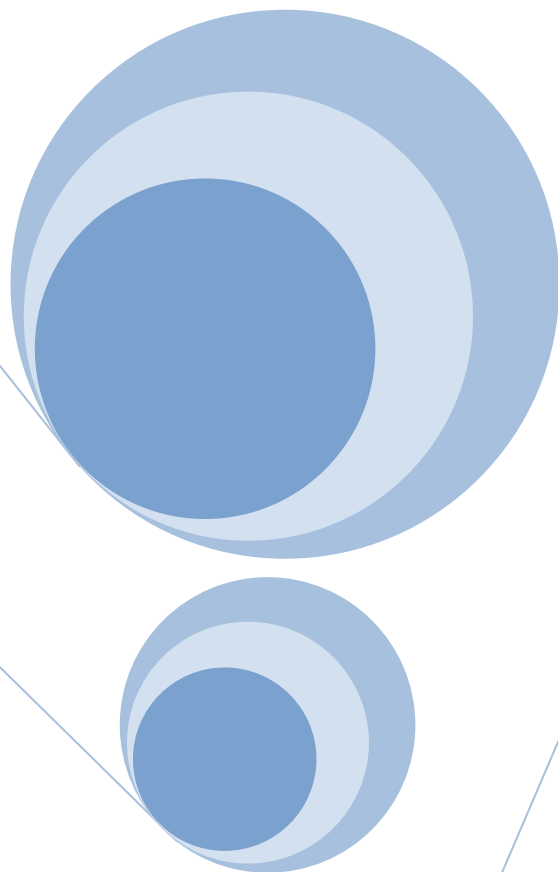


房产中介业绩提升宝典

从入门到精通的必修课程

作者：易房大师

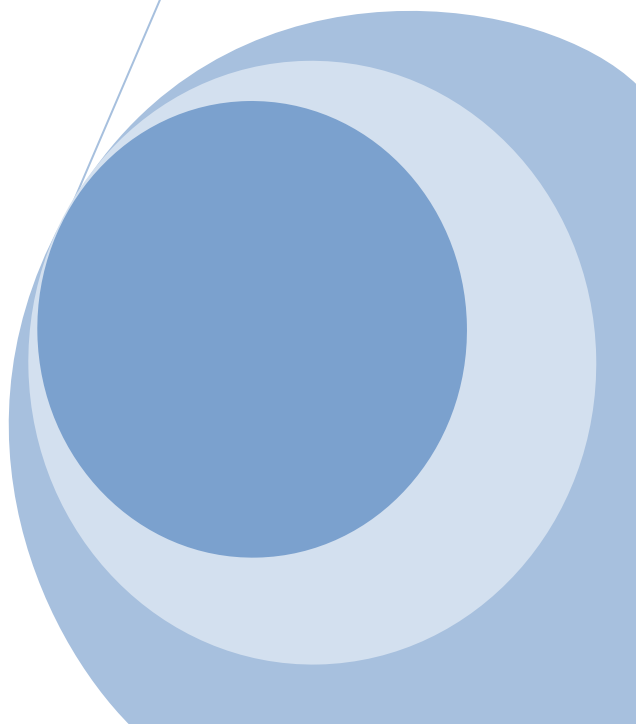


房产中介业绩提升宝典

房产经纪人从入门到精通的必修课程

《房产中介业绩提升宝典》电子书——房产经纪人从“菜鸟”发展成为房地产经纪“达人”的指导工具书。助其快速提升自身技能，成长为行业精英！

易房大师



目录

序言.....	0
第一章 对于房产经纪人的认识.....	1
一、什么是房产经纪人.....	1
二、房产经纪人的主要工作内容.....	1
三、房产经纪人的市场职能.....	1
四、房产经纪人的职业特征.....	3
五、房产经纪人的能力要求.....	4
六、房产中介的具体工作.....	9
七、新人如何做好房产中介.....	11
八、新人入职前培训.....	12
第二章 房地产基础知识.....	14
一、房地产的概念.....	14
二、房地产的特征.....	16
三、房地产的类型.....	17
四、房屋建筑结构分类标准.....	18
五、房地产专业名词.....	19
六、房地产面积的测算.....	29
第三章 销售人员的礼仪和形象.....	33
一、仪表和装束.....	33
二、名片递接方式.....	34
三、微笑的魔力.....	35
四、语言的使用.....	37
五、礼貌与规矩.....	38
六、电话礼仪及技巧.....	40
第四章 跑盘.....	54
一、关于跑盘.....	54
二、跑盘要求及指引.....	58
三、跑盘技巧.....	59

四、跑盘辅导.....	62
五、跑盘作业考核.....	64
第五章 房客源开发.....	65
一、房源开发.....	65
二、客源开发.....	72
三、商圈精耕.....	76
四、网络发布房源技巧.....	81
五、【附】房源标题描述模板.....	84
第六章 带看.....	103
一、关于带看.....	103
二、带看规范与技巧.....	104
三、带看过程中的沟通技巧.....	115
四、带看常见弊病.....	117
五、小结（带看应对技巧）.....	118
第七章 谈价技巧.....	124
一、谈价要点.....	124
二、谈价技巧.....	125
三、谈价过程中的具体操作.....	126
第八章 谈单技巧.....	154
一、谈判基本内容.....	154
二、谈判原则.....	159
三、谈判技巧.....	165
四、谈单话术思路指引.....	171
五、谈判过程中注意事项.....	174
六、逼单.....	176
第九章 客户管理与维护.....	184
一、客户的管理.....	184
二、老客户的维护.....	191
三、维护客户注意事项.....	196
第十章 房产中介门店管理.....	198

一、房产中介开店流程.....	198
二、门店店长的行为规范.....	206
三、门店管理纲要.....	211
第十一章 合同签署注意事项.....	251
一、房屋合同签署.....	252
二、合同协议范本.....	256
第十二章 二手房过户知识.....	268
一、二手房过户流程.....	268
二、二手房交易的过户费用.....	272
三、过户后的注意事项.....	279
第十三章 话术宝典.....	282
一、资源开发经典话术.....	282
二、接待经典话术.....	302
三、推荐房源和约看的话术.....	317
四、带看使用的话术.....	324
五、议价话术.....	337
六、促成经典话术.....	362
七、签约经典话术.....	366
八、后期权证专业话术.....	372
九、关于佣金的话术.....	383

序言

易房大师团队精心编写的《房产中介业绩提升宝典》电子书，主要是为了指导帮助房产经纪人从“菜鸟”发展成为房地产经纪“达人”。此书有助于新入行的房地产经纪人在最短的时间里快速入门，并能够迅速的熟练整个经纪业务流程，从而快速成长为中介精英。

本电子书主要围绕房产经纪人入门、房地产相关知识、良好心态的培养、电话技巧、提升专业度、服务形象、营销技能、各种话术等主题，以话术、服务、技能“三位一体”的方式，来向房产经纪人阐述快速提升自身技能的秘诀。

本电子书适用于刚入门的中介新人、想要快速提升的中介以及门店店长。易房大师希望本书能够对广大从事房地产经纪的人有所帮助！

易房大师团队初次整理电子书，若有哪里不合理的地方，也希望我们的用心能够得到亲爱的中介朋友们的理解。在这里，希望房产经纪人多多开单，在成长的道路上，易房大师会一直相随！！！！

关于易房大师

易房大师是河南智森科技有限公司精心为全国房产中介公司开发的一款房产中介办公管理营销系统。智森科技成立于2008年，秉承“集智，极致”的文化理念，专注于房产行业一站式网络信息化服务，致力于为国内房产经纪机构和房产经纪人提供管理软件和便捷的

工作软件，并以优质的产品和行业高水准的服务取得用户的口碑信赖。

易房大师，率先提出房地产行业“免费+增值服务”的先进商业理念，并得到了全国 20 多万家中介企业的支持，处于同行领先地位。易房大师的免费功能全面而强大：租/售房客源管理、业务跟进、员工管理、店面管理、数据统计报表、公司内部论坛、考勤、楼盘字典、工作日志、成交与合同、中介黑名单等等，能满足企业办公、交易各环节核心业务流程。

易房大师也提供了功能强悍的增值服务：房源采集、房源群发、集成网站、中介微店、房产小程序、720 度全景看房，极大地提高了经纪人办公效率和中介公司的营销水平，降低了房产中介公司信息化办公成本，提升了房产经纪机构和经纪人的竞争力。

易房大师，截止 2018 年，已有十年品牌历程，一直与时俱进，勇于创新，不断为用户提供更完善的服务需求，致力于帮助广大房产中介企业实现效益最大化。

易房大师在大家的共同努力下，目前已经成长为在行业内领先的房产中介管理营销软件品牌。为了能让更多的用户享受易房大师提供的高品质产品服务，目前我们也在全国范围内大力发展代理伙伴，共同投身于房产软件信息服务的事业。目前，智森科技旗下品牌易房大师和房客多在全国已经有十几个城市的运营商，智森科技和运营商还有房产中介朋友们，会一直携手并进，共创辉煌！

第一章 对于房产经纪人的认识

一、什么是房产经纪人

房产经纪人就是指在房屋，土地的买卖，租赁，转让等交易活动中充当媒介作用，接受委托，撮合，促成房地产交易，收取佣金的自然人和法人代表。凡是从事房地产销售工作的都属于房产经纪人。

二、房产经纪人的主要工作内容

主要业务流程——房客源开发，房客源登记，信息回访反馈，带看房源，三方谈判，签约，过户贷款，物业交割等等。

1. 房源开发：目的是获得用来出租或出售的可满足客户需求的有效房源，并获得委托。

2. 客户开发：目的是找到需要租赁或购买房屋的客户。

3. 撮合服务：在业主和客户之间进行撮合以促成交易的达成，提供物业交接、贷款过户等服务。

三、房产经纪人的市场职能

1. 节省业主和买家的时间——业务由中介专业人员操作完成进行谋划。

2. 业主不要花钱登广告：中介会将物业推荐给各类客户。
3. 房产中介是以第三者身份——言论客观、公正。
4. 买卖双方在直接议价时容易发生争论：中介可协调气氛，掌握尺度。
5. 买入方通过中介的推荐更容易找到合适自己的需求。
6. 多数买卖双方都没有足够的法律常识和购买经验：中介可以帮助双方减少法律纠纷，避免被讹骗。
7. 中介接触面广，信息集中，买卖双方汇集在中介公司信息室中。
8. 维护经济秩序，通过管理中介公司规范二手市场。
9. 桥梁与润滑剂。
10. 推动市场。
11. 调节市场功能：准确定价，控制开发。
12. 提高市场合理利用。

四、房产经纪人的职业特征

1. 挑战性强: 如何寻找到合适的有效房源? 如何说服业主与你合作且成功获得委托? 如何寻找买家? 如何在买卖双方之间牵线搭桥把交易撮合成功? 如何面对环境、角色变换给自己带来的心理挑战? 如何迅速进入角色融入团队? 如何面对挫败百折不挠? 如何快速有效地构建个人的人脉网络? 对于初入职场的新人来讲, 这一切都构成了严峻的挑战。只有成功应对挑战的人才能获得足够的职场历练。

2. 高风险: 房地产经纪人从事的业务工作其结果具有高度不确定性, 这种不确定性就是这个岗位的风险。一般来说, 影响经纪人的业绩的因素主要有三个: 能力、努力和运气。尤其短期的业绩表现, 运气的影响更多些。而长期的业绩表现, 运气的成分要小些, 主要取决于个人的能力与努力, 所谓天道酬勤。

3. 高淘汰率: 房产中介行业是一个人员流动性颇大的行业, 一直能够在房产中介行业长久待下去的, 一定不是平庸之辈。针对房产中介的职业特点, 很多不具备真才实学的人在现实面前无法避免被淘汰的命运。

严格地说, 房产经纪人所做的, 不是一份工作, 而是一个生意; 房产经纪人也不是简单的雇员、打工的, 而是商业合作伙伴; 房产经

经纪人获得的回报是佣金而不是工资。那些抱着打工的心态来做一份工作、挣工资的思维方式完全不适合做房产经纪人，房产经纪人应有的思维方式是：以商业合作伙伴的身份从事商务活动以获取丰厚的佣金。

五、房产经纪人的能力要求

1. 承压能力

摆正自己的位置、端正心态、面对压力、承受挑战是每一名房地产经纪人，尤其是刚走出校门迈上工作岗位的年轻人应具备的能力。天上哪有掉馅饼的事情？哪一行的成功能轻易达到？每一单都能顺利签单？做为房产经纪人，一定要具备对外界的一种承压能力，不然你没有勇气继续做下去。

2. 分析能力

房地产经纪人要具备对市场的敏锐分析能力，学会发现市场机会，开拓新市场，哪些是我们应该借鉴和分析的。不断找到市场的空白或者是新的业绩增长点，让自己处于不败之地。

3. 沟通能力

一个成功的房地产经纪人，一定是一个良好的沟通者。房地产中

介人员，主要是和人打交道。如何和购房者、业主、同事之间实现良好的沟通，是成功的关键。把自己的观念、信念、方案、方法明确的传递给上级、下级和客户房主是房地产经纪人最重要的能力之一。而良好的沟通能力是赢得他人支持的最好方法，实践告诉我们，销售中的许多问题都是因沟通不畅造成的。沟通，主要是把自己的想法告诉别人，同时聆听别人的想法，这样比较容易良好的沟通。

4. 学习

从不满足于已经取得的成就，不断学习新的知识，汲取营养，向业绩高手学习，学习他们身上好的经验，并应用到实际工作中去，才能确保自己持续地获得成功。

5. 知识

一个优秀的房地产经纪人首先应该成为一个房地产行业专家，要精通房地产中介业务，必须接受过系统、专业化、严格的训练。这是成功的前提，也是首要因素。大到从房地产基础知识、业务流程、沟通技巧、谈判技巧、时间管理、心理素质训练、专业化礼仪培训、合同签署、贷款过户知识、房地产法律知识等，小到举手投足、一言一行、每一个细节都要注意，这就是成为一名优秀经纪人必备的各种基本技能。同时也要掌握顾客的购买心理和特征。

6. 专业

房产投资和其它投资一样，是一项有计划、有目标、客观理智的行动。投资人不仅要对市场有全面的了解和研究，还要对买卖行动作出计划安排。单子能否谈得成功，很多时候取决于经纪的交谈和应对技巧、对谈判过程的控制与把握。客户为什么找你买房子？房主为什么找你卖房子？因为你专业。房主可以以合适的价格卖掉房子，客户可以以合适的价格买到房子，还有未来的增值想象空间，在你这里可以得到所需要的所有专项服务。如果问你这个也不懂，那个也不懂，那么客户找你干什么？凭什么要付你佣金？这一切都需要拥有大量背景知识和经验的地产经纪的帮助，才能帮助客户对纷繁复杂的房地产市场作出准确判断。

7. 细节

从客户的角度考虑，绝大多数客户不可能一次就看中，你如果一次就能提供更多的选择，尤其是在天气不好的时候，他们会滔滔不绝地跟你聊个没完，感激不尽。毕竟，你为他们考虑了下一步。有时当我知道他们要去的下一个物业的情况时，我还会直接建议他们去还是不去。因为有一些有缺陷或又不符合他们要求的房屋，他们去了也是浪费时间。自己直接告诉他们，免去他们的奔波，无形中，你的服务

又进了一步。一百个客户来看房，能有一个好人当场下单子吗？是的，有时候会有。但是绝大多数情况下，这是不可能的。客户与经纪人如果以前不认识，没有任何的信任关系，客户会犹豫；再考虑。但是，做为经纪人的你，会不会因为一百个客户来让你带他去看房，结果没有一个人给下单而心灰意冷或怠慢客户呢？如果这样，你来是趁早放弃这个行业。有人说：你的心态真好，从来不嫌烦，要是我，早不理他们了，谁有那个耐心！其实，自己仔细想一想，你就会知道，以一百个客户为例，这一百个客户你如果细心照料的话，在将来的某个时候，任何一个人都有可能成为你的忠诚客户。你如果因为他们现在没能给出任何下单的机会就怠慢他们的话，你将一无所获。如果你对它们细心照料的话，你可能会赢得不仅只有这一百个客户，他们还有朋友、同事、亲戚，朋友的朋友、亲戚的亲戚。他们今天由于各种原因不能立刻决定，并不代表他们将来不能。何况不能立刻下单并不一定是他们的错。一般经纪人陪客户看房时，可能只是单纯的给客户一些这个房子的资料，再登记一下客户的资料。而真正的金牌经纪人陪客户看房时，只要有时间，总是尽可能提早到达并准备至少四五个不同价位的房子资料，让客户有更多的选择余地。

新西兰著名的房地产经纪人 JASONE 每次接待客户的时候，准备了这个地区十年的房地产市场价格走势图，每次在确定看房前，

JASONE 总提前问房主：每天几点钟这里阳光最好，一定会尽可能地选择这个时间段来看房。在冬天里，如果能提前到达并把暖气打开，让屋里更暖和，JASONE 说我心里就会先暖和起来。有空的话还会建议卖主把窗帘打开，让屋里更明亮。这些细节，你做到了吗？

8. 创新

房产中介行业竞争激烈，如何从成千上万的房产经纪人中脱颖而出？那就必须做到人无我有、人有我精。自己的每次实践要有特点，要体现你的专业化，要与众不同。同样是开发客户，大家都在贴条、都在搞陌生拜访、搞社区活动，如何让别人一下子记住你，要模仿，但不能复制，这就是要专业，要创新。

9. 客户是朋友

交朋友比找客户更重要，许多经纪人面临的最大困难就是没有客源，与客户接触时，要抱着交朋友的心态，而不要将心思仅仅放在要争取他成为你的客户这么简单。客户为什么会从那么多的经纪人中选择你？很多时候他们只是靠接触时的感受来做出决定的。做优秀的房产经纪人的优势就要善于与人聊天，喜欢了解人们内心的需求。不是每个人都能成为你的客户，但只要你付出诚意，每个人都有可能成为你的朋友。只要真诚地交朋友，当你周围有几十个忠诚的家庭，这时

候你就不需要做广告就能在地产界生存。对于客户来讲，你对待他们的态度决定了他们是不是要和你做生意。客户是一个一个积累的，如果总是觉得走了一个还有另外一个，那么终有一天会变成没有生意。

