

<<房地产经纪业绩提升一本通>>

图书基本信息

书名：<<房地产经纪业绩提升一本通>>

13位ISBN编号：9787115250261

10位ISBN编号：711525026X

出版时间：2011-5

出版时间：人民邮电出版社

作者：阙险峰

页数：229

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>

<<房地产经纪业绩提升一本通>>

内容概要

本书是房地产经纪人的实战宝典，旨在帮助房地产经纪人提高实战技巧，提升销售业绩。相信你只要细致地读完这本书，一定会受益匪浅。

正所谓“心有多大，舞台就有多大”，熟练运用本书中的知识和技能，就能帮你取得骄人的销售业绩。

。

<<房地产经纪业绩提升一本通>>

书籍目录

第一章 开发房源——好房源是成功的一半

- 如何开发房源
- 如何办理房源委托手续
- 如何指导业主合理报价
- 如何获得客户的独家委托
- 如何说服业主将钥匙交给你
- 如何让准备自售的业主将房源委托给你
- 如何说服业主转移房屋独家委托

第二章 寻找客户——发现客户的需求按钮

- 如何寻找客源
- 如何了解客户需求
- 如何通过“察言观色”了解客户
- 如何通过“倾听”挖掘客户需求
- 如何通过“巧妙提问”引导客户
- 如何读懂客户的购房心理
- 如何识别客户的购房动机

第三章 接待客户——做个热情周到的主人

- 如何接听客户来电
- 如何做好客户迎接工作
- 接待客户时应注意哪些礼仪
- 如何找准真正的“决策者”
- 如何接待不同类型的客户
- 如何接待不同性格特征的客户
- 如何接待朋友或熟人介绍的客户

第四章 经纪洽谈——让客户喜欢上你

- 如何获取客户的好感
- 如何照顾客户的“情绪”
- 如何通过赞美赢得客户
- 如何赢得客户的信任
- 如何与比你更专业的客户沟通
- 如何与难缠的客户沟通
- 如何与客户的同行者沟通

第五章 带客看房——当好红娘巧配对

- 如何匹配房源
- 如何说服客户签订《看房委托书》
- 如何预约客户看房
- 如何设计看房路线
- 如何提高带看的成功率
- 如何做好带客户看房后的工作

第六章 房屋推介——有的放矢地推介房屋

- 如何有效地运用“利益推销法”
- 如何找出客户心中的“樱桃树”
- 如何把话说到客户的心坎上
- 如何利用“负正法”谈房屋缺点
- 如何通过“激发想象”引导客户

<<房地产经纪业绩提升一本通>>

如何让客户更信任你的推介

如何让你的推介更具有魅力

第七章 处理异议——嫌货才是买货人

客户为什么会有异议

.....

第八章 组织谈判——居间撮合巧拿单

第九章 客产跟踪——锲而不舍地持续跟进

第十章 促成交易——踢好“临门一脚”

