想，肯定还有空间，再给我一些折扣我就落定，否则不买了 优惠问题2 上个月我朋友到你这来，还给出88折的特价优惠呢，怎么这次就只有93折呢 优惠问题3 你也知道，我都来很多次了，是很有诚意的，我的家人也都对你们的房子很满意，你就给我们一些优惠吧 优惠问题4 客户对楼盘的品质、环境、物业管理等都比较满意，也谈了很久了，我们公开给出的优惠是96折，可客户坚持要给他再优惠点，哪怕再象征性地给点也行，可公司却不允许，这种情况怎么办 [理论连接：价格沟通模型] 售楼王道 王道 销售11大技法 王道 如何做一个成功的销售员 王道 全程售楼模式 王道 客户消费心理分析模型

## <<房子就该这样卖>>

### 章节摘录

小张之所以一眼就让顾客看出是新来的，是因为她说话的声音与神态暴露了自己的身份，顾客从她胆小慎微的状态中就能判断出她是个新手，老手不可能是这种状态。

很显然，顾客财大气粗，且不拘小节，大大咧咧。

当顾客走进来时，不等顾客自己发话，小张就应该迎上前去，主动与对方握手：“先生您好！”

这样，就能变被动为主动，只要掌握了主动权，恐惧与胆怯就会退避三舍，取而代之的就是自信、落落大方。

我是一名工作了三年的毕业生，姓李。

按理说应该工作得有条有理，但是事与愿违。

以前也感觉到自己有一些问题，但是不怎么突出，现在问题凸显出来了。

我高中的梦想是做一名电影导演，虽然考上了导演系，但由于家里经济拮据放弃了导演的学习而选择了一所专科学院学软件设计。

妹妹为了我的学费而中止学业、外出打工，为此，我心里一直都很自责。

大学毕业时，本来找好了一份工作，我却为了寒假能提前体验工作而去了一家公司实习。

在老总的诱导下，我放弃了原来的工作和专业，做了与我专业毫不相干的销售，而且是做网店和办公室内勤工作。

一年后，我离开了这家公司。

因为我觉得这份工作和我专业不相干，还是想回到在大学里所学的专业，转到软件上来，可是内心深处却忘不了那魂牵梦绕的电影行业，虽然我知道这不现实。

过了一年，软件知识落下了很多，为了找工作我不停地补习。

后来，朋友建议一起开公司做生意，在不付出一分钱现金的前提下，我仍然可以获得公司一成的股份。

我动摇了，8个月后，公司注销了。

我不得不再次寻找工作。

我来到了一个沿海城市，在那里近一个月找工作的过程中，没有找到一份理想的工作。

一天，保险公司打来电话。

我在没有选择的情况下选择了保险公司，两个月出了一个单，还是亲戚那里出的。

此后，我选择了再次跳槽，去了一家食品公司，因为我觉得公司的制度不够公平，所以放弃了。

## <<房子就该这样卖>>

### 媒体关注与评论

该书实录了大量珍贵的售楼场景，无异于一幕幕售楼短剧，生动实用，是难得一见的好书。

——信息时报社长 何兆溪 该书采用情景模拟、实战点评及方法输出的写作方式，有真实案例和实用理论，既通俗易懂又极具指导价值。

——星河湾集团董事局主席 黄文仔 售楼中的关键和疑难问题基本都能在书中找到解决方法，是我读过的最实用的售楼手册，也是最好的培训教材。

——世纪城集团董事长 张运稳 本书是房地产销售人员的实战手册，它可以解决房地产销售人员在实际工作中遇到的难题，指导人们做一个成功的售楼员。

——城源房地产开发公司总裁 张林勇

## <<房子就该这样卖>>

### 编辑推荐

导入小说写法，生动再现售楼场景；录入全国上百个售楼案例，全程演播售楼过程；输出大量为售楼人员量身定做的售楼方法和策略设计。

涵盖售楼全过程，环环配有案例解密，专家建议      精彩实用的售楼场景和售楼王道，让你拿来就用，一用就灵!



<<房子就该这样卖>>

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>