10. 耐心

一些经纪人总会抱怨客人看了十几套房子，客户都不买，可某一个经纪人带客户只看了三套房子，客人就买了。这时候不应该一味地责备客人，其实最需要的就是反省自己，客人有权利去选择自己中意的房子，为什么你不能尽快帮助客人找到他需要的房子？虽然经纪人是靠佣金生存的，一个优秀的经纪人绝对不能只关心佣金，还要真正考虑买卖双方的利益，只有这样才能以平常心对待客人。客人挑经纪人，经纪人也可以挑客人，很多时候生意做不成，对经纪人也不一定就是损失。生意是一时的，朋友却是一世的。

六、房产中介的具体工作

1. 首先学会接听客户的电话，来给客户寻找合适的房源。
2. 学会登记房源，房东来上门登记房源，你要写清户型、面积、朝向、价格、位置等信息。
3. 学会接待客户，通过交谈来了解客户的需求。弄清客户需要

什么样的房源，大小、面积、位置、价格、朝向等。

4. 给客户推荐房源，弄清他的需求，尽量推荐合适的房源。

5. 学会网上找房源，如同城 58、百姓网、赶集网、搜房网等。

可以使用“易房大师房源采集”来采集网络房源，能减轻很大的工作量。

6. 做好发布房源工作，通过发布房源可以挖掘到更多的客户，提高成交量。可以利用“易房大师房源群发”将你的房源一键发布到各大房产网站上，让更多的客户看到，为你带来更多的电话量。

7. 约客户看房，先约好房东，看房过程中，尽量说房子的优点，但是也不要不说缺点，对于缺点你可以换个角度去说服客户。

8. 现在房产中介一般都合作，五五分成，有合适的房源可以合作。很多时候，有客户没房源；有房源没客户，造成了这种尴尬局面，所以很多中介网上合作，共同盈利。

9. 看完房后，如果客户有意向，应以三天内逼定客户定房，不要让客户有太多的犹豫和考虑空间。多和客户沟通，如果客户觉得房子不是很理想，应以最快的速度给客户寻找合适的房源，以免客户资源流失。

10. 要订房，就让客户和房东、中介三方见面。谈价格、户口、贷款等情况，全部写到合同里，再依据规定日期办理贷款过户。

11. 贷款找个代办的，让客户和房东准备好材料就可以。银行审批下来，首付款到位，包括省税，在规定日期内让代办的领着就可去大厅过户。

12. 现金的客户自己就办了，就不需要代办的，现自己去大厅挂牌签约，去窗口查个最低价挂上即可，次日就可过户。系统里面有上次房子过户的最低价，就以这个价过户缴税。过户完 3 天后在房产交易大厅里面缴税。

13. 联系房东、客户做好交接的手续。

七、新人如何做好房产中介

1. 新人想要做好房产中介业，首先心态是非常重要的：

①、要有自信，要相信自己；

②、用心聆听客户的声音；

③、坚持、灵活、变通（这三点非常重要）；

2. 其次，新人要做到以下几点：

①. 多听：在前辈们与客户交谈时多听听交谈方式，交谈内容；

②. 多记：对于不懂的问题要及时记录下来，等不忙的时候问清楚；

③. 多看：经常去看看那些空置的房子多，了解房子的结构，房型；

④. 独立：尝试自己去跟踪、接待一个客户，即使失败了没关系。

3. 最后，就是要熟悉房源信息：

新人在了解以上两点的同时，每天的剩下的时间就是了解房源信息，你要做到客户问你房子的时候你能张嘴说出几套符合客户的房子来，这样才能给客户留下比较专业的印象。

八、新人入职前培训

1. 第一周：

早会每天 1-2 小时，学习公司各项公司制度（新人报到书、人力资源管理条例、过失单管理条例），专题早会（公司介绍、行业前景、

目标与计划、时间管理)

连续六天: 商圈调查 (根据商圈范围和大小定时间)

2. 第二周:

三天培训: 成长的约定、房源和客源开发与跟进、委托书、意向书、合同、调差安家及客户推荐体系、经纪人文件夹使用、房地产基础知识、OA 系统知识、金融评估权证业务的介绍、质量服务计划)

房源开发、精耕 (工具: DM 报和小报)

目标: 商圈内所有楼盘派一次报、

每周二次衔接教育训练 (专业知识)

3. 第三周:

所有楼盘驻守一次

同行开发 3 套房源

小区猎守: 所有楼盘一次猎守

累计签委托 10 份

每周二次衔接教育训练（销售技巧）

4、第四周：

房源开发、精耕（工具：DM 报和小报）

委托累计 15 份

学习带看 5 次、议价 10 次、收意向 1 次

每周二次衔接教育训练（销售技巧）

以上就是房产中介新人在入职前的培训内容。房产中介是个很有挑战性的行业，也是一个很能锻炼人的行业，在这里，衷心希望进入中介行业的新人们能够有所成就。

第二章 房地产基础知识

一、房地产的概念

1. 房地产的概念

房地产具体是指土地、建筑物及其地上的附着物，包括物质实体和依托于物质实体上的权益。又称不动产，是房产和地产的总称，两者具有整体性和不可分割性。包括：

①土地

②建筑物及地上附着物

③房地产物权

注：房地产物权除所有权外，还有所有权衍生的租赁权、抵押权、土地使用权、地役权、典当权等。

2. 房地产业与建筑业的区别

房地产业是指从事房地产开发、经营、管理及维修、装饰、服务等多种经济活动的具有高附加值的综合性产业，它与建筑业既有联系又有区别。

建筑业从事勘察、设计、施工、安装、维修等生产过程，它的生产结果是建筑物或构筑物。

房地产业是发包方，建筑业是承包方，房地产业归属为生产和消费提供多种服务的第三产业，建筑业归属对初级产品进行再加工的部门，属第二产业。

3. 房产、地产两者间的关系及差异

房产指各种明确了权属关系的房屋以及与之相连的构筑物或建筑物；地产是指明确了土地所有权的土地，既包括住宅或非住宅附着物的土地（以及各地段，又包括已开发和待开发土地。我国的地产是指有限期的土地使用权。

房产与地产之间存在着客观的、必然的联系，主要包括几个方面：

①实物形态上看，房产与地产密不可分；

②从价格构成上看，房产价格不论是买卖价格还是租赁价格都包含地产价格；

③从权属关系看，房产所有权和地产所有权是联系再一起的。

房产与地产的差异包括几个方面：

①二者属性不同；②二者增值规律不同；③权属性质不同；④二者价格构成不同。

二、房地产的特征

1. 房地产的自然特征

①位置的固定性；②使用的耐久性；③资源的有限性；④物业的

差异性。

2. 房地产的经济特征

- ①生产周期；②资金密集性；③相互影响性；④易受政策限制性；
- ⑤房地产的增值性。

注：房地产增值就是房地产价值在较长时间序列上呈不断上升趋势的规律。其主要归功于房地产的重要组成部分——土地。

三、房地产的类型

按用途划分：

- ①居住房地产；②商业房地产；③旅游房地产；④工业房地产；
- ⑤农业房地产。

房地产住宅的层数划分的规定：

低层住宅为 1-3 层

多层住宅为 4-6 层

小高层住宅为 7-11 层

中高层住宅为 12-16 层

16 层以上为高层住宅

房地产土地的使用年限是如何确定的？

凡与省市规划国土局签订《土地使用权出让合同书》的用地，其土地使用年限按国家规定执行。即：居住用地七十年；工业用地五十年；教育、科技、文化、卫生、体育用地五十年；商业、旅游、娱乐用地四十年；综合用地或者其他用地五十年。

四、房屋建筑结构分类标准

1. 钢结构承重的主要结构是用钢材建造的，包括悬索结构。
2. 钢、钢筋混凝土结构承重的主要结构是用钢、钢筋混凝土建造的。如一幢房屋一部分梁柱采用钢筋混凝土构架建造。
3. 钢筋混凝土结构承重的主要结构是用钢筋混凝土建造的。包括薄壳结构、大模板现浇结构及使用滑模、开板等先进施工方法施工的钢筋混凝土结构的建筑物。
4. 混合结构承重的主要结构是用钢筋混凝土和砖木建造的。如一幢房屋的梁是用钢筋混凝土制成，以砖墙为承重墙，或者梁是木材

制造，住是用钢筋混凝土建造。

5. 砖木结构承重的主要结构是用砖、木材建造的。如一幢房屋是木制结构房架。砖墙、木柱建造的。

6. 其它结构凡不属于上述结构的房屋都归此类。如竹结构、砖拱结构、窑洞等。

五、房地产专业名词

1. 常用名词

①五证：a. 建设用地规划许可证；b 建设工程规划许可证；c. 建设工程开工证；d. 国有土地使用证；e. 商品房预售许可证；

②两书：a 《住宅质量保证书》、b 《住宅使用说明书》；

③房地产证：是房屋土地所有权属二合为一的凭证，是房地产权属的法律凭证；

④房地产市场：主要包括地产买卖、租赁市场。含一级市场、二级市场和三级市场；

a) 一级市场：是指国家土地管理部门按土地供应计划，采用协议、

招标、拍卖的方式，以土地使用合同的形式，将土地使用权以一定的年限、规定的用途及一定的价格出让给房地产发展商或其它用土地者的市场；

b) 二级市场：是指房地产发展商根据土地使用合同的要求将建好的房屋连同相应的土地使用权转让给单位或个人的市场；

c) 三级市场：是指单位、个人之间的房地产产权转让、抵押、租赁的市场，它是二级市场基础上的第二次或多次转让房地产交易活动的市场；

⑤ 房地产产权：是指产权人对房屋的所有权和对该房屋所占用土地的使用权。具体内容是产权人对房地产的占有、使用、收益和依法处分的权利；

⑥ 土地使用权：是指土地使用权拥有者对土地使用的权限，包括开发权、收益权、处置权。政府以拍卖、招标、协议的方式，将国有土地使用权在一定年限内出让给土地使用者。土地使用权期满后，如该土地用途符合当时城市规划要求的，土地使用者可申请续用，经批准并补清地价后可以继续使用；

⑦ 三通一平：是指水通、电通、路通及场地平整；

⑧七通一平：是指水通、电通、路通、排水通、排污通、通讯通、煤气通及场地平整；

⑨红线图：又叫（宗地图，是按一定比例尺制作的用以标示一宗地的用地位置、界线和面积的地形平面图。它由政府土地管理部门颁发给土地使用权受让者，受让者只能在红线范围内施工建房；

⑩总用地面积：经城市规划行政主管部门划定的用地范围内的土地面积；

⑪建设用地面积（净用地面积：经城市规划行政主管部门划定的建设用地范围内的土地面积；

⑫总建筑面积：指在建设用地范围内单栋或多栋建筑物地面以上及地面以下各层建筑面积之和；

⑬容积率：是指总建筑面积与建设用地面积之比值。（如：在10万平方米的土地上，有20万平方米的建筑总面积，其容积率为2.0

⑭建筑面积：指建筑物外墙或结构外围水平投影面积之和，包括阳台、挑廊、地下室、室外楼梯等。且具备有上盖、结构牢固、层高2.2m以上（含2.2m的永久建筑）

⑮建筑覆盖率（建筑密度：建设用地范围内所有建筑物基底面积之和与建设用地面积的比率；（如：在10万平方米的土地上，建筑用地净面积为8万平方米，其建筑覆盖率为0.8（建筑密度为80%）

⑯绿化率：建设用地范围内所有绿地面积之和与建设用地面积之比率。绿地面积的计算不包括屋顶、天台和垂直绿化；（如：在10万平方米的土地上有3万平方米的绿化面积，其绿化率为30%）

⑰绿化覆盖率：建设用地范围内全部绿化和植物水平投影面积之和与建设用地面积的比率；

⑱房屋销售面积：房屋按套（单元）出售时，房屋销售面积为该套（单元）的建筑面积，即为该套（单元）的使用面积与该套（单元）应分摊的公用建筑面积之和；

⑲套内建筑面积：房屋按单元计算的建筑面积，为单元门内范围的建筑面积，包括套（单元内的使用面积、墙体面积及阳台面积；

⑳套内使用面积：指室内实际能使用的面积，不包括墙体、柱子等结构面积。

使用面积的计算应符合以下规定：

A、室内使用面积按结构墙体内表面尺寸计算，墙体有复合保温、隔热层、按复合层内皮尺寸计算；

B、烟囱、通风道、各种管道竖井等均不计入使用面积；

C、非公用楼梯（包括跃层住宅中的套内楼梯按自然层数的使用面积总和计入使用面积；

D、住宅使用面积包括：卧室、起居室、厨房、卫生间、餐厅、过厅、过道、前室、贮藏室等。

单元内使用面积系数=单元内使用面积/单元内建筑面积+按规定应分摊公用建筑面积。

②公共建筑面积：各产权主共同占有或共同使用的建筑面积，指各套（单元）以外为各户共同使用，不可分割的建筑面积。可分为应分摊的公共建筑面积和不能分摊的公共建筑面积；

②实用面积：它是套内建筑面积扣除公共建筑面积后的余额；

③层高：层高是指住宅高度以“层”为单位计量，每一层的高度国家在设计上有要求，这个高度就叫层高。它通常包括下层地板面或楼板面到上层楼板面之间的距离。

⑳净高：净高是指层高减去楼板厚度的净剩值；

㉑公摊面积：商品房分摊的公用建筑面积主要由两部分组成：电梯井、楼梯间、垃圾道、变电室、设备室、公共门厅和过道等功能上为整楼建筑服务的公共用房和管理用房的建筑面积；各单元与楼宇公共建筑空间之间的分隔以及外墙（包括山墙墙体水平投影面积的50%）。

㉒得房率：是指套内建筑面积与套（单元）建筑队面积之比。

套内建筑面积=套内使用面积+套内墙体面积+阳台建筑面积。

套（单元）建筑面积=套内建筑队面积+分摊得公用建筑队面积。

㉓道路用地：道路用地是指居住区道路、小区路、组团路及非公建配建的居民小汽车、单位通勤车等停放场地。

㉔道路红线：道路红线是指城市道路含居住区级道路用地的规划控制线。

㉕玄关：玄关就是登堂入室第一步所在的位置，它是一个缓冲过渡的地段。居室是家庭的“领地”，讲究一定的私密性，大门一开，有玄关阻隔，外人对室内就不能一览无余。玄关一般与厅相连，由于

功能不同，需调度装饰手段加以分割就是自己人回家，也要有一块放雨伞、挂雨衣、换鞋、搁包的地方。平时，玄关也是接受邮件、简单会客的场所。

⑩期房是指开发商从取得商品房预售许可证开始至取得房地产权证大产证止，在这一期间的商品房称为期房，消费者在这一阶段购买商品房时应签预售合同。期房在港澳地区称作为买“楼花”，这是当前房地产开发商普遍采用的一种房屋销售方式。购买期房也就是购房者购买尚处于建造之中的房地产项目。

⑪现房是指开发商已办妥房地产权证（大产证的商品房，消费者在这一阶段购买商品房时应签出售合同。在通常意义上指的现房是指项目已经竣工可以入住的房屋。

⑫毛坯房是指没有装修的房。

⑬业主委员会是指由物业管理区域内业主代表组成，代表业主的利益，向社会各方反映业主意愿和要求，并监督物业管理公司管理运作的一个民间性组织。业委会的权力基础是其对物业的所有权，它代表该物业的全体业主，对该物业有关的一切重大事项拥有决定权。

⑭会所的功能和建设档次可分为基础型和超级型，基础设施提供

业主最基本的健康生活需求,可让人免费使用;超级会所则适当对其
中部分设施的使用收取一定的费用。如果会所一味追求高档而不顾及
业主的能力与需求,势必会形同虚设;如降低物业管理费,将影响房
产的整体品质。会所的设置,还要考虑工程分期施工的因素。会所原
则上只对社区业主服务,不对外开放,保证了业主活动的私密性和安
全性。作为休闲健身的场所,会所也给业主提供了良好的社交场所。

⑤ 入伙是指业主领取钥匙,接房入住。

⑥ 契税是在土地、房屋不动产所有权发生转移,按当事人双方订
立契约等对产权随人征收的一种税。

征税范围及纳税人契税的征税对象是发生产权转移变动的土地、
房屋。在中国境内转移土地房屋权属承受的单位和个人为契税的纳税
人。

- a) 国有土地使用权出让;
- b) 土地使用权转让,包括出售、赠予、交换;
- c) 房屋买卖;
- d) 房屋赠予。

2. 房子的种类

①安居房指实施国家“安居（或康居工程”而建设的住房（属于经济适用房的一类。是党和国家安排贷款和地方自知自筹资金建设的面向广大中低收入家庭，特别是对4平方米以下特困户提供的销售价格低于成本、由政府补贴的非盈利性住房。

②经济适用住房是指经各级人民政府批准立项建设、享受国家优惠政策、向城镇中低收入家庭出售的住房。

③使用权房是指由国家以及国有企业、事业单位投资兴建的住宅，政府以规定的租金标准出租给居民的公有住房。

④产权房是指产权人对房屋（指建筑物拥有所有权，对该房屋占用范围内的土地拥有使用权，产权人对这两项权利享有占有、使用、收益和处分的权利。这种权利是绝对的、排他的，不受其他任何人的干涉和影响，产权人可以转让、出租、抵押、典当等方式合法处置自己的房地产权利。

④商品房是指具有经营资格的房地产开发公司（包括外商投资企业开发经营的住宅。由于我国长期以来在住房体制上实行的是供给制，所以，商品房是80年代以后才出现的。其价格由成本、税金、利润、

代收费用以及地段、层次、朝向、质量、材料差价等组成。

⑤集资房是改变住房建设由国家和单位包的制度，实行政府、单位、个人三方面共同承担，通过筹集资金，进行住房建设的一种房屋。职工个人可按房价全额或部分出资，政府及相关部门用地、信贷、建材供应、税费等方面给予部分减免优惠。集资所建住房的权属，按出资比例确定。个人按房价全额出资的，拥有全部产权，个人部分出资的，拥有部分产权。

集资建房有两种产权；一种是该房屋出售的价格高于当年的房改成本价。其产权界定为经济适用住房产权。另一种是低于当年的房改成本价格，其产权为房改成本价房。

⑥公房又称公有住宅、公产住房、国有住宅，它是指国家（中央政府或地方政府以及国有企业、事业单位投资兴建、销售的住宅，公有住宅主要由本地政府建设，负责向本市居民出租出售；由企事业单位建设的住宅，向本企事业单位的职工出租出售。

⑦房改房是有一定的福利性质的，各产权单位按照政府每年公布的房改价格出售给本单位职工的住房。这类房屋来源一般是单位购买的商品房、自建房屋、集资建房等。

房改房产权分为三个级别：成本价产权和标准价产权以及标准价优惠产权。

⑤空置商品住宅房地产开发企业投资建设，取得房地产权证（大产证已超过一年的商品住宅。

六、房地产面积的测算

1. 计算全部建筑面积有哪些？

①永久性结构的单层房屋，按一层计算建筑面积；多层房屋按各层建筑面积总和计算。

②屋内的夹层、插层、技术层及楼梯、电梯间等其高度在 2.20 米以上部位计算建筑面积。

③穿过房屋的通道，房屋内的门厅、大厅，均按一层计算面积。门厅、大厅内的回廊部分，层高在 2.20 米以上的，按其水平投影面积计算。

④楼梯间、电梯（观井梯井、垃圾道、管道井均按房屋自然层计算面积。

⑤房屋天面上，属永久性建筑，层高在 2.20 米以上的楼梯间、

冰箱间、电梯机房及斜面构屋顶设计在 2.20 米以上的部位，按外围水平投影面积计算。

⑥挑楼、全封闭的阳台按其外围水平投影面积计算。

⑦属永久性结构有上盖的室外楼梯，按各层水平投影面积计算建筑面积，无顶盖的室外楼梯按各层水平投影面积一半计算建筑面积。

⑧与房屋相连的柱走廊，两房屋间有上盖和柱的走廊，均按其柱的外围水平投影面积计算。

⑨建筑间永久性的封闭架空通廊，按其外围水平投影面积计算建筑面积。

⑩地下室、半地下室及其相应出入口，层高在 2.20 米以上的，按其外围（不包括采光井、防潮层及保护墙水平投影面积计算。

⑪有柱或有围护结构的门廊，门斗、按其柱或围护结构的外围水平投影面积计算。

⑫有玻璃幕墙、金属板幕墙、石材幕墙或组合幕墙作为房屋外围的，当幕墙框架突出主体结构距离已有设计数据或实际测量数据时，按幕墙外围水平投影面积计算建筑面积；在建筑施工图报建时，还没

有设计数据的,幕墙框架突出主体结构距离一律按 150 毫米计算,竣工后计算竣工面积时仍采用 150 毫米的数据。

⑬属永久性建筑有柱的车棚、货棚等按柱的外围水平投影面积计算。

⑭依坡地建筑的房屋利用吊脚做架空层,有围护结构的,按其高度在 2.20 米以上部分的外围水平面积计算。

⑮有伸缩的房屋,若其与室内相通的,伸缩缝计算建筑面积。

2. 计算一半的建筑面积有哪些?