第十一章 售后服务——用服务赢得忠诚

附录 房地产专业术语

参考书目

<<房地产经纪业绩提升一本通>>

章节摘录

如何开发房源 受到卖方市场的影响，房地产经纪人的工作难题已经由卖出房子转向 如何找到房源卖了。

二手房销售业内有句经典名言：“好房源，是成功的一半。

”这话一点也不假。

不信，你注意观察一下，大家相互之间是不是经常打探：有没有好房子卖？

可以这么说，在这个房地产市场火爆的年代，房源就是房地产经纪人的本钱！

为此，房地产经纪人必须学会开发房源的技巧。

1. “收”房源 所谓“收”房源，就是坐在门店里等着业主主动上门登记房源。

虽然二手房交易的中介费按规定是分别向买方和卖方收取的，但是在实际操作中，卖方通常会要求“实收”，即中介费全部由买方承担。

因此，登记房源对房主并没有什么损失，很多房主为了尽快卖出房子，通常也乐意到中介门店登记房源信息。

“收”房源看起来很容易，只要坐在店里等着“房源”从天而降就可以了。

其实不然，不同的门店、不同的房地产经纪人所能“收”到的房源信息量是不同的。

首先，门店的地理位置要好。

一般业主会采取“就近”、“顺便”的原则选择中介门店登记房源，因此很多门店“收”到的主动登记的房源主要是所在小区或者周边的房子。

其次，门店的名声要好。

由于二手房交易纠纷颇多，有一定的风险性，所以为了保险起见，业主们往往会根据公司的声誉选择中介门店。

最后，房地产经纪人的服务态度要好，当客户给你“送钱”时，如果连基本的服务都享受不到，那么他们会愿意把赚钱的机会给你吗？

2. “淘”房源 所谓“淘房源”，简单地说就是通过各种信息途径收集房源，获取房源。

上网。

随着互联网的兴起和普及，网络已经成为人们传播、获取各类资讯较便捷的一种渠道。

网络上的房源信息不但数量多，而且更新速度快，除各个中介公司发布的房源信息外，还有不少业主自己发布的房源信息。

如今，“上网”已经成为众多房地产经纪人的每日必修课。

一有闲暇功夫，大家就会打开电脑，登录一些专业房地产网站搜寻各类房源信息。

除了各类专业网站的房源频道，有些精明的房地产经纪人还会充分利用“业主论坛”。

仔细观察一下我们不难发现，很多社区论坛的房产版块就像是网友的聚集地，是整个网站有效信息量最大、人气最旺的版块。

在业主论坛里，经常会有业主发布卖房广告，看到这些信息后，房地产经纪人可以主动打电话联系他们，动员业主将房子委托给你卖。

看报。

报纸广告是房地产经纪人最常用的一种宣传方式。

日常生活中，很多生活类报纸(如日报、晚报等)都会密密麻麻地刊登好几版房产广告，其中最多的就是各个房地产中介公司发布的房源信息。

扫街。

不是所有业主都有上网或在网上发布信息的习惯，尤其是对一些上了年纪的业主们，他们更乐意采取直观的方式表达房产交易意愿，例如在窗户、阳台上贴出大大的红纸，上面写有“出租”、“出售”两个黑字，并附有联系电话。

当看到这样的信息时，房地产经纪人就应千方百计地跟对方取得联系，说服业主把房子委托给你交易。

这种方式在转让车库的时候更为普遍。

<<房地产经纪业绩提升一本通>>

在日常生活中，很多房地产经纪人都有“蓦然回首，房源就在眼前”的经历，例如下面这个案例。王胜的客户陈先生想买一套二手房，由于要求太高，王胜找了好久都没有合适的。突然有一天，他在外出的时候发现一栋住户楼某户的窗户上贴着一份“转让房产”的广告，仔细看看上面的条件，和陈先生的要求还挺吻合。于是，王胜马上与该房主取得了联系，经过多次商谈，终于达成了交易。王胜在自己的业绩上又添了一笔。

3. “买”房源 有房源就有机会挣钱，这无异于是一桩买卖。不用成本的买卖毕竟不多，只要有利润，花费些成本去做生意又何尝不可呢？房地产经纪人可以通过以下几种方式“买”房源。

刊登广告。

市场经济越发达，广告市场也就越大。

在这个媒介发达的年代，刊登广告的途径有很多，例如报刊、相关的行业网站或房主论坛、路牌广告等。

此外，还可以在大厦和住宅小区出入口等的宣传栏上张贴宣传海报，或者通过寄发、当面派发宣传单来引起客户的关注，获取房源信息。

有奖征集。

现在，很多公司在设计公司标志、活动主题的时候，都会采取面向社会“有奖征集”的方式。这种做法当然也可以运用到收集房源上来，通过“有奖征集房源”的方式，对一些能够提供有效房源信息的个人给予信息费作为奖励，调动房源信息提供者的积极性。

与物管合作。

物业管理几乎存在于城市的每一个小区里，尤其是新建的小区。

即使一些没有专门设物业管理公司的老社区，也设有类似的“管理处”。

对于这些从事小区日常管理的人员，房地产经纪人要尽可能与他们搞好关系，交朋友，因为他们手里很可能掌握着一些你梦寐以求的房源信息以及业主资源。

出于某些原因，有些业主会不太相信中介公司或者觉得麻烦，而更愿意将房源信息挂在他们认为更为可靠的物业管理处，毕竟有些人在购买二手房时会主动上门寻找房源；还有一些业主考虑到以后看房方便，在准备卖房的时候就会先跟管理处打好招呼。

换个角度说，即使这些管理处没有你想要的信息，和他们搞好关系也会对你的经纪工作有所帮助，最起码在你带客户看房时不会被强加阻拦。

4. 盯紧新小区 新楼盘交房的时候，除了业主之外，最忙的恐怕就是房地产经纪人(当然还有装修公司的业务员)了。

其实，从一个小区完工交房的前半年起，众多房地产中介公司及经纪人往往就已经盯上了这个小区，通过实地探访、网络资料收集等多种方式了解了小区的基本情况，从户型到小区环境都很清楚。

等到了交房日期，业主前来领钥匙的时候，他们就会早早地在此等候，拉着有需要的业主登记房源信息。

P3-5

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>