①有盖无柱的外走廊、檐廊、扫顶盖水平投影面积一半计算面积。

②独立柱在雨篷,单排柱的车棚、货棚、站台等,按其顶盖水平投影面积的一半计算面积。

③未封闭的阳台,按其水平投影面积一半计算面积。

④建筑物外有顶盖,无柱的走廊、檐廊按其投影面积的一半计算面积。

⑤建筑物间有顶盖的架空通廊,按其投影面积的一半计算面积。

3. 不计算建筑面积的有哪些?

①空出房屋墙面构件、艺术装饰,如柱、垛、无柱雨篷、悬挑窗台等。

②检修、消防等室外爬梯。

③没有围护结构的屋顶水箱、建筑物上无顶盖的平台(露台、游泳池等)。

④建筑物如独立烟囱、油罐、贮油(水池、地下人防干道、支线等)。

⑤舞台及后台悬挂幕布、布景的天桥、挑台。

⑥建筑物内外的操作平台、上料平台及利用建筑物的空间安置箱罐的平台。

4. 哪些公用面积应分摊?

应分摊的公用面积包括套(单元门以外的室内外楼梯、内外廊、公共门厅、通道、电梯、配电房、设备层、设备用房、结构转换层、技术层、空调机房、消防控制室、为整栋楼层服务的值班警卫室、建筑物内的垃圾房以及空出屋面有围护结构的楼梯间、电梯机房、水箱

间等。

5. 哪些公用面积不能分摊?

不能分摊的公用面积为底层架空层中作为公共使用的机动车库、非机动车库、公共开放空间、城市公共通道、沿街骑楼作为公用开放使用的建筑面积、消防避难层;为了整栋建筑物使用的配电房;公民防护地下室以及地下车库、地下设备用房等。

第三章 销售人员的礼仪和形象

销售人员的个人形象蕴涵着公司的企业文化,折射出企业的形象,在某种程度上也代表着楼盘的形象。它能够拉近与顾客的距离,减少顾客的疑虑,提高亲和力,进而促使顾客产生购买行为,达成交易。因此,销售人员应有整洁的仪表、亲和力较强的仪容;有主动积极、面带微笑、亲切诚恳的态度;有进退有序的规范的礼仪;有流利的口才、收放自如的交谈能力等。

一、仪表和装束

1. 女性

公司有统一制服时必须穿工服上班

服装：女性服装以职业化为准，大方得体，不穿奇装异服，不得穿拖鞋。

装饰：女员工要化淡妆，不得浓妆艳抹，不得留长指甲、涂色油。忌用过多香水或使用刺激性气味强的香水，头发不染夸张颜色。佩戴首饰不要多多益善，首饰选配得当，不戴炫耀饰品。

2. 男性

服装：男性必须穿西装打领带，夏天穿浅色衬衣配深色西裤，皮鞋保持光亮。

头发：头发要常修剪，发脚长度以保持不盖耳部和触衣领为度，不得留胡须。

二、名片递接方式

名片的递接也是非常有讲究的，下面我们就来讲诉一下有关名片的递接：

1. 首先，我们来讲诉一下接名片，当客户主动给你递名片时您要面带微笑双手去接过客户给你的名片并说谢谢！将接过的名片在短时间内注视一下名片上的公司名称和客户姓名及职务时间不宜过长。

男士看完后将放在上衣口袋，女士如果衣服没有口袋的将名片放在随身携带的笔记本或资料夹里千万不能掉在地上，切记不要拿着客户的名片在手里捏来捏去。

2. 在递名片的过程中，先检查随身是否配带名片夹。不要想到了再去办公室或去销售前台去拿，你要主动的给客户递名片不要等到客户主动向你就要就不好了并面带微笑的说您好！双手拿着名片二角正面朝上字体要正面对着客户这样一来可以让客户在第一时间内认识你。千万不能将字体弄反。先生或小姐（女士）我姓张请多指教，不知有什么可以为您效劳等礼貌用语。

三、微笑的魔力

销售员首要具备的条件是一副亲善的笑容及一份对工作客户的热诚。诚挚热情是打破客户之间障碍的唯一良方，礼貌亲切的笑容散发出的化学作用，会使销售员如有如天赋神力。使客户做出认购决定。即使客户不能成功认购，相信也会留下信任及难忘的印象，为下次认购铺垫了管线。

笑容能给工作带来方便，家庭带来幸福，给生意带来兴隆。你对别人皱的眉头越深，别人回报你的眉头也就越深，但如果你给对方一个微笑的话，你将得到 10 倍的利润。在一个恰当的时间、恰当的场

合，一个简单的微笑可以制造奇迹。微笑绝不会使人失望。

获得特别的“微笑知识”的话，有几条简单的规则：

1. 当你不想笑的时候就笑，把烦恼留给自己，让别人相信你是快乐的；

2. 和别人分享你乐观的思想，微笑是会蔓延的。当你笑的时候，人们会认为你感觉很好，就会快乐；

3. 用你整个脸微笑，一个成功的微笑是包括整个脸让人看起来很高兴，微笑布满整个脸，可以点燃别人的自信心，可以引起别的信赖；

4. 把眉头舒展开来，微笑时眉头是舒展的，如紧着眉头笑是苦笑，要从心里笑，看上去一脸开朗的、快乐的微笑；

5. 运用你的幽默感，幽默感不是指那种低格调的笑话，或是寻别人开心的恶作剧，而是指那些好的真正有趣的故事，当玩笑开在你身上的时候你只要跟着笑，对别人微笑，但永远不要冷笑。

6. 大声地笑出来，假如微笑是具有魅力的，那么发自肺腑的大笑就具有超级魅力，大笑是会传染的。

7. 笑容，是向对方传达爱意的捷径；

8. 笑，具有传染性。所以，你的笑会引发对方的笑或是快感。你的笑容越纯真、美丽，对方的快感也越大；

9. 笑，可以轻易除去二人之间厚重的墙壁，使双方门扉大开；

10. 笑容是建立信赖的第一步，它会成为心灵之友；没有笑的地方，必无工作成果可言；笑容可除去悲伤、不安，也能打破僵局；将多种笑容拥为己有，就能洞悉对方的心理状态；笑容会消除自己的自卑感，且能补己不足；笑容会增加健康、增进活力。

四、语言的使用

1. 提高语言的表达能力

人交往的目的，就是为了沟通思想、情感，明确交往的主题，达到自己的意愿。通过语言的交谈，使双方思想趋于接近、感情融洽、排除误会和干扰，实现各自的意愿。在与客户进行交谈时要注意以下三个原则：语调要和缓，表达要热情，语气要充满信心。

2. 与客户谈话的目的是为了感染客户、打动客户

销售人员通过语言表达向客户传递一系列有关自身、产品、公司

的信息，让客户感觉到销售人员对自己、对产品、对公司的信心。对于生意人来说，有一句俗语：不怕货卖不出去，就怕话说不到家，可见表达能力之重要。所以，销售人员要不断提高自己的表达能力。

加强自己的表达能力，须注意以下几点：

①声音洪亮：销售代表一定要注意自己的声音大小，切不可声音太小，让人听不清楚；

②避免口头禅：每个地方都有方言，每种方言都有自己的口头禅，语言表达时应尽力避免这种口头禅；

③避免语速过慢：表达时要掌握好语速，语速过快，别人听不清楚；语速过慢，就会给别人充分的准备时间；

④避免发音出错：例如，在南方有许多销售代表对“十”和“四”两个读音区分不清楚，这会酿成大错。

五、礼貌与规矩

礼貌和规矩反映出一个人的修养水平，销售人员也不例外，应从五个方面多加注意，以形成良好的交往习惯。

1. 你是否善于聆听他人的发言

优秀的销售人员首先是耐心的听众，善于从他人的言谈中捕获有价值的信息，根据客户的要求随时调整自己的策略。打断他人的发言是一种不礼貌的行为，容易引起他人的反感和不满，应尽量避免。专注聆听是重要的，其表现是要尽量保持与对方目光的接触。当别人滔滔不绝，而你却游目四顾，试想，对方的心境如何呢？这不仅是一种粗鲁无礼，更会使人感觉你不尊重他且缺乏诚意。对方在投入地讲话时，你要做出相应的表情和简单的应答以强调你真正在听。你可以加上微笑、惋惜和点头、摇头等各种体态语言让对方感应。在聆听的同时，你还要注意对方的神态、表情、姿势以及声调、语气的变化，尽量让自己听懂这类非语言符号传递的信息，以便比较准确地了解对方的话外之意。

2. 你是否言谈中经常流露出对自己的雇主、公司、朋友或熟人有不尊敬或不满意的态度

表面上看起来，跟别人谈到这些问题会显得坦诚相待，但实际上别人会对这种言行很不屑，会认为你不忠诚，不可信赖，这将直接影响到你的销售业绩。

3. 你是否具有幽默感，谈话风趣

在与客户交谈时，可以适当地开一些玩笑，但要注意把握好分寸，

不宜过头。适度的玩笑和幽默，其本意绝非取笑他人的无知、错误和动作，而是怀有好意的感情交流。在销售中，有效地运用幽默，可以给你带来灵感，使销售工作更顺利。但是，若玩笑过分、低级，则适得其反，会让人认为庸俗。

4. 你是否对公司和产品充满信心

与客户交谈时，特别是介绍自己的公司和产品时，要尽量做到放松和自信，让客户感觉到你对自己公司和产品充满信心。如果此时表现得紧张，缺少自信，则很难让客户下定决心购买你的产品。

5. 你最好在客户面前不吸烟

在客户面前尽量不吸烟，因为抽烟会分散注意力，影响交谈的效果。另外，烟是有害的，在不抽烟的客户面前抽烟也是不礼貌的。

六、电话礼仪及技巧

1. 接听电话规范要求

①电话铃声响三声内接听，接起电话说“**房产，您好！”，声音清晰、亲切、有精神；注意话筒确实靠在嘴边，再开始讲话，切忌不要接电话时还在与他人讲话，如迟接电话应表示歉意。

②销售人员在接听电话时应面带微笑，声音清晰、自信而亲切，耐心、细心的回答客户所提出的问题，主动询问对方知道的途径，通话结束时应诚恳邀请对方前来参观，挂断电话时应听到对方的挂断声方可放下电话。

③若周围吵嚷，应安静后再接电话；接电话时，与话筒保持适当距离，说话声大小适度，嘴里不含东西，若因有急事或在接另一个电话而耽搁时，应表示歉意。

④接话者应左手执话筒，右手执笔，手边随时准备好记录本随时记录通话内容。

⑤接听来电，包括电话的转接，了解清楚来电者身份、目的、需求，并将这些信息第一时间准确传达给相应的人，若当事人外出或离开时应记录在留言本上，待同事回来后第一时间转达，并确认回复。

⑥通话要使用文明用语，“您”、“请”、“谢谢”、“对不起”等；注意控制语气、语调，做到亲切、简练、清晰，当遇到电话听不清楚时，要及时向对方声明，以确保通话质量。

⑦忙碌时结束要说“*先生/小姐！跟您谈得很愉快，但现在正好有**进来找我，有空再与您联络，真抱歉！再见！”。

⑧接听过程中可运用赞美或第三者赞美之词，使对方消除戒备。

⑨如接听电话对方是明确表明是同行调研时，销售人员不得敷衍，但不能向其透露销售机密。

⑩需要对方等待时，应委婉说明原因，如“**正在接电话，请稍等”。

2. 电话跟踪技巧

做为一个从事销售岗位的从事人员首先个人的业绩决定着销售人员的能力和个人的收入。下面我们就要讲述一下有关电话跟踪的技巧：

①电话跟踪中客户与时间的选择

客户一般分为两大类：上班族、无业族。

上班族：上班族客户不要选择早上电话跟踪，因为早上是上班族最忙的时候一般来说他（她）们都不会和你用心在交谈。中午也不是最佳的时机，由于中午休息的时间比较短而且都在急急忙忙的赶回家吃饭，所以通常都不选择在此时间段跟踪。那什么时间是最佳时间段了？根据从事多年的销售员经验在这一类的客户上他（她）们通常在

晚上7—8点钟是比较闲的时候，因为他（她）们在忙碌着一天的工作下终于可以在家放松一天紧张的神经。这时候如果你给他（她）电话他（她）都会和你用心交谈。

无业族：一般来说无业族客户早上都在睡懒觉这时你给他电话他（她）们都敷衍你几句。晚上也不是很好的时间因为晚上通常都是约了一帮朋友在一起喝酒聊天不会和你聊这些问题。那么什么时间比较合适了？午后的时间是他（她）们比较闲和理自的时候。这个时候交谈较佳。

②电话约见要达到的目的

在给客户电话之前首先要明确自己的意图和目的。切记千万不要拿起电话不加思考的就给客户打过去。

③电话约见的要求

在给客户打电话时，必须事先精心设计好自己的开场白，要做到谈话的时间短、口齿清楚、语调平稳、言辞恳切、理由充分、陈述约见事由时，简明扼要、切记心浮气躁、口气逼人、尤其是客户不愿接见时，更要心平气和、好言相待，在约定的时候要积极、主动、不给客户拒绝、托辞的机会。

电话约见语言艺术有以下几点:

a) 语言要清晰: 这就要求房地产经纪人有清晰的思路、严谨的逻辑, 用清新流畅的语言表达, 让人一听就明白。

b) 态度诚恳: 无论何时, 房地产经纪人都要诚实信用。电话预约时, 客户能很容易地在电话中听到房地产经纪人的态度是否诚恳。房地产经纪人只有以诚相待, 才可能赢得客户的尊重和信赖, 从而赢得面谈的机会。

c) 要有感情: 房地产经纪人打电话时一定要注意在自己的声音中融入感情, 让人觉得声音柔和愉悦。试想, 如果讲话时声音生涩冷硬, 会给人一种什么样的感觉。

d) 尊重接话者: 在很多时候, 接电话通常不是房地产经纪人希望预约的客户本人, 该怎么办? 经纪人要认真对待, 争取与接电话的人建立良好的关系。即使是助手或秘书, 都要表示尊重, 不能轻视。

e) 避免说教的口气: 妙语就是巧妙的语言及文词在传递个人的思想与观念。因此, 不要带有任何说教的语气, 以免破坏了妙语应有的功能。

f) 擅用肢体语言: 虽然手势、眼神、微笑是无言的一种动作, 却

散发着无比的魅力，能抓住听众的眼光，让听众在不知不觉当中随着你的手势或是微笑了解你所要表达的意念。记住，肢体语言的表达在说妙语的时候占有 80%以上的重要性，所以请不要吝啬活动的双手，双脚及眼、耳、鼻、口、舌。

g) 谁是听众：有人听，妙语才能起作用，但是谁要听？听什么？必须对事物有一个概括性的了解，以确保妙语能够产生预期性的效果。掌握住这些基本概念，从现在开始马上进入学、做、教的学习方法之中，假以时日，你将是一位说妙语的高手。

作为房产经纪人都知道，打电话约见客户是让人非常头疼的一件事，尤其对新人来讲；为什么打电话让人如此头疼呢，一是怕自己话讲不清楚，不知道该怎么讲，二是打完后对方不耐烦的挂掉，既搞不定房东，也搞不定客户。

下面总结了电话约见客户的注意事项及技巧：

a) 打招呼：

打电话的前 10 秒很重要，要争夺到客户的注意力，那么热情、礼貌的问好就是最好的引人注意策略，其中三个关键点很重要：名字、热情、自信。

b) 简明扼要地介绍:

现代社会生活节奏很快, 很多人每天都匆匆忙忙之中。因此, 房地产经纪人在打电话约见客户时, 要简捷流畅地将服务或产品的特色表述出来, 不用太过详细。只有先让客户了解整体情况, 使之快速做出有无兴趣或需求的反应, 以便迅速调整讲话策略。

c) 不轻易放弃:

房地产经纪人在进行电话预约或面见时, 可从新客户措辞、表情、声音、语调等非语言的表达中判断出客户的性格、性情、根据此决定如何才能提供最佳服务; 在争取会面时, 切记贵在坚持, 不要由于一些小小的挫折而轻易放弃乃至悲观失望, 要充分利用自己的沟通技巧与人格魅力, 争取会面机会。

d) 业务介绍:

需要用到牧群原理(随众心理, 牧群的移动是由大多数的移动决定方向, 个体并无意识)来强化顾客的兴趣, 同时强化信任关系, 所以我要求学员在业务介绍时, 一定要列举出一些比较知名的典型客户, 以此强化顾客的兴趣和信任。

e) 要求见面:

电话约访的目的就是约访，因此不要过多纠缠，要尽快直奔目标。

f) 讲述见面对客户带来的利益：

没人愿做亏本买卖，顾客花时间与一个从来没有见过的人面谈，让你有机会向他销售，顾客会觉得对谁有利？所以一定要强调面谈将带给顾客什么样的利益，才能打动顾客。

g) 建议式给出时间：

切记不可提出一些容易被拒绝的问题，例如：您有空吗？顾客的下意识反应一定是没空。

3. 接听电话话术

错误话术：

①客户来电寻人

角色扮演：

(A) 经纪人 (B) 客户

(A) : XX 产，您好！

(B) : 请问徐小姐在吗?

(A) : 他不在耶! 您哪里找?

(B) : 那不用了, 我再打好了啦!

(A) : 谢谢您!

②客户来电问案件

角色扮演:

(A) 经纪人 (B) 客户

(A) : XX 地产, 您好!

(B) : 请问你们在报上登的那套 XX 花园要卖是不是?

(A) : 对! 对! 请问———

(B) : 请问这一间在哪里? 卖多少钱?

(A) : 嗯! 这房子在 XX 地区, 是 125 平方米, 170 万元

(B) : 170 万, 那么贵! 在那么远的地区就算了啦

(A) : 好! 好! 谢谢!

从以上两个案例中, 因为经纪人的不用心与缺乏技巧, 失去了准买方客户资料, 在业务工作上亦即未将看到的钱放在口袋, 而弃之于地。

③角色扮演:

(A) 经纪人 (B) 客户

(A) : XX 地产您好! 很高兴为您服务! (请问有什么可以帮您的?)

(B) : 请问徐小姐在吗?

(A) : 嗯! 真是抱歉, 1、她刚才还在, 因为有位客户要卖房子, 她和客户去看房子了, 2、请问您也是要卖房子吗?

【解析】:

1、告诉客户, 有客户委托徐小姐卖房子, 让客户能感受这徐小姐一定服务不错, 所以好像常有人委托卖房子, 也顺便帮同事宣扬, 让客户感受。

2、以问句导出此客户为何种客户？

(B)：不是啦！我是昨天的她看房子那位先生啦！(A)：是！是！那先生您是打算再看一次还是一————

【解析】：以选择式测出客户需求

(B)：没有啦！我是要问她房子的资料。(A)：是！如果您有急需的话，我可以马上 CALL 她，请她尽快回您电话，或者我帮她为您服务，好吗？

(B)：那不用了，我再找她好了。

【解析】：已经了解对方需求，此乃买方客户，故继续要导出客户资料。

(A)：是！请问您是王先生吗？

【解析】：以疑问选择让客户直接回答，并说出正确答案，因为有些客户如直接问贵姓，则会因感觉问及私人资料，就直接拒绝回答直接告之那不用了！我再打。

(B)：不是！我姓李。

【解析】：此感觉只认为纠正您的错误。

(A)：是！我是徐小姐的同事，1、因为昨天我好象有听她谈过；
2、您是看 XX 小区的那位先生吗？

【解析】：

1、虽然并不知情，但如此说起客户感觉倍感亲切，好似你也了解此接洽过程，并接读下一句话之用意。

2、以随意一个案名让客户导出正确案名。

(B)：不是，不是。我是看世茂滨江花园的！(A)：是！是！
您是住古北那位李先生吗？

【解析】：已了解此客户为哪一位客户了，但(A)：好的好的住联洋，我一定马上 CALL 徐小姐给您回电话，您是住浦东，那么浦东的电话是 6854——— 。

【解析】：当我们确知其居住区域时，当然就可以知道区域性电话之前几码，试图说出已知之前几码，导出让客户自然顺口接下来也可免去拒绝之心态。

(B)：我的电话是吗？嗯，号码是××××，那么麻烦您请她

回个电话给我! ?

(A) : 是, 是, 没问题, 一定请她尽快回电话给您!

(B) : 好! 好! 谢谢您!

力求真实且更详细资料再设定区域以求地址与电话。

(B) : 不是! 我住在浦东!

④客户来电问案件

角色扮演: (A) 经纪人 (B) 客户

(A) : XX 地产您好! 很高兴为您服务! (请问有什么可以帮您的?)

(B) : 请问, 我在报纸上看到你们世茂滨江花园的房子要卖, 在哪里? 要多少钱?

(A) : 房子小陆家嘴, 房子很不错本身格局很高, 价钱也很便宜耶!

【解析】: 先介绍优点, 例如学区旁, 如说价高则暂不告知总价, 以此屋之优点先介绍, 吸引客户兴趣。

(B) : 嗯! 小陆家嘴旁, 那不要了, 谢谢您!

【解析】: 由此回答显然区域已非客户需求, 须迅速导出其需求区域。

(A) : 请问一下! 您小陆家嘴那边不喜欢是吗? 那么联洋那边可以接受吗?

(B) : 联洋我可以接受, 但我小陆家嘴可能没有办法接受!

(A) : 我怎么称呼您呢? 您是———

【解析】: 只要与客户本身资料有重要关连, 最好以疑问或选择导出答案。

(B) : 我姓李!

(A) : 李先生您好! 1、我姓陈, 耳东陈, 我是 XX 店主任, 因为我们在联洋也有许多环境相当好的房子, 价格和您的预算也差不多; 2、如可以接受的话, 我可以向您介绍几套联洋的房子。

【解析】 :

1、对于介绍自己要有不同的印象, 让客户马上能觉得深刻并试

图提升自己的形象。

2、以很客气的不定词，组成疑问句。

如何接电话是一门很重要的学问，同样也是能够成功引导客户从电话中走进现实的关键一步，很多刚入门的经纪人经常会有 1 个问题，就是自己的来电量少，当然这个是一方面，另外一方面也是你在电话推销自己的同时方法不当，也容易流失一些潜在的客户！~当然并不是每个客户都必须花上很多的事情去磨嘴皮子，经纪人一般都有一个天性叫触角，很敏感，这个不是先天的而是后天培养起来的！

第四章 跑盘

一、关于跑盘

从事房产中介行业的都知道，“跑盘”是每个房产经纪人的必经之路。新入行的新人，店长会要求你首先做好跑盘工作。跑盘的认真、用心程度决定了经纪人在房产中介行业的成长速度，跑盘的目的是为了体现经纪人的专业程度，增强客户和房东对自己的信任度，便于以后更好的开展工作。

1. 什么是跑盘

跑盘，是房地产专门术语，指为了熟悉分行附近楼盘的布局、周边配套及社区有更深入的了解，而通过实地走访，泛指跑盘。

2. 跑盘的目的

①通过跑盘程序，帮助和督导置业顾问成为“地理通”、“楼盘通”，从而尽快建立行业所需要的市场全局观念，并积累岗位所需求的基本业务信息，提高专业技能。

②通过跑盘，熟练掌握所属区域的地理特征、商业特点、楼盘情况，为客户提供更详尽、专业的服务。

③通过跑盘程序，使跑盘人员磨练意志、端正行业观念，培养房地产经纪人员所应具备的品格素质和职业精神。

④跑盘主要是为了以后的工作打下的基础，更好的与业主、客户深入沟通。

3. 跑盘前准备

①明确目的，带着问题去跑盘，明确为什么去跑盘，要收集哪些信息。

②准备资料，对自己所要了解的片区（商圈）进行前期的资料收

集以便明确自己的跑盘点。

③跑盘准备：地图、笔、橡皮擦、跑盘 A4 纸、数码相机、指南针、计算器等。

4. 跑盘的基本内容

跑盘需了解的项目：物业名称、位置、小区内部的平面布置（含几栋、单元数及名称、产型结构、面积、入住人是租客还是业主、园林绿化等）、内部设施、交通状况、周围配套设施（含商场、银行、学校、同行等）、管理费及停车费、开发商及物业管理、入住时间和批地时间、销售均价等等一系列的东西。

a) 位置：

小区周围有何特征建筑（著名大厦、超市、馆所等）房产经纪人应熟记。业主一报盘，马上了然一胸，并清楚的介绍给客户，有助于客户增加对你的信任度。

b) 交通状况：

便捷的交通通常能成为楼盘的大卖点，甚至能弥补地理位置的不足。从该小区到火车站、体育馆、公园、超市等大方向坐哪路车，熟

记小区周边的交通状况有利于①客户做哪路车看房②显示经纪人的专业③增强客户购房信心。

c)小区的规模:综合配套;物业管理档次;住户人气;小区绿化;物业管理走向。多向业主问上述问题、多了解多聊天、相互留下深刻印象。

d)楼层高低的优劣势:

高层优势:①视野开阔②光照好、室内明朗令人心情舒畅③空气清新、灰尘少、蚊蝇少④噪音小

高层劣势:①层房子价格高②上下不方便、多层楼较突出。低楼层房与之相反。

e)朝向:南北向是最好的朝向,冬暖夏凉。冬天光照时间长,夏天光照时间短(中午一点后基本向西)。东西向房子:有西晒之说,夏天下午暴晒,冬天有很少照到太阳,风水学上,坐南朝北方向为吉向。

f)配套设施:

有无游泳池、会所、球场、幼儿园、小学、中学等;

周边有无菜市场、超市、学校、银行、邮局、公园（多久能到）；

是用煤气还是用电、有太阳能。

g) 物业名称、物业管理：

物业管理公司的知名度和收费标准影响房子成交量；

水、电、煤气、有线电视、物管费、停车费、电梯费、二次加压费标准。

h) 物业产权：产权年限、住宅 70 年、商住 50 年、土地性质、出让、划拨。

二、跑盘要求及指引

1. 城市“地理通”——全局掌握城市结构、道路走向、路貌特征

①所在城市共分为几个大区。

②随着城市规划不断变迁，老百姓约定俗成的地理称谓对地理标识尤为重要，比如一些老街老巷。

2. 实现实地印象与地图标识间迅速自如的转换

①地图标识方向为上北下南，每日跑盘前要先画出计划跑盘的地图；

②在实际跑盘过程中，记录沿路的每一座物业，并整理在作业笔记中；

③最终在头脑中形成地图全貌和实地印象。

3. 熟悉社区或楼盘配套设施情况：幼儿园、小学、中学、菜场、酒楼、公园以及大型市场、文体娱乐设施等。

4. 熟知交通路线及具体公交站点、中小巴车次，找到公交站点的位置，记录所有经过的大、中、小巴士路号及车费。

三、跑盘技巧

1. 跑盘技巧：看、问、扮演

看

①首先选定区位

带好纸和笔，一条路一条路的走（记好路的名称）但不是瞎走，更不是走马观花，走的时候要把周边小区的大致位置和小区分布图在

大脑里记清楚，还有周边商业（大型超市，健身中心）、标志性的建筑物、医院、学校，一定要熟记。跑的时候先画草图，回到店面工整的画出区位图。

②进入小区了解情况

a) 到附近店面借好钥匙方便进入。

b) 无钥匙可以在附近观察，有小区业主出入时，跟在身后进入，但要自然，不要东张西望，缩手缩脚。

c) 只有房门钥匙，无进门卡的，跟门卫说明来意，如不同意的不要强行进入，另找时机进入。

③进入小区后通过细微的观察可了解到大部分情况

a) 如观察保安的制服可知是哪个物业公司或是看垃圾桶也行。

b) 看小区入口、入车口的小区平面图和标示牌，可知道整个小区的布局栋数、栋名。

c) 看单元门上的门铃按键可知道有几层画层有几户。

d) 小区会所的宣传手册上可知内部配套设施各项收费情况。

e) 再看小区物业的基建石碑上可知开发商名称和入住时间等。

问

通过自己观察后，还有不清楚的可以问保安、问物管，不要不懂装懂，可以回到店里问老员工、店长。

扮演

扮演不是用在每一个身上，根据经营，稍微成熟的经纪人，胆量更大一点，可以找异性同事作假伴侣装客户去周边同行了解情况。要有自信，看着对方的眼睛问。

2. 跑盘注意事项

①重点跑租售量较大的社区，以后开单的机会更多（需经理说明）。

②可通过公司的内部电脑了解相关小区的资料（如售价、栋数、均价等）。

③跑盘过程中，不能走马观花，只看不记，出了小区又什么都记不起来，要记住：好心不如烂笔头，边看边记，加深记忆，之后要随时复习。

④不要有应付心理，只为了完成任务，自己不亲自跑，而是直接到小区看小区示意图、小区平面图，更有甚者抄袭同事的成果，要记住：别人的只能作为参考，不要自己骗自己。

⑤有钥匙的房子不能让保安知道正确的坐落，以免泄露公司资源（特殊情况除外）。

⑥不要强行进入小区，要尊重保安的工作职责，不要发生纠纷，以免影响公司形象，造成不必要的损失。

四、跑盘辅导

1. 跑盘辅导人的责任

①客观地讲，跑盘是件苦差事。新员工不单要承受精神、体力上的付出（比如每天跑完盘回来，还要画图 and 完成项目调查作业），还要面对经济上的压力。在这个过程中不断有人离去；

②如何帮助新员工成功地迈出中介的第一步，并为其今后成长为合格的、乃至优秀的房地产经纪人打下良好基础，对于我们这些新员工的指路人来说，责任很大。

2. 跑盘辅导工作要点

①向新学员明确跑盘的作用

a) 新学员报到当日，无论你多忙，你都必须与该学员见面，一来可以了解其过往从事的行业及与目前工作的不同之处，以便有针对性地做出工作安排；二来也可让新学员从陌生的工作环境中感受到关心与帮助，增强对团队的归属感。

b) 在与新学员的交流过程中，需向其阐述跑盘的作用及相关要求（通常称为洗脑），帮助其理解：跑盘是所有加入地产行业的营销人员的必修课，是其成长为使客户信赖的专业地产顾问的最基础和不可或缺的步骤。通过这样的交流，可以使新员工提高对跑盘的重视程度和积极性。

②向新员工明确跑盘重点

a) 提醒新员工跑盘前预先查看相关地图，确定第二天的工作路线。

b) 按照《跑盘指引》的要求来进行辅导，重点强调对主干道社区生活配套、标志性物业、政府机关、大型公共设施、在建、筹建及待建物业等内容的调查。

c) 有条件的话，安排现场一位已上岗的新员工与其交流跑盘心得，借助这位刚上岗新员工的工作热情，激发即将开始跑盘的新人的积极

性。

d) 跑盘辅导以鼓励为主，同时要指出和分析不足，让新学员带着问题跑盘。

e) 建议跑盘新员工以客户身份去调查楼盘，这样做，不仅可以取得较为真实、详细的数据，还可学习到别人的销售技巧，熟悉业务操作流程，为上岗做准备工作，同时也有助于避免产生单调、枯燥的感觉。

③让新员工感受到团队的力量

可利用跑盘新学员每周两次回分行提交作业的机会，安排其与其他房地产经纪人员畅谈跑盘经历，以增进同团队成员之间的感情，坚定跑盘信心。

五、跑盘作业考核

1. 跑盘物业调查作业标准

①对于已交房一年之内的物业，项目调查表所要求的“折实售价”一栏可不填写，其它栏目按要求完成。

②对于已交房一年以上的物业，项目调查表所要求的“建筑设计”、

“环境设计”、“折实售价”、“联系电话”栏可不填写，其它栏目按要求完成。

2. 跑盘地图作业标准

除按照跑盘指引的要求外，还需对正在筹建中的物业及待建空地的情况进行了解，并在跑盘地图上做出标识。

第五章 房客源开发

对于房产中介公司来说，客源和房源是公司赖以生存的资本，是公司不可或缺的资源。两者是相辅相成的，有房源没客源或者有客源没房源，都是徒劳的。有效的开发房客源是每个房产中介公司的首要工作。

一、房源开发

1. 房源开发的重要性

- ①房源和客户是成交的基础；
- ②房源吸引客户；
- ③拥有优质房源即抓住了成交的主动性；

④开发能力是经纪人的基本能力要求;

⑤经纪人了解房产市场和积累工作经验的最直接方法。

2. 房源开发注意事项

①面谈要掌握语速, 语调及谈话时间;

②一定要勤打电话;

③经纪人心态要诚恳;

④与客户的关系持续维系;

⑤开发销售话术要熟练;

⑥多看房子积累经验;

⑦要懂得赞美, 用专业知识打动对方。

3. 开发房源的途径

①门店开发

a) 中介连锁门店的经营模式注定了门店开发是最为普通的开发方式, 同时相应的门店形象也成为影响门店开发的主要影响因素。

b) 客户如果在门店外驻足停留，则经纪人（或当日值班）必须在10秒钟内，主动接待客户，递出名片，寻问客户的需求，并尽可能让客户进入店内。

②房展会开发

a) 房展会由于人流量大，目标客户确定，所以往往是短时间内客户量最为集中的开发方式，更由于客户的需求明确，也往往带来的最终收益非常可观的开发方式；

b) 由于房展会集中作业，所以对于经纪人来说，要求也非常高，不但是要求形象专业，经纪人的举止也无时无刻不代表着公司整体形象；

c) 参加房展会的目的，第一是销售房源，第二是客户开发；

d) 经纪人应熟记房展会的重点推荐房源，并根据客户的需求急迫程度，尽可能形成带看。

e) 房展会期间的客户开发，不仅仅是在公司参展位置之前的开发，在整个房展会的现场和周边凡是允许的地方都是开发的地点；

f) 经纪人也可以根据本商圈的经营特点，关注参展楼盘的情况，

并利用机会了解相关信息,不仅是开发客户的机会同时也是掌握专业知识的良机;

g)房展会由于参展商很多,客户的共享程度也很高,所以在房展会期间和结束后,经纪人应及时主动联络客户,以期成为客户最为信赖的置业顾问;

③地毯式房源之开发

a)一般地毯式攻击案源开发:

这种方法可建议采用下述几种途径实施之:

当开发完或销售完一户房源时,顺便拜访一下左右或上下的邻居,最好是该屋的左右或上下 10 家为限;

拜访或继续与该房源所在的社区管理委员会或是邻里长保持联系;

与房源附近杂货店建立成屋买卖收集关系。

b)电话地毯式攻击案源之开发:

此法系根据电话簿上的地址和电话,参考前述责任区的范围,逐

家拨电话。对方若是不愿意接，则设法把中介人员自己的名字或公司的品牌清楚告知对方即可。若是对方愿意继续说话，则须把重点放在该中介人员本人愿与对方建立良好友谊，以及公司可提供之免费服务项目，例如房屋免费估价、房地产投资管道等等，并且希望与对方保持联络，做其免费房地产顾问，切忌在此种电话中，直接问对方有无房子要卖，如果能先建立友谊，留下良好的印象，在第二次电话联络时，便可询问对方，是否房屋邻近亲朋好友有人欲卖，必须注意的是在展开对某地区的电话地毯式案源开发之前，必须先对该地区最近的成屋市场行情、交易动态、新建住宅与细部计划的修定等事项，有较清楚的了解方可进行更为顺利。

④报纸分类稿之开发

据统计，在第一次销售过程中，只有 20%~30%的房源会被卖出，其余未被销售者（不论是屋主自售或销售公司过期房源），皆为开发对象，此第二波之开发（占整个销售房源 70%以上），通常由报纸开发人员获得委托。

第二次委托销售之房源有如下特性：

a) 屋主与上次委托的中介公司已无感情（中介公司因无法销售，必然与之议价频频，且对房源本身尽其挑剔之能事）。

b) 屋主对上次委托之仲介公司毫无信心。

c) 屋主对房源本身亦无信心。

d) 再委托时，价格应不会再坚持。

由以上分析可知，开发未出售出房源（或已过期房源）为成屋市场中极重要之课题，而此类房源之开发，应从报纸稿着手，所以报纸开发实为开发之重要途径，业务人员不可忽视不用！

⑤ 同业开发

a) 同商圈内其他公司门店的房源和客源。

b) 同商圈内门店的报纸和网络，公司广告房源。

c) 以客户名义咨询或者上门打探房源地址，上门拜访。

d) 房东和客户委托到期或者委托给其他中介买卖的房屋也可以劝客户换换经纪人或公司，说不定有意想不到的效果。

⑥ 借助找房软件开发

市场上有很多找房软件，找到一款适合自己的真不容易啊，这就要自己亲自去体验一下软件的效果。业内有很多同行软件，针对实用

性和性价比，本人觉得“房客多”是不错的。使用找房软件来开发房源，可以让工作变得更轻松，效率也大幅提升，并且也有了更多的时间去挖掘客户。

⑦其他开发方式

a) 贴条：小区内挂红布条或者小区公共栏中贴招贴来吸引客户。

b) 陌生拜访：划定小区或者商圈范围，逐户拜访。

c) 扫街：要有计划的进行，首先从同一条路、同一条巷、同一方向，由大区域渐缩小为小区域，同时必须随身携带笔记本，记下所有的有关记录，如果发现自售或现场有人的案子马上就应进行开发。

d) 电话簿开发

e) 信函开发

f) 尾盘收集开发：联系开发商或建筑商，代理尾盘的销售。对他们而言，尾盘是鸡肋，食之无味，弃之可惜。

g) 重点精耕楼盘蹲点：要长期、坚持不懈的经营，要对本商圈的具体情况了解透彻。1、成功率比较高，因为该开发方式把握了带看中的终端，对客户的针对性比较强。2、可加强同仁跟客户的面对面

的沟通。

h) 开发商装修公司等的合作, 双方的合作业务量不大但一般对于拿到名单等比较容易。

注意: 开发的沟通渠道, 无论是什么样的开发方式, 最终都是通过电话、面谈、信函等方式进行与客户的沟通, 依此建立客户基础, 为以后的作业做好基础工作。

二、客源开发

1. 客户开发的策略

- ①了解客户;
- ②随时寻找客户的信息;
- ③致力于潜在客户变成现实客户;
- ④吸引最有价值客户直接回应。

2. 客户开发渠道

- ①上门客:

房产中介公司的门店上门客户。

②网络客:

来源于互联网的客户，互联网客户可以称为网络客，网络客户又可以分为:

a) 通过用网络平台的方式来发布自己的房源信息，如搜房网，58同城，赶集网等，可以根据自己所在的地区进行选择合适自己的网络平台；想要提高房源发布效率，推荐使用易房大师房源群发。

b) 通过加小区的业主群来获得客源，有部分客户需要买房子，会先去通过小区的业主了解小区各方面的信息；另外，也有些小区业主会需要换大房子，或者小区业主的朋友需要买房租房。

c) 通过小区的业主论坛来获得客源，有些客户需要买房租房会直接在小区的业主论坛上面发布自己需要买房或租房的信息。

③广告贴纸

我们可以自己制作个 word 文档，上面自己写上业主急售+自己手机号码，然后打印成纸张出来，可以在小区的毛坯房去贴纸条，这也是寻找客源的一种方法。

④老客户介绍

我们要记住，在你手上已经买过或者租过房子的客户，你切记，不要忘记经常联系，老客户是你很大的一笔财富，如果不经常联系，那就是你的损失，因此你的客户维护是一个非常重要的工作。

这种客户最实在，有些已经租过房子的客户，过了一两年自己也会打算买房子，如果你经常保持跟他联系，那么他有这个需求，他就一定会找你买房子，另外，也有些已经租了房子的或者买了房子的客户，也会带自己的亲戚朋友来租房买房。

⑤身边的朋友圈

要懂得如何利用自己现有的资源和优势，你要让你的亲戚、朋友、同学都知道你现在在做房地产，朋友的朋友，亲戚的亲戚，都有可能成为自己的客户，而且，相对于是陌生人来说，亲朋好友的引荐更容易交易。

⑥不停派发个人名片

乔吉拉德就有个这样的习惯，在与客户见面时，总是会递交自己的名片给对方，第二次见面，第三次见面依然是发自己的名片给顾客，因为当你第一次发名片的时候，客户会很不在意，名片有可能会丢失，

如果见一面就发一次，那么效果就显而易见了，当客户有那么多张你的名片，当他有需求时，难道还不会选择找你买房吗？

⑦通过小区保安、清洁人员、装修公司、搬家公司等的介绍

平时可以多跟这些人员保持联系，有些来小区闲逛的客户，会跟小区的保安、清洁工等了解小区的信息，可以跟小区的保安、清洁工、装修公司等的员工达成协议，如果成交，提供客源可以分到 20%的提成。在寻找客源时要懂得利用自己现有的资源和优势，懂得把这些优势转化成自己的财富，要及时并且坚持性的去做这些事情。

⑧请自己的新客户帮忙介绍

房地产经纪人不要忘记时时宣传自己、推销自己，可以通过热情周到的服务，真诚的态度，时时为客户着想，赢得新客户的信任，然后让他们帮助推荐新的客户；

⑨同行介绍

任何一个业务人员，都会有相应的客户资源，如果一个人脉关系很好的业务人员，那么他就可以利用同行或同事之间有效的资源，获取相应的备选客户资料，并通过同行的介绍，亦能快速的进行客户的开发，提高客户开发的速度及成功率。

⑩影响力中心法

此法也可叫做人物带动法，任何一个小集体都有一个核心人物，他（她）可以影响这个范围内的许多人；房地产经纪人要想让他们成为自己的客户，必须将其核心人物作为攻坚的主要对象，使其理解房地产经纪行业，了解现今房地产业的市场行情，让其体会到专业服务，使其从排斥、理解到接纳；

3. 客户关系经营

①把客户的利益放在第一位；

②让客户对自己产生好感；

③培养终身客户；

④建立客户档案；

⑤了解客户的需求状况；

⑥给客户合理的分类；

⑦主动积极的跟进。

三、商圈精耕

1. 商圈精耕的好处

房产中介业务就象蜘蛛结网一样，要人脉广布。所谓〈商圈精耕〉就像种田一样，努力耕耘必能丰收。而商圈耕耘是最省时、最有效、最直接的方法，商圈精耕也可以提升公司在商圈的知名度与信任度，以便于增加附近社区的成交率。

2. 商圈精耕的核心

绝对控制有效资源，大幅提高成交比例及佣金，从而全面提升业绩。

3. 商圈精耕七问：

①你的核心商圈版图了然于胸吗？

②你关注的重点楼盘是哪几个？

③你的资源开发方式有哪些？有收获吗？没有收获的原因？

④你有合作社区吗？合作方式是什么？

⑤你的门店里有多少位老客户？你熟悉吗？联系吗？

⑥你有控制的房源吗？

⑦你计算过你的佣金折扣率吗？若低的原因？

4. 商圈的分类

核心商圈：最接近门店并且是高密度客户群体。范围距离门店0-1km内，成交量大、热点楼盘，门店成交占比55%-70%

次要商圈：临近核心商圈区域（车程10-20分钟），2-3个精耕楼盘距离门店0-2km内、成交较多、知名楼盘一般是门店成交占比15%-25%

影响力商圈：比较知名的楼盘，一般通过广告形式4-5个以内主商圈楼盘——距离0-3km内、有成交、有潜力的楼盘占比10%

5. 如何优先选择精耕楼盘

①距离门店2公里之内

②总户数1000户以上

③每月平均成交套数2套以上

④楼盘交付一年半左右为最佳

⑤交标的足以盈利一家门店

6. 如何精耕

①住宅区：了解该社区各户型面积及优缺点，主力户型是什么，社区内自住户数是多少户，出租是多少户，空闲是多少户，该社区的层高是多少，分摊面积是多少，楼间距是多少等。

②商店：了解该社区周围有哪些商场，距离小区是多少米，该社区周围有哪些有特色的餐厅，什么口味，什么特色。

③教育机构：了解该社区周围有什么幼儿园，入托的条件是什么，收费是多少，现在有多少小孩，这些小孩住在该社区的有多少，办托理念是什么，师资情况，该社区周围有什么小学，入托的条件是什么，收费是多少，现在有多少小孩，这些小孩住在该社区的有多少，办托理念是什么，师资情况等。

④政府机构：了解该社区的居委会是哪个，在什么位置，属于哪个街道管辖，该社区的派出所是哪个，在什么位置，该社区的管片民警是谁，多大年龄。

⑤互联网：了解该社区在网络系统里有多少套房源可以出售，有多少套可以出租。

⑥公司：了解该社区在系统里有多少套房源可以出售，有多少套

可以出租。

7. 商圈精耕的方式

①行销活动：派单（广场、超市、市场、写字楼、学校）；陌生拜访；电话拜访；开发信、楼层贴；驻守、举牌；人员合作；社区活动。

②成交开发：同行橱窗；报纸开发；网络开发；蹲点竞争。

8. 精耕行动

时间	行动
----	----

1-3 天	制作楼盘字典，了解进出楼盘所需资料，完成一次性看房
-------	---------------------------

3-5 天	与保安人员、物管公司、保洁、守车人员等交流，互留电话
-------	----------------------------

5 天后	带同事了解小区房屋，与现有房东建立深厚关系
------	-----------------------

定期	扫楼，蹲点，与相关人员交流
----	---------------

9. 商圈精耕注意事项

- ①不定时商圈调查，通过扫街和陌生拜访发现和挖到新的房源
- ②经常联系物管人员，加强合作
- ③多鼓励保安人员与自己合作
- ④多和关键人物保持联络
- ⑤准备专用文件夹

四、网络发布房源技巧

决定发布的房源信息的点击量和电话量的因素：标题、价格、面积、房源描述、室内图片、户型图、发布更新时间。

1. 发房源要素

发布更新房源信息的时间：决定网民能否浏览到我们发布的房源信息

房源标题：网民第一印象

价格面积：是否满足网民需求

房源描述：是否真实有效，吸引网民

户型室内图：清晰可见 突出优点

2. 把握时间

一般网民上网高峰期的时间段,早上:9:00—12:00 ,中午:14:00—16:00 ,晚上:20:00—22:00 。要把握时机,做好发布工作。全自动刷新会在晚23:00前刷完,两次刷新闻隔要40分钟。

3. 优质房源三要素

①吸引网民眼球的房源信息标题（卖点）

②让网民有购买冲动的房源信息描述

③真实、丰富的图片

4. 房源标题

写好房源信息标题,让网民狂点你的房源信息:

①深入了解该房源,写出该房源信息的亮点、卖点以及特色,吸引网民点击。

②突出价格优惠性价比,吸引“贪小便宜”的网民。

③善用问句表达方式，问句容易让人思考，思考让人目光停顿，目光停顿则产生点击。

④多用数字和数据，数字数据容易吸引注意力。

写好房源标题的七条建议：

①务实，切记广告过度 浮夸不实

②挖掘核心优势（精准定位意向客户）

③新颖 吸引眼球

④图文结合

⑤低价不是房源的唯一核心优势

⑥切记发布不合规则的标题

⑦言简意骇（30字以内）

5. 房源描述

①条理性：即让网民看起来更直观 又体现经纪人、房源网站编辑的专业

②专业度：给网民提建议，帮助访客做更明智的选择

③服务意识：站在网民的角度考试问题，把客户关心的问题回答给客户

④细节：字体大小有别 内容详略得当 侧重分明

⑤突出自己及公司的优势：让网民信赖你 给你掏钱的理由

⑥不要把文字写得跟口述一样 不然会难看

五、【附】房源标题描述模板

1. 房源标题模板

A) 针对买房结婚的：

1. 要结婚了，买房，装修，这里可以一步到位！！！！

2. 婚房！婚房！结婚啦！有了她就有可以有老婆了！

3. 离梦想很近！实现舒适三房！体验奢华生活！新婚首选！

4. 精致三房！时尚的装修风格！婚房优选！！

5. 此房源为结婚而备！为结婚而装！现因离开而售！寻找有缘人

6. 豪装婚房，不曾入住，是你追求生活品质的绝佳选择！

B) 针对还在观望的：

1. 如果要观望，我建议你看完这个房子后再观望，一定不会让您失望！

2. 所有人都在观望的时候！你敢出手吗？

3. 政策已经至此，房价逐渐回升，观望后悔莫及！

4. 独家房源！仅此一套！错过了就没有了，还在犹豫吗???

5. 观望是没有结果的，该出手时就出手，这才是硬道理

6. 政策在变，服务不变，婚房急售!!!

C) 针对想要投资的：

1. 观望是没有结果的，该出手时就出手，这才是硬道理

2. 送阁楼，相信独具慧眼的您会买就会赚，仅此一套

3. 投资少，回报高的性价比好房出售！

4. 黄金楼层，足不出户就找到好房!!!

5. 机会只有一次!!! 不看这套房子绝对后悔
6. 买房投资都请点击!!! 本房有很大的升值空间!!!
7. 忍痛急售!!! 业主急需用钱, 升值空间大, 转手就能大赚

D) 针对急售房的:

1. 周转急用钱, 好房特买三天, 绝不食言!!!
2. 震撼价: 精装新房卖毛坯价, 要买快来看!
3. 惊爆价, 稀缺复式, 个性十足, 仅售两天
4. 一克拉钻石品质, 机会只有一次
5. 什么叫真正特价房, 看看这套你会明白! 急售

E) 针对小区环境好的:

1. 好的房子不是用来欣赏的, 是用来享受的!!!
2. 毛坯房给您更多的自由装修空间
3. 精装两居地铁沿线超值因房子小换大黄金地

4. 花园式洋房，豪装黄金三楼，南师附中旁，有图有真像
 5. 高档小区，人文荟萃，高品质的象征，豪华婚装！
 6. 热销新房，全优的生活配套，环境绝佳优美
 7. 马上通地铁了，马上通地铁了，小区环境不错，经典小户型部
价低楼层好
 8. 小区环境不错，经典小户型部价低楼层好
 9. 新空毛坯！城北高档小区！纯本西班牙风格！
 10. 高档社区，景观好房，不可多得，稍纵即逝！
 11. 南北通透，次新小区，黄金地段，楼层好，采光很棒，性价
比高
- F) 针对靠近地铁的：
1. 未来地铁出口！升值空间巨大！三房急售！
 2. 紧靠地铁站的出口！未来升值空间巨大！
 3. 紧邻地铁口，稀缺小房型双南房，

4. 地铁三号线豪装稀缺小三房毛坯价格急售!
5. 马上通地铁了, 小区环境不错, 经典小户型部价低楼层好
6. 正规小区全明双南采光好房型佳得房率高 3 号地铁口精装
7. 豪华装修, 拎包入住, 真正的地铁楼盘, 升值空间无限

G) 针对语句优美的:

1. 难以被复制的全新浪漫洋房生活
2. 奢华电梯洋房让生活空间更惬意
3. 畅想真正的浪漫花园洋房生活, 回家就是一种度假
4. 小房子也有大风景!
5. 毛坯房给您更多的自由装修空间
6. 总有一处让人忘形的舒展自己
7. 让一家欢聚的余音绕梁
8. 充分呵护下一代的璀璨起航。

9. 南北高性价比景观入户露台，阳光清风随时造访生活。
 10. 空间布局有致，和谐有序，清新空气自由穿行
 11. 格局方正，双南设计，全明通透，豪华气派彰显无疑。
 12. 全身心漫步在一片阳光之中，闲适氛围随意流露。
 13. 精致户型——享受无限阳光生活。
 14. 宽敞自我天地——妆点雅致生活。
 15. 低调的奢华与张扬——深度的品质追求。
 16. 底层架空，少一层建筑，多一层温情
 17. 高低坡地，百余书中“简约式景观”不简单
 18. 超值两房|三房，小户型，大生活。
 19. 双层空间，小复式动静分离。
- H) 针对学区房的：
1. 精品学区房！低价急售！轻轨规划中！各自付税！

2. 地铁楼盘，学区房，精装，拎包入住！
 3. 地铁学区，南北通透好房型
 4. 全明户型，黄金楼层，阳光好，地铁口，交通便利，设施齐全
 5. 地铁房！精装三房！好学区稀缺房源
 6. 双学区！豪装好楼层！三房无税好房！
 7. 幼儿园（小学，中学）为您孩子插上梦想的翅膀
 8. 低调的奢华：欧式田园风，豪华装修，地铁盘学区房！
 9. 房主急售电厂未来暖气学区房，价可谈！
 10. 优质学区，尽可享受优质的教育
- I) 针对户型的：
1. 南北通透，两卧客厅全南，户型非常棒，有户型为证！！
 2. 年轻时尚，二居室，观景房，落地大飘窗，采光视野一流
 3. 难得一见的精装小户型，总价低，朝向好！

4. 经典3房! 东边户! 全明! 精装修! 两证齐全!
5. 婚装全明东边户三房, 格局工整合理得房率超高的
6. 明发一期纯板房, 稀缺户型三房急售! 房型极佳!
7. 新+阳光+好户型+双南全明+靠近天天乐园
8. 稀缺两房豪装拎包入住, 尽享优雅品质, 多重阳台飘窗
9. 经典户型设计, 合理空间划分, 内外兼修的品格建筑

J) 针对装修的:

1. 专家推荐: 豪华装修小三房, 拎包入住, 采光阳光好!
2. 高档小区, 人文荟萃, 高品质的象征, 豪华婚装!
3. 稀缺三房, 精致婚装, 绝对是您满意的居家首选之地!
4. 全新豪装, 电梯, 带产权独立车库很难得的!
5. 精致小户型, 精装送设施, 花不多的钱, 购温馨小家!
6. 精装两房, 送设施, 拎包入住, 总价低!!

7. 精装修，送全套全新家电，黄金楼层，不买你会损失哦！
8. 精品好房，适合年轻人首次购房，总价低
9. 精装两房真漂亮，错层设计真时尚！
10. 简单装修楼层佳，视野好超低价急卖好房 10 天有效
11. 中等实用面积，错层时尚设计，你梦寐以求的家！

K) 针对观景的：

1. 真正的景观好房，动静结合，悠然自得！！！！
2. 高品质的生活就在此处。
3. 高档社区，景观好房，不可多得，稍纵即逝！
4. 景观好，楼层好，超低市场价，好房不等人。

L) 针对自住的：

1. 黄金楼层，足不出户就找到好房！！！！
2. 纯毛坯，随时看房，采光好，送地下室

3. 性价比超高的三房，阳光，视线，无忧！
4. 买的就是大户，图的就是省心，好房子，好价格！
5. 各自付税，看房方便，房主急售，精装三房
6. 实木地板三房无税！楼层好超低价交通便利

M) 针对老人住的：

1. 一楼精装房，院子加盖两间已经开门
2. 快来抢一楼好房啊！59.59+20 平米院子加盖一间！
3. 福利房，豪装三室，有储藏室……
4. 老人最爱，居家首选，切勿错过
5. 正规成熟小区，小区中间非常安静，黄金楼层，光线非常好！
6. 地势好，阳光好，全明户型，小区环境好，实际面积大，性价比高
7. 年轻人过渡，老人养老，投资自住均适合
8. 反季节买，带暖气好房，图的就是性价比

9. 老人爱，居家首选，勿错过

10. 黄金楼层，足不出户就找到好房!!!

11. 难得一见的精装小户型，总价低，朝向好

N) 针对带户口的:

1、精装三房，配送储藏室，可带外地户口，绝对拎包即住!!

2. 单价不过万，可带外地户口，东南户型，黄金楼层，居家置业
首选福地!

3. 无营业税，无贷款可带户口，全新装修，新华四村!

0) 针对交通配套的:

1. 立体交通全程对接，主城生活唾手可得

2. 交通便利! 占据绝对重要的位置! 三房急售

3. 未来地铁出口! 升值空间巨大! 明发江景三房急售!

4. 紧邻地铁口，稀缺小房型双南房，仅售 xx 万

5. 地铁线豪装稀缺小三房毛坯价格急售!

6. 马上通地铁了，小区环境不错，经典小户型部价低楼层好

7. 正规小区全明双南采光好房型佳得房率高，精致两房

8. 地势好，阳光好，全明户型，小区环境好，实际面积大，性价比高

9. 多维度交通，出行自由自在，经典精致三房

2. 房源描述模板

A) 交通便利型

1. 交通便利，将来的地铁口，出门有人行地下通道，两边有 BRT 公交站牌；2. 饮食方便，出门过街有饮一条街，各个高低档次餐饮场所；3. 购物便利，周边有大商、食品城、菜市场、沃尔玛、新世界百货等大型购物商场。

小区地理位置好，位于商业圈，交通便利，出小区就是 BRT 站牌，小区周边配套齐全，银行、超市、菜市、学校、医院、商务会所，应有尽有。小区环境幽雅，绿化面积大，家里家室家电齐全，可带衣物直接入住！看房方便，提前预约！欢迎致电！

小区环境幽雅，闹中取静，小桥流水，绿树成荫，有篮球场，羽

毛球场，健身器材，还有火车头体育场。徐东中心，步行出门（不是驱车哦），3分钟车站，5分钟徐东新世界，8分钟销品茂吃喝玩乐全覆盖。此房精装修，以下为实景拍摄，机会！

此小区环境优美，绿化率高，闹中取静。虽然房龄不是很新，但就是因为它的地段的优越，小区封闭式管理，房型都是独门独户，所以一直被人们追捧。车站就在小区门口，商场和超市步行过去也只要10分钟。学校步行五分钟离得非常近。学校实行九年制学区房，生活中吃穿住行，样样都方便了！

此房格局很宽敞，采光通风俱佳；超舒适两房，南北房型，南北通透带错层的厅，房型正气，全明户型；小区位于XX路上，周边设施成熟，有大型卖场；出门对面就是公交总站台，交通便利；距开通的地铁站只需5分钟路程，升值前景不错；房东着急出售，房东心态很稳，您无需担心房东跳价问题！

成熟小区，朝向：朝南，户型开阔全明绝世好房。房间清爽干净，客厅宽敞大气，采光极佳，居住环境温馨舒适3好位置，好楼层，闹中取静小区介绍：物业管理完善，24小时热水，保安全天服务，小区绿化率高达周边配套完善！生活便利，交通方便，四通八达，本房政策出来没影响，保证真实！随时都可以约看本房。24小时恭

候您的来电！！

B) 户型优越型

1: 人文环境一流，隶属于中高档次社区。此房南北朝向，格局相当漂亮，双卧和客厅是分离开的，客厅有独立的2个面，特别好摆家具和电器。户型，位置独特，视野开阔，空气清新，紧对花园，特别适合居家过日子。清晨时，您站在客厅里，沐浴着旭日的光辉，精神饱和舒畅！本房价位超值，唯一一套抄底房，看房24小时热线电话：

2: 这套房子是南北方向的，户型超好，朝向南北，每个房间都很大，客厅空间很大，特别敞亮，采光相当好，从太阳升起来到落下一直都有采光；空间设计合理，小区管理制度完善，高层临江风水好。您的贴身置业顾问竭诚为您服务。花园式社区，有山有水有游乐场，健身区更是您不可不选的好去处。

3: 阳光充足，早晨的第一缕阳光直达，美丽的光辉成为一道风景，花园式社区，格局设计规整，空气清新，紧对花园，特别适合居家过日子。经典三居室，此房免5.4%营业税，业主自己住的房子，不用等待，直接可以入住、

4: 此房适用于办公, 户型大气, 空间设计合理, 小区管理制度完善, 高层临江风水好。业主诚心出售, 看房方便, 空房带空调, 可自由设计公司工作空间, 本人与业主沟通过, 房子基本情况和价格都基本如实说明, 如果您在其它地方看到类似房源与本人所发布房源有出入, 请视为虚假房源。

5: 装修精美, 光装修费就花费了 20 万元, 可以拎包随时入住; 阳光充足, 依山傍水, 人文风情浓味重, 是居家置业的首选!

6: 户型好, 通透性不错, 有正规的 3 个大卧室 2 厅 2 个大阳台的户型, 客厅大约有 45 平米, 落地窗, 大阳台! 主卧室带一个独立的卫生间, 私密性好! 布局合理, 有独立的大餐厅位置, 没有浪费面积, 利用率高、带电梯, 不用爬楼; 黄金楼层无遮无挡, 经济适用房满五年, 税费少; 产权清晰, 能随时办理贷款和过户手续、

7: 小户型两房, 总价低, 适合三口之家居住, 或小孩读书用; 房型正气, 全明, 采光极佳、通风好; 东南朝向, 阳台已封起, 阳光充足、视野开阔; 小区第二排, 距小区门口近, 出入方便, 又不靠马路, 无噪音干扰。

8: 小户型两房, 楼梯较缓, 如果没有老人入住, 还是很适合的; 干净, 不存在楼上晾晒滴水或落物; 安静, 安全; 屋顶隔热层, 不存

在夏天太热冬天太冷的现象；夏天蚊虫少；通风好，免受潮气干扰；阳光足，无遮挡；

9: 房子是通透两居室，2室2厅2卫，中间户，低楼层，满五年，唯一住房，免税费，装修情况：房子是精装修，房本情况：无贷款，满五年无税，拎包入住没有问题，小区里面稀缺户型，超级便宜俩居室，您尊贵的象征，您理想的家，千万不要错过哦！

C) 性价比高型

1: 客厅空间格局方正，自然开阔，摆放家具。大面宽主卧，摆放家具随心所欲，采光充分，明亮一片好心情，二人世界温馨倍至。大小适中的卧室，兼具儿童房的多种居住功能，自由创意生活空间。明窗厨房，在烹饪的同时，又可见到窗外美景，轻松不可言喻。功能齐全的盥洗室，使用率更高。

2: 客厅空间组合自然开阔，一家人温馨的时刻由此开始。大面宽主卧，摆放家具随心所欲，采光充分，明亮一片好心情，二人世界温馨倍至。南向儿童房，采光充足，更利于孩子健康成长。书房也可做电脑房，理性与感性兼容，为主人营造浓郁的书香气息。明窗厨房，在烹饪的同时，又可见到窗外美景，快乐心情每一天。当一切都在定格的时候，在线条和色块的组合空间，为您设计一份好心情。

3: 客厅空间组合自然开阔, 站在观景窗台前, 园区美景一览无余。大面宽主卧, 摆放家具随心所欲, 采光充分, 明亮一片好心情, 二人世界温馨倍至。五彩缤纷的童话世界, 让孩子的天真纯洁在小小的空间灿烂呈现。书房也可做电脑房, 理性与感性兼容, 为主人营造浓郁的书香气息。明窗厨房, 在烹饪的同时, 又可见到窗外美景, 轻松不可言喻。功能齐全的盥洗室, 使用率更高。超宽观景阳台, 又是阳光室的功能, 是全家人与自然交流的最佳场所。

4: 客厅空间组合自然开阔, 站在窗台前, 社区美景一览无余。大面宽主卧, 摆放家具随心所欲, 采光充分, 明亮一片好心情, 二人世界温馨倍至。南向儿童房, 采光充足, 更利于孩子健康成长。超宽观景阳台, 又是阳光室的功能, 是全家人与自然交流的最佳场所。可将洗衣机, 烫衣板等妥当安放, 生活次序井井有条。放置舒适的心情, 在一个溢满欢乐的空间, 尽享美好人生。

5: 书房也可做电脑房, 理性与感性兼容, 为主人营造浓郁的书香气息。明窗厨房, 在烹饪的同时, 又可见到窗外美景, 轻松不可言喻。与厨房相连, 与客厅相望, 巧妙自然的空间组合。功能齐全的盥洗室, 使用率更高。可将洗衣机, 烫衣板等妥当安放, 生活次序井井有条。在一个充满幻觉的空间里, 你身边的一切都真实存在。这是呼吸的韵律, 是思索的延续, 是充满灵感的空间。

6: 要置换的房子已经订好, 特降价诚心出售。而且房屋总价低, 全款或贷款均可, 买方自由选择; 满五年唯一住房, 免 5.65% 营业税, 不受新政 20% 个税影响, 最大限度降低买房成本!

7: 保值升值潜力分析: 价值取决于稀缺性, 取决于不可替代性, 物以稀为贵! 该小区的一切设计都是围绕适合居住这个核心。家家有景的景观设计, 九成以上的业主都是自己居住。它的这些不可替代的特点决定了它的品质, 也注定了它的价值; 随着城市的飞速发展, 在未来的五到十年内, 这里注定将被更多的有识之士所了解认可, 现在能够有机会拥有这样的房子, 确实是一件可遇而不可求的事情, 得之, 我幸! 不要犹豫, 马上走进揭开它的面纱, 解答你的疑惑。

8: 郑州性价比最高的农家庄园! 园区内空气清新、环境优美; 选择此处您就是为孩子提供一个识作物、辨蔬菜, 体验“谁知盘中餐, 粒粒皆辛苦”的情感机会; 为老人提供一个回归田园、健康生活的方式, 忆昔“采菊东篱下, 悠然见南山”; 为相爱的人提供体验“男耕女织”的无限浪漫, “你挑水来我浇园”; 为团队提供一个管理员工协作交流的人性化方式, 增强团队合作精神; 为家庭提供一年的真正的有机无公害蔬菜水果, 享用安全的餐桌食品; 为您自己享受休闲生活, 采摘的乐趣。您还等什么?

9: 正规户型: 1室。朝向: 朝南, 日照充足; 现在房子相比年初, 增值近 12%; 室内装修情况: 精装修, 拎包入住。客厅、宽敞、大方、使用率高、卧室温馨舒适、搭配心怡、厨房设施齐全、让美味来的更加轻松; 环境优雅, 低密度社区; 小区绿化率高, 让您感受像花园一样的家; 觉得不错的朋友, 可以随时来电咨询, 手机 24 小时为您开机服务。

D) 价格优势型

1: 总价低! 两房两厅两卫豪华装修, 只卖 60 万。豪华装修新。你可以直接入住! 省去装修花费精力和时间。交通便利! 生活便利。周边菜场, 学校。超市均在几分钟内能够到达! 房东已购新房, 诚心出售, 还可议价。好房不等人!!! 寻找有缘人!!!! 精品房源就在此!!!

2: 此房无论您是自己过渡周转、或出租给他人做投资, 也可以把家人接过来住, 实在不行也可一次性转让使用权, 灵活方便, 也可以把自己市里的房子租高价, 可以住咱们的小公寓! 用 3、5 年的时间就出来一套房子。生活便利, 交通方便, 四通八达, 本房政策出来没影响, 保证真实! 随时都可以约看本房!

E) 环境优雅型

该房房本已满5年。该房在小区中间位置，无遮挡，采光超好，是正规的两居，格局合理，利用率很高，无任何浪费的空间，适合投资房产，该地段升值无限。小区东边是XX路（开车五分钟即到），西边是XX路（步行3分钟），BRT公交站牌就在小区旁边，最多有半站地，有30多条公交经过，出行非常方便。周边设施齐全完善，有银行，各大知名超市，医院，邮局，各种餐馆，幼儿园，小学，中学，卫生学校，电力学校，娱乐场所，公园等等应有尽有，非常方便。

第六章 带看

一、关于带看

1. 带看目的

带看，顾名思义就是置业顾问带领意向客户实地看房的过程，带看是经纪人工作流程中最重要的一环，也是我们对客户进行深入了解的最佳时机，这一过程把握的好坏直接影响到交易的成功与否，带看把握得好，即使该次带看没有成功，也使我们对客户的需求和购房心理有了更深一步的了解，对以后的工作会有很大的帮助。

2. 带看流程

①带看前的准备

告知买卖双方该带齐的证件；与客户业主反复确认时间、地点；再次确认详细的物业信息；准备好带看的工具；提前做专业沟通，防止跳单；提前选择确定合适的带看路线等。

②带看中的注意事项

守时；按预定路线带客户带看，带看路途中与客户深入的沟通交流，讲解房屋的特点；看房时间的把握；在房内与同事营造紧张环境，引导买卖双方的思维，促使买方快速下定；防止跳单；

③带看后的分析与总结

带看后为双方答疑，判断买卖双方真实意向；分析带看过程中的失误；继续跟访买卖双方；继续约看。

二、带看规范与技巧

1. 带看前的准备

①带看前应提醒买方要带好有效证件，明确带看规则及收费标准，在客户认可的前提下，方可进行带看；

②向买方真实介绍房源信息以及卖方的基本情况，不可有夸大及隐瞒情况；

③与卖方或房源方经纪人再次确认将要带看房屋目前的各项状态，详细了解房主的具体情况；

④与卖方沟通，约定带看时间，并将买方情况向卖方作简单介绍；

⑤提醒卖方作好事前准备，包括通风、卫生、物品合理摆放、光线等方面的准备，指导卖方营造良好的气氛便于引发买方的好感，积极配合我方带看工作；

⑥提醒卖方关于出售房屋的手续各项条件并应准备齐全，如果买方有意向，可以顺利进行签约；

⑦再次与卖方确认房屋的具体物业地址、出售价格、面积，以免信息有出入，造成客户的不信任；

⑧与买方约定具体时间，详细地点。如初次带看，要对彼此的特征进行详细描述，以便迅速认出；约定的地点不能直接告知客户所要看的房屋的具体物业地址，可选一个有标志性建筑的地方，应尽量避免约在周边有很多同业公司的地点。

⑨带看前物品的准备：展业夹，指南针，计算器，米尺，名片，笔，便签，鞋套，口香糖，面巾纸，相机，公司资料，看房确认书，意向金收付书等；

⑩提前与客户和业主沟通，防止跳单

a)对业主：一会儿我带客户去看您的房屋，我会从专业市场的角度全力推销您的房屋的，根据我的经验，您不要表现的太过于热情，否则客户会认为您着急卖房，借机压价，一切交给我，您就放心吧！

b)对客户：业主是我的好朋友，跟我关系非常好（防止客户私下联系业主），您一会去就专心看房子，其他事情交给我搞定，如果您对房子满意，也不要多说话，恐怕业主会见风涨价，要是您对房子不满意，也不要当面说太多，我再帮您找房子，我们还要做业主的生意，希望您能体谅。

⑪针对房源实地了解选择带看路线，尽量避开一些周边环境的脏乱差，避开中介密集的道路，选择能够突出房屋优点（交通便利、配套齐全、环境优美）的路线，增加印象分。

2. 带看中注意事项

①守时，一定要比客户早到。近距离带看，最好选择与客户步行，以便于沟通及了解客户隐含的需求，更好的服务客户。

②打车带看，注意不要坐在副驾驶的位置，将客户独自置于车内后座，应同客户一起坐在车内后排座，保证客户在行车过程中的安全

和方便与客户沟通。若客户开车，应坐在其副驾驶位置上，表示尊重并且便于引路与沟通。

③带看时经纪人应按事先考察好的路线引领客户去看房，避免走坑洼路、危险路、环境不好的路，以保证客户安全以及带看效果。

④与客户的距离保持：应走在客户的左前方，离客户约半步距离，引领客户前行，并提示台阶等地面情况，时刻关爱客户。行走速度要适中，不可速度太快，导致老年客户或身体不便的客户跟不上，会产生不满情绪。也不可速度过慢，影响作业的连贯性和耽搁客户时间，使其对房屋热度降低，影响带看效果。进入电梯时，应主动开启电梯并扶门，至客户都进入自己方可进入，出电梯亦如此。走楼梯时，应主动搀扶老年客户，保护其身体的安全。

⑤与客户去往目的地时对周边环境的介绍

a) 小区情况介绍，服务设施状况

b) 所属学区

c) 医疗情况

d) 交通情况

e) 人文状况

f) 升值潜力

注意：对小区的介绍要详实、有吸引力，介绍时要有足够的信心表明对小区的熟悉程度。

⑥将上述状况根据客户需求点的不同，有重点地对客户进行讲解和介绍。

⑦进入卖方室内前，应礼貌的询问业主是否方便进入，待获得业主的允许后，方可带领买方客户进入室内。如果所带看房屋是装修过的，一定要注意自行准备好鞋套，保持地面的干净。

⑧在参观屋内设施时，不可随意走动，应在业主的引领下，带买方客户逐一察看，并作简单讲解及介绍。

a) 房屋朝向

b) 房屋大致年代

c) 房屋结构

d) 户型结构

e) 采光状况

f) 装修风格

g) 屋内设施及物品的赠送状况 (是否赠送一定要再次征求业主的意愿)

h) 房屋的瑕疵之处的改进意见

⑨带看经纪人应在带看过程中将房主与买方保持适当距离。作为买方的经纪人,应迅速的对于买方所提出的各种疑问给与合理的解释和回答,尽量减少卖方与买方的直接对话和接触,全面体现经纪人的服务价值。

⑩屋内看房时间的掌握

a) 毛坯房的带看最好不要超过十分钟,给客户提供一些装修方面的建议。

b) 装修的房屋带看最好不要在屋内停留超过二十分钟,要充分作好时间的把握,不可长时间打扰业主。

c) 对于屋内有老人,小孩,病人的情况下,应更加注意带看时间的把握,在保证买方能够基本了解屋内情况的前提下,尽可能的缩短

带看时间。

①如果买方客户在带看过程中，流露出购买意向，应立即将买方客户带离屋外或带回店内进行下一步操作，不可直接在谈判条件不成熟的情况下，在业主屋内进行关于价格的磋商和谈判。如有卖方经纪人同时到场的，可让卖方经纪人引导卖方，买方经纪人引导买方，充分体现房地产经纪人的专业素养，在防止跳单的前提下可试探双方的诚意，若没问题，可直接支定，并签署看房确认书，同时要初步约定签约时间。

②在带看过程中，对于房屋的各方面介绍，应本着实事求是的原则，如实进行介绍，不可随意夸大，也不可擅自贬低，不可有过激言辞及行为，也不可以显的漫不经心，不可以作任何不当承诺，不可以只答不问，应更多的在礼貌的情况下试探客户意愿，注意自己的言谈举止并保持端正的工作态度和严谨的工作作风。

③在带看过程中，应注意观察买方客户的表情和肢体动作，要恰到好处给予买方客户最贴心的服务和最恰当的帮助。

④在两组以上客户同时带看同一房屋注意事项

a) 按到达房屋地点先后顺序，确定带看先后顺序。

b) 只要有一组客户在房屋内进行带看, 其他组客户须在屋外等候, 不可两组客户同时在屋内看房。

c) 在屋内看房时间不可过长, 影响其他客户继续带看。

d) 若发生了二组或多组客户同时在房内看房, 尤其是还有同业其他公司带看, 应尽量避免客户之间的接触, 看完房马上带客户离开或回店, 咨询客户的看房感受, 防止其他公司切户。

⑤ 传递紧张气氛, 造成促销局面:

a) 根据提前安排好的多组带看时间间隔, 要保证彼此碰面, 形成聚焦。

b) 当着客户的面, 经纪人的手机来电, 假装其他同事的客户对该房屋已经考虑的差不多了, 准备付预定金, 恭喜同事, 表达自己的客户现在还在考虑, 透露非常遗憾的态度。

c) 假装接到自己客户的电话, 客户在电话中明确表示经过家人商量, 已经准备预定这套房屋, 询问相关后续事宜, 耐心解答的同时, 赞美客户的眼光, 电话结束后, 婉转表达意思, 表示遗憾的态度, 询问客户的意向。

d) 电话斥责同事：“已经与你说过了，我带老客户先看，怎么你又带客户看了，怎么能这么没有信用呢？”既做了辛苦度，让客户感觉受到重视，又传递了紧迫感。

e) 带看过程中接到同事电话，询问钥匙，假装同事的客户现在正在路上，带钱复看，准备下定，借机逼迫客户。

f) 偶遇同事，同事激动的表示，房子确实很不错，客户第一眼看上了，现在让他算费用了，如果没有太大问题就考虑下定了，借机给客户造成紧迫感。

⑩ 如出现客户多人（例如：一家子）来看房，应提前告知业主情况，并且寻求其他经纪人的合作帮助，以防服务不周及跳单的可能性。

⑪ 防止跳单：

a) 带看确认书一定要客户填写，保障我们的权益。

b) 看房时盯紧双方，避免客户和业主有过多的交流，永远出现在客户与业主中间。

c) 虚拟之前自行成交案例，向买卖双方讲解，将危害性夸大。

3. 带看后分析总结

①将客户带离房屋后，应礼貌的征询客户意见，解答客户疑虑。

②如客户时间允许，应将客户带回店内休息，并且作深入沟通，如客户对此房有意向，可以进行下一步操作。

③如客户时间不充足，应礼貌的同客户告别，并将客户送至临近车站或临街路口，并且再次确认彼此联系方式。

④针对带看过的客户，运用比较法，对比以前带看过的房子，突出优点，淡化缺点。

⑤对于一直不给价的客户：

a)虚拟一个客户出的价格判断客户的意向，争取客户出价；

b)通过询问付款方式，算贷款，了解顾客心理价位，争取客户出价；

c)对客户说：“我看你对房子还是较满意，我帮你约一下业主，砍砍价”，争取出价。

⑥如果客户出的价格与房屋底价相差不多或者十分接近后，经纪人要控制自己的情绪，千万不能表现出很兴奋的样子，也不要透露意向价格肯定谈得下来，更要坚持做辛苦度，表示这个价格只能表示去

谈一下，争取一下，业主态度十分的坚决，难度会比较大。

⑦针对出价低的客户

a) 坚决的表明业主不可能同意。早有人出这个价了，要是这个价的话，房子早卖出去了，还不知道卖了多少回呢！

b) 看房后还价太低还想看第二次，直接拒绝不用看，表明业主知道了这个报价根本就不考虑按这个价格卖，给客户另外推荐一套。（要拒绝客户，让自己占主动）

c) 如果客户还价始终很低，并且坚决不涨，就直接告诉客户房子卖了，客户确实喜欢的话，会很失落的，推荐其他房子，下次再看房子，会很配合的。或者找一个合适的理由告知房子由于什么原因还在。他应当会有失而复得的感觉，会比较冲动！

⑧如果客户不满意此房但又有意向买房，经纪人可将客户带回店，帮客户算算费用，（目的了解其经济实力），告知客户内网上有千条房源，我们可以在网上查一下其它房源等，主要目的让客户跟我们回店，再调配其他房子。

⑨如果客户坚决不回店内，则一定要将客户远送走，通过路上的沟通进一步判断意向，同时防止客户回去跟业主私下联络，如果客户

主动提出要经纪人先走，我们可以回答：“我一会儿还有一个客户要来看这套房子，我要等他”，断绝客户跳单的机会。

⑩带看后应将此组客户意见及时地反馈给业主及卖方经纪人，并且及时在跟访表以及内网上做跟进，保持信息的准确性和沟通的及时性。跟访内容：

- a) 买方隐含需求与意见
- b) 买方疑虑
- c) 买方出价价格
- d) 卖方此次带看过程中的配合程度
- e) 再次确认房屋价格底线
- f) 卖方上市条件

三、带看过程中的沟通技巧

1. 了解客户需求

对于了解客户需求的方法有很多，对房产中介来说有效的提问是获取客户需求的重要方法，提问技巧如果掌握到精髓，你可以通过提

问从客户那挖掘出很多有效的资料,这或许都可以成为成交客户的关键因素。

提问的技巧分为这六种:诱导式提问、开放式提问、引导式提问、封闭式提问、清单式提问、连串式提问。

在与客户交流中你要控制开始和结束的谈话,这样就可以让客户按照你的谈话方向,有助于你占主动地位,在询问客户问题时,可以收集到你想要的信息并发现客户真正的需求,有时候你满足了客户心中最想要的需求,有可能他会忽略掉其他有缺陷的地方。

2. 表达观点

在与客户交流中要采用简洁的语言,便于理解的方式,正确描述观点,帮助对方看到带来的好处。

3. 处理障碍

在交流中双方都会比较容易产生主观臆测,主观臆测会对沟通造成障碍,可能两个人想的就是不一样,谁都没有理解谁的意思,这样就会很危险了,所以最好的处理方法就是善于聆听,要听懂客户的思想。

4. 与客户要达成共识

在与客户交流中要尽可能的与客户达成共识，增加你的成交率，也降低跳单的可能性。

四、带看常见弊病

1. 带看前常见问题

①准备不充分

②对买卖双方的真实意愿了解不够清晰

③配对不科学

④缺乏起码的沟通能力

⑤对地域特点以及房源卖点不够熟悉

2. 带看中常见问题

带看机器现象

②缺乏起码的商务礼仪

③专业素养体现的少，主动咨询能力差

④被动回答问题，话语表达能力差

⑤防跳意识差，不遵守公司流程，不签署看房确认书

⑥一次带看只看一套房现象，浪费客户时间

⑦轻易的给客户做出不实的结论

⑧与同事之间缺乏信任与合作

3. 带看后常见问题

①轻易放弃客户或业主

②缺乏持续跟进客户和业主的能力

③缺乏看后的分析与总结的能力

五、小结（带看应对技巧）

1. 来到房源现场，详细了解客户的需求、动机、背景、经济能力、是否是 KEYMAN 等等，探寻客户的理想及要求。尽量避免与客户纠缠于带看确认书的条款。

2. 填写带看确认书，首先询问客户带证件没有，向客户表示看房需要做个登记，如果确实没有带证件则要求客户按手印，并给客户强调说明看房是免费的，简要的说明带看确认书的用途、我们的服务

和收费标。

3. 到现场前要提前和房东再行确认一下。敲门后要后退一步，露出胸卡或公司证件，以便房东从猫眼辨认。

4. 现场带看时须注意带看物件数量及“配菜”技巧；对于经纪人而言，带看过程所花费的时间很多，因此每一次带看务必讲求绩效；否则会浪费大量许多时间成本，产生所谓“无效带看”，为了降低无效带看的机率，除了做好评估需求之外，带看的物件件数及物件之间的搭配比较，亦是非常重要；并且在带看的过程中，即要探测出客户对哪一个物件偏好，即以该物件为强攻，利用其他物件来衬托其优点；

5. 至现场看房前务必请客户填写带看确认书，以作为将来向房东回报之依据和跳单预防。

6. 指出客户容易忽视的地方或者需要重点查看的地方。房屋的优点一定要反复讲，同时经纪人自己也要流露出赞许的语气。

7. 对客户问题有把握回答时，语气应重，音量要高，但当对问题不是较清楚时，语调、音量应中等。若不能回答，对提问一无所知时，说话要有底气，不过音量不要太高。如果对应该知道却不能回答时，要注意技巧，不能太过正面回答，要能迂回。

8. 发现房东和买方双方互通相关信息，应果断中止。（电话、住址、工作）。

9. 合适的带看程序，房源不宜太多，以 2-3 套为宜，以免混乱了客户的选择，反而适得其反。以坏--坏---好为带看原则，就是先看差的房源，好的房源最后看，让客户自己对比，感觉越来越好。

10. “说一分、听二分、想三分”多看、多听、多想，做适当的回应。不要喋喋不休，让客户感觉到你在推销，比如说：陈先生，这个小区的绿化环境还不错，你觉得呢？刺探客户的反应，加深客户对房子的理解。

11. 了解客户的兴趣和嗜好，和客户能轻松的引导出客户话题。在合适的时机中切入意向金概念。（如果对感兴趣的话，交点意向金，房东就比较好谈了。）客户感兴趣的时候会：询问具体问题，当面打电话或者与同行的人语言和眼光交流，提出细节问题，对于房间家具的摆放设想。询问产权细节，询问价格底线等等。

12. 提前给客户打预防针，不要让客户觉得他出的价格就一定能买到房子，要给客户留下这个价格问题可能还需要经纪人去努力，不要对买方打保票，否则很容易被动。

13. 不要让买卖双方私下沟通或交流以防甩单。如果买方人很多而卖方只一个人那我们就跟住卖方，反之亦然。

14. 在带看的过程中要随时促销（有其他的客户也看中了，房东急要钱着急便宜卖，或者和同事约好，在带看现场偶然碰到，以激发客户的购买兴趣。促使其尽快下定！）但是不要过于虚假和过度，要把握好尺寸。

15. 生动活泼的介绍，关心客户，注意细节，热情服务，让客户即使不买房子但是还是喜欢你的服务。

16. 客户参观现场一会儿后，若发现客户还算喜欢此房源，则应把握机会，找出客户的问题，再以反问的方式回答对方，藉以充分掌握买方的心态，如已感觉客户喜欢这个房子了，待参观房间时，可问“是否要把这张桌子留下来？”等类似的话，来肯定客户对房源的喜欢与否。

17. 买方客户如果要在现场谈价格的话，委婉简单的洽谈，因为保持愉快的话，可增加其回忆，房源现场参观是对日后成交有很大帮助，千万不可相信“客户看了就买”这回事。

18. 当买方客户在现场因价格而犹豫不买时，应让对方感到房源

机会失去的紧急性。

19. 带看中不要老是跟着客户后面，如影随形。要适当的留 10-15 分钟让客户自己独自感受一下，

20. 强调房屋的附加价值，不要忘了附近环境、公园、交通、生活的介绍。先介绍大环境，在介绍小环境。

21. 要引发客户的联想、认同感，让他觉得房子就是他的。（帮他设计家具的摆放位置，房屋的装修安排，房间合理：分配主人房，书房，婴儿房等，离附近学区的远近，阳台上风景的现场感受等等。）如：您的沙发摆在这个客厅更显得气派，这个房间正好可做小孩的游戏室，当您回家后不用担心停车的问题，太太接小孩后还可以在旁边的公园走走。

22. 用心做客户问题的解答，讲实话，据实告知，不隐瞒缺点，客户能明显看得到的缺点要早于客户之前提出，以取得客户的信任，当然，更不要遗漏房屋优点。但是不可过度让客户感觉你在推销。向客户介绍房子时，对于客户指出的缺点不要过分掩盖，利用话题将其注意力引到房子的优点上，并指出房子是没有十全十美的。

23. 不和客户争辩，耐心处理客户疑惑。争辩的结果是赢了道理，

失去了客户。要用提问式成交，（特点、优点、存在优势、举证）法则来解决客户疑问。

24. 对参观的房源现场的缺点，若能事先告诉买方，将可获取对仲介营业人员的信任，因为客户在听了营业员，对该房源解说其好处的说词后很容易产生先入为主的观念，所以一旦发现到有任何与其想象有所差异时，您所辛苦建立的信赖感就会毁于一旦。

25. 带看时间掌握适宜，见好就收。一般我们要求看房时间控制在 20 分钟以内，经纪人的时间也很宝贵，不能浪费大量的时间在带看上。况且每次带看的房子不止一套。

26. 嫌货才是买货人。越是对房子挑剔的客户，越是潜在的诚意买方。所以经纪人在带看的过程中要把握。

27. 对于重点推荐房源，带看尽量不要原路返回，可带客户周围走一走，亲身感受一下周围的环境，交通和生活便利设施。刺激客户的买房欲望。

28. 要求客户带钱来看，买方满意的时候，进行适当的促销，很多客户往往都会迅速交纳意向金。

29. 带看的时候避免太多专业术语，也不要高谈阔论，以免引起

客户反感。

30. 认真倾听客户的评价——无论是好的还是坏的，再提出一些问题以澄清客户的疑虑和希望。

31. 带看完成时要和房东和家人礼貌招呼致谢，打搅他们这么长时间，然后适当清理一下，给房东留下好印象。

32. 带看中对于客户的五个教育：

行情教育：进行二手房市场分析。

意向金教育：概念教育。

佣金教育：我们的服务是有偿的。

促销 SP 教育：加强购买方的购买意向。

卡位教育：价格卡死下限。

第七章 谈价技巧

一、谈价要点

1. 价值沟通是价格谈判的前提或先决条件，所以我们要和客户

谈价值而不是价格;

2. 只有满足客人真正的需求才能产生价值, 所以要推荐给客户最合适的房源是关键;

3. 作价值分析, 满足客人的真正的需求, 可以具体分析给客人: 我们的产品, 服务, 技术支持等能带给客人那些具体的好处, 并要解决客人所顾虑的一切问题;

4. 和客户站在同一战线, 不要让客户失望。

二、谈价技巧

1. 指出房屋的优势

首先, 每个房子的设计都不同, 即使是一样的设计, 也会因为朝向、楼层等有它的个体差异性, 经纪人只需要强调房子的优点就行了; 另外, 房子的周边环境也很重要, 植被是否达标, 房屋离超市的距离多远, 都能成为经纪人要价的有利工具; 再者, 还要利用房源地段上的优势, 比如一套房源靠近学校或者地铁站口, 那么它的价格肯定是要高于其他地段的类似房源了。

需要注意的是, 经纪人先要弄清楚客户的需求, 比如客户家没有

小孩，又想要过比较清静的生活，这时经纪人如果还谈学区房，那么成交的可能性就不大了，因此，弄清客户的需求比什么都重要。

2. 在适当的时机，制造狼多肉少的压迫感

大部分中介公司的房源都是公司内部共享的，经纪人可以与自己的同事打配合，在谈价的时候请同事给自己打电话，表明有客户要去看这套房，如果现在谈价的客户拿不下的话，同事的客户可能会把这套房拿下，虽然这个电话的内容是虚构的，却能给客户带来紧迫感，逼其少还价、早下订。

3. 利用行情涨势来提高价格

国家对市场的调控会对楼市产生影响，瞬息万变的时事也可能导致房源价格的变化，虽然今年房屋略有降价，但是总体的趋势还是在上涨，经纪人对客户阐述其厉害关系，加上舌灿莲花的交谈功力，迫使客户压不下价，乖乖就范下订。

三、谈价过程中的具体操作

1. 报价篇

如何报价是每个销售人员最为考验能力的工作，报高价怕客户不

接受，报平价怕客户还价，报低价则当客户要的时候业主不卖，导致不能成交或折佣成交。

1.1 报价可分为三种：

①报高价：在业主挂牌价基础上把价格报高；

②报平价：按业主的挂牌价直接报给客户；

③报低价：为吸引客户兴趣，在估计业主大约心理价格后以比挂牌价还低的价格报给客户。

1.2 报高价策略：

①什么时候报高价

当我们带看的房产比较有性价比，业主可控性比较强，最好是我们独家代理的房产，我们大多采用报高价的策略，一般来说，在原价格基础上加个 5 到 10 万是正常的，但也要具体区分标的，比如 100 万的房子，报高个 2 到 3 万是正常的，客户还价一般也在 2 到 3 万空间，标的越大，则加价越多，反之则加少些，很少有客户不还价，报高价是为了满足客户还价占便宜的心理。

②报高价注意事项

很多时候，我们报了个高价，但客户也许并不是只找我们了解该房产真实价格，所以价格报高后，客户如果通过其他途径了解到业主真实价格，就会对我们产生不信任，导致一个可能成交的客户流失，所以我们报高价一定要注意以下几点：

a) 和业主配合

价格报出去了，带看前一定要和业主沟通好，告诉业主，因为这个客户比较喜欢还价格，所以我们给他报了个比较高的价格，这也是为您着想，希望一会带看的时候，如果客户当面问您价格，您还请配合下我们，最好不要直接告诉客户您的底价，让他们和我们谈，这样我能更好的为您争取利益。

b) 带看前，给客户打预防针

告诉客户，这价格是业主在我司挂牌的价格，我和业主聊过，他不太喜欢人家当他面还价格，如果一会您看中房子，还请不要直接和业主砍价格，如果您直接砍价，业主可能会觉得您很想买这套房子，从而不肯降价，最好您哪怕真看中了，也不要表露出来，等回来我一定想法帮您把价格谈下来。

c) 如果同行报出底价或低价，或客户通过网络看到更低价格

告诉我们的客户：中介竞争很激烈，网络的信息大多不可靠，他们通过报低价的方式来吸引客户，然后给客户推荐其他高价的房子，或是为了让客户从他们那购买，而故意把价格报低，而实际上这价格根本不可能买到，当您真的要买的时候，他们就会说是业主跳价了，从而让您放弃购买这套房，转而买其他的房产。所以您不可以轻易相信他们的报价，从而错失一套很好的房子。告诉我们的业主，这客户房子看的很满意，但他可能会通过其他中介来探您的底价，希望您能配合我们，如果有其他中介来问您价格，您按我们给客户报的价格来。不要轻易放价给客户，我们会帮您争取更大的利益的。

③适合报高价的客户：

a) 喜好砍价的客户：这类客户比较热衷砍价，不论你报的什么价格，都喜欢砍一刀再说。

b) 上门客户：这类客户平常比较忙，没有太多时间上网了解价格，所以找不到对比，我们利用信息的不对称，报高价格并劝说其先看房，有利于成交，但要注意这类客户可能当天会多走几家中介，所以针对这类客户要懂的适时放价，当客户看中房子，但对价格太高表示一定要回去商量考虑的时候就要适时放价，告诉他这价格是业主的挂牌价，如果真的会考虑，给我们一个合理的价格，我们会帮他去争取。

c) 非常信任我们的客户：这类客户通过我们的长期维护，已经建立起信任感了，但大家不要觉得这客户信任我们，我们就不要报高价，信任归信任，价格归价格，在客户佣金没付以前，所有的客户都不会因为和你的关系好就一定在你手上成交。人都是追求利益的，之所以客户愿意信任你就是希望通过你给他争取利益，而房产的利益在于业主的让价及中介的折佣，所以为了不损害我们的利益，这类客户的报价一定要控制好。既不让客户失去对我们的信任感，也不让我们的利益蒙受损失。

1.3 报平价策略

① 什么时候报平价

当我们所带看的房产在市场上已经挂牌了很长时间，基本上所有中介都知道这价格，且业主出售意愿强烈，性价比不是太高的房子，业主有降价空间的，可以报平价，平价就是直接按业主挂牌的价格报给客户，来获取客户对我们的信任感，并且我们已经获知了业主的底价，可控性强的业主。

② 报平价注意事项

a) 再三确认业主价格是否有议价空间

平价指的是业主挂牌价格，一般来说，业主的挂牌价格都会有一定的议价空间，有的业主比较精明，不肯轻易透露底价，大多要求带客户来看，看中后再谈，所以我们报平价后，和业主的确认非常重要，这样不会导致万一客户看中，房东不但不肯让价，反而要跳价的情况

b) 向客户强调挂牌价格是底价，没有议价余地

一定要向客户强调业主所挂牌价格基本是底价，看中后议价空间有限，防止客户看中后又大力砍价，并要和业主做好配合，最好客户一旦问价格，要业主让客户和我们中介方谈。以方便我们逼意向。

c) 对佣金有保障的客户

对佣金有保障的客户，比如是已经付了意向，已经确认这个客户佣金不会打折，转意向过去的，且所出售房屋的已经有其他中介和该客户推荐过的，客户已经知道这价格的情况下。报平价最主要是做好佣金保障性，不能让客户占了房东的便宜还要占中介的便宜。

③什么样的房子和什么情况下适合报平价

a) 长期卖不出去的房子，业主心态不稳，有一定的议价空间的。

b) 房屋缺点比较明显，业主价格比市场价略高的。

c) 业主出售意愿强烈，只要客户看中了，价格可以再商量的。

d) 中介竞争激烈，性价比很高，但很多客户都知道这价格，并且这类房马上就能成交的。

e) 对我们信任度不高，同时找过多家中介公司了解价格及和每家中介的销售员关系都很好的客户。

f) 购房意愿不太强烈或对价格看的很重，但不太善于砍价的客户。

g) 能做主，并比较直爽型性格，同时对市场行情非常了解，喜欢在网上和到其他中介门店对比比较的客户。

h) 网络接的，并且开始看房时间较长，对中介行业了解及有多个不同中介多次为其找房带看的客户。

i) 佣金已明确，不会折佣，有其他中介已经推荐过的客户。

j) 接到过别的中介推荐，因和我们关系较好，希望由我们去带看或去谈的客户。

1.4 报低价策略

① 什么时候报低价

a) 低价是我们和同行竞争的手段;

b) 在一个客户有多家中介参与竞争同一套房的情况下使用低价策略;

c) 在我们网络发布低价接到客户也需使用低价策略;

d) 在多中介竞争一套房的时候, 为了逼客户下意向也可使用低价策略。

②报低价注意事项

a) 和业主沟通好, 不让双方当面谈价

和业主做好沟通, 不可让业主和客户当面对价, 以免双方都得罪, 业主会不让我们继续销售该房产, 客户也可能不再信任我们, 从而双双流失。凡是报低价的, 哪怕这价格也许就是业主的真正底价, 也不可让业主和买家当场谈及价格问题, 事前预防针工作必打。

比如一套 100 万的房产, 我们估计业主 98 万就可以出手, 且很多中介都告诉客户, 房东报的是 100 万的价, 我们要争取到这类型的客户和我们看房, 采用低价策略, 告诉这客户, 房东这心理价格应该是 98 万, 上次有客户谈到过这价格, 你只要和我们看房, 看中了,

我去帮你谈到这价格。

b) 低价报出去，要做好把价格抬上来的策略

低价报出去，如何让客户把价格加上来是重点，否则不能成交也等于白费，一般情况下需要我们先做足状况，来给客户造成不加价就谈不成的想法，同时让客户觉得即使加价也是值得的，从而有利于我们成交。

c) 防止同行来搅局

有时候我们和客户报低价，其他中介知道后会不断的给我们的客户反馈价格不正确，这时候如何让客户相信我们？告诉我们的客户，我们不可能故意给他谈个谈不下来的价格，因为这对我们没好处，这价格我们肯定确认过的，并建议我们的客户，和我们看的房子，我们报的价格不要告诉其他中介，以免其他中介会和业主撬边，导致本来能谈成的价格，因为其他中介的搅局，导致谈不成。

1.5 报价组合

① 高、平、低组合

我们分别准备了3套房，1套好点的，各方面比较适合客户的做

主推房，2套做对比房来看，主推房，我们报了高价，2套对比房其中比主推房略差的我们报个平价，最差的报个低价，那么客户的心理能否感觉到占便宜呢？答案是否的，只是让客户感觉到确实是什么样的房子卖什么样的价格，没能感受到性价比所在。

②低、平、高组合

同样三套房，主推房报低价，好点的报平价，最差的报高价。这样的组合，客户觉得占到便宜了，那么好的房子，价格反而是最低的，那么差的房子，价格反而是最高的，有可能促使客户下定，但同样的，加大了我们的谈判难度，导致有折佣的可能。

③高、低、平组合

目标房报高，较好些的报低，最差的报平价，客户心理，占不到什么便宜，反而对较好些的房产生兴趣，导致目标房推荐失去兴趣。

④高、平、高组合

这样的组合最有利于我们中介谈判的，三套房，主推房我们报高价格，较好的房子报个比较平的价格，最差的房子报个最高的价格，让客户感觉到占便宜了，我们也能从中掌握了价格的头寸，为我们下一步的守价及逼定做好准备。

当然，还有更多的组合方式，要做个有准备的带看，先要从报价开始，大家要根据客户的不同情况和房产的不同情况来研究客户的心理，判断客户的喜好及谈判的风格，从而快速理出适合这客户的组合方式，从而达到成交的目的。

2. 杀价篇

2.1 杀价方法

①假客户还价法

在和房东通电话的过程中阐明自己有客户看中了他/她的房子，关键词为“靠拢”，一定不要吝啬这个词，在房东那多强调几次客户有这样的意愿，希望房东能也很有人情的下调。一般这个房东的电话要持续几天跟进，初始说客户出价不要和房东之间的差距大于10万，并让自己的假客户活灵活现，一直在自己的合理预算中加价。最后须保留个几千到一万的差距顺利地让客户死掉。如此还价法，一般能和你继续下去的房东会有三个特性或表现：1. 诚心卖房；2. 对你印象加深；3. 房东其实很肯定你的努力，对你的人也提高认可度。

②一刀切式

跟进中和房东在电话里问过好之后，直接进入主题。跟他询问房

子以某种价格卖不卖，一般砍价区间在 15 万以上。一般为三句式，例如：“王先生啊，您这房子 120 万卖不卖啊？（原价 140 万）”“您 140 万的价格肯定卖不掉的？”“那您最低多少价钱肯卖呀？”看起来很简单三句话，成功的关键除了靠运气以外，你还价的区间也很重要，尤其是说的太少，根本闷不住房东的心态。这种方式大部分情况不强调你将给房东留下什么好的印象，你问话的口气也要很随意，他/她大多时间是在不耐烦的情况下让给了你几万块。业务员唯一要注重的就是心态要麻木，别自我设陷认为我一下子出比他低 30 万的价格不是找抽么。就是这招最简便的方式只要运用熟练，砍价速度是众砍价法中速度最快，耗时最短的。

③行情分析法

电话里给房东灌输最近大气候的微妙变化，或者是哪个板块多了个什么功能建筑对他所在小区的影响，或者讲例如股市等其他市场对房地产市场的影响。反正你可以天空海阔地吹，你可以跟他讲 GDP 的变化，汇率的变化，也可以讲股市牛了对房产有什么坏的影响，股市熊了对房产有什么坏的影响，小区对面旁边那家牛肉面馆倒闭变成了洗发店对小区房价有什么影响，隔壁那三条街又造了公用厕所对这个片区有什么影响，台湾阿扁又说了什么欠扁的言论对中国大陆房市的整体后两年的影响，你实在觉得自己举的离子没什么攻击性的时候，你

就把风水扯上搭关系。行情嘛，就在于你怎么把许多平面的事物串联成立体的一体。一般能接受你海吹三次的房东基本上以后有客户看中他/她房子后，你可以直接以市场砍价法去谈判，因为他/她基本上已经上了被你引导的船，你说什么他/她就会有相应的响应，只是程度上有些区别。这样的房东基本上已经上升到信任你的层次了，所以对这样的房东以后只讲究除了关键的最后的时刻不要欺骗人家了。

④政策分析法

这里的政策特指跟房产相关的政策，一般此潮来之前夕都会掀起房产的一番腥风血雨。你所要做到的是三点：及时、能算准、心态要硬。比如个税以差额方式强制出台，你得事先计算好如果要以那样交的话得是多少钱，别一开始还的价钱比人家将要交的税还要多，那在你单兵作战时，会适得其反。当然，当你以计算的方式还下第一步后，还要讲究第二通电话接着上，很多人奇怪，第一步不是说讲究还的价钱低于税吗，那后面怎么砍。后面再进攻的武器就是这个政策对房产的冲击影响太大，很多人看准政策一出台后，房市没法把税加上去而抬总价，而是整体价格下跌，这样房东到时不光税是一大笔，整个到手价随着房市的下跌而减少的更厉害。怎么去跟房东谈需要个人按照个人的思维整理好了再去实施，套路无非就是这样的模式。一般这样砍房东价格，房东在房子卖掉后一两月内是不会记得怨恨你的，至于

时间长的，靠运气吧。

⑤细算法

就是说你给房东细算每一项税费或佣金等，利用你对数字的专业来告诉他/她，你的价格全包变到手，到手变全包会对客户有什么影响。一般这里是夹着逻辑陷阱来还他/她的价，除了计算要精确以外，更要看口才如何使房东在数字上晕菜，大家可以通过跟进方式慢慢揣摩其中的细节要点，时间长了，不同个性的人，不同语言表达方式的人。就这点环节也能找出砍价的思路。因为我们比买卖房子的人专业，我们的话逻辑性强的话，数字的陷阱不在于在数字上做手脚，而是利用数字来调整房东的满足欲，这就是我用这招砍价的模式。

⑥单价砍价法

一般这种方式需要和其他砍价法结合起来实施，用这招的方式还在于，单价跟房东出价后，要告诉他两者的总价，让他主动只愿意在总价上让出点零头，然后再算出零头扣去的单价，你再加以定义再去砍，这种方法也可以形容成两段式，初始提出的单价只是引子，房东不大可能以单价让价，因为那将是庞大的数字，他/她在你提出单价的总价上做出让步，而你需要在新的单价下再提出一次单价还价，往往效果极佳。

⑦轰炸法

这种方式讲究的是团体批次作战，可与政策分析法串联，一般是一家公司的店长要求所有业务员，给某个小区所有房东打电话压价，而且一人压一次，不管你提出的政策是真是假倒不是最重要的，关键是一、许多房东或许还是互相认识或联系的；二、听的多了，有就蒙了，没方向了，那个价格哦。就不知道会被哪几个优秀的业务员砍了一次又一次。此砍价法威力十分巨大，建议在除了真的快出政策以外，就在公司快要面临倒闭时运用，出几个超级笋盘应该是问题不大，只要心别太黑就可以了。

3. 守价篇

在洽谈过程中，守价是达成交易的必经阶段，有效的守价能够使成交过程更加顺利，同时，这也是保障公司最大利益的有力武器。

如果说报价就是我们的攻，那么报出价后如何守价就是我们的守，一个优秀的房产经纪人，能攻善守才是良才，能攻不能守，等于白攻，守不住底线的房产经纪人是不合格的。同样的，能守不能攻也是很难做好每一单生意的。就好比一场足球赛，有攻有守才会精彩，只攻不守，必然会输，只守不攻也会平淡无奇或是输掉比赛。

3.1 守价原则

①对于不能成交的价格,我们要一口拒绝;对于能够成交的价格,我们也要守价。

当客户出到能成交的价格时,我们要注意以下几点:

a) 首先明确,客户没有预算问题只是寻求心理感觉,找平衡;

b) 每个人都有砍价的经历,成交需要曲折的过程,这样才会有成就感;

c) 如果一口就答应的话,或许客户会找一些理由继续杀价,不谈价格就会谈其他问题;

d) 先守住价格,确认一放价格,客户马上成交,再技巧的放价;

e) 后续的销售中,为签约留下余地。

②守价时我们不能一味的说“不行”,一定要告诉客户为什么不行。

最好的方法就是强调XXX的品质、优势。这样一方面能够继续加强客户认同,同时也在渐渐的提高客户的心理价位。另外,可以使客

户忽略其他的一些问题。

③守价时，要给客户实价销售的概念。

在守价的说辞中，对 XXX 企业的正规性，XXX 销售的透明度都要反复强调，如果客户产生价格有水分的念头，将直接影响到这户的成交，因为这时客户关注的已经不是产品，而是价格了。就算买了，对于之后的签约及进度都预留了很多困难，

④我们要让客户感受到现场的热销和巨大的销量。

只有这样，才能说明我们楼盘的优势是大多客户认同的，价格也是同样被认同的。这就是让事实来帮你说话，更加的可信，客户也不会觉得吃亏，让客户羞于讲价！

3.2 守价的状态要求

①熟悉产品，底气十足

对产品一定要熟悉，清楚、客户喜欢的这套房子与其他产品的区别，优势在哪里。要从内心里爱上这套房子，这样自己在守价的时候才会有底气，自信自然而然的就会产生。

②抓住需求，吸引兴趣

客户喜欢房子，才会有谈价的举动，抓住软肋后，才能在谈价中占据主动。关键时刻，可以佯装放弃（推荐其他房源）达到守价的目的。

③不急不燥，不卑不亢

双方的地位是平等的，客户有钱而你有房子，不能成交对我们是损失，对客户同样也是一种损失。

3.3 守价的注意事项

①业务员在坚持价格时，不能有犹豫。越坚持，客户就越相信你所说的是实情，这是必须的铺垫。

②客户初次提出打折，应以“XXX的房价都是明码实价，不可能随便打折”，坚定拒绝。但不要多说，放开价格的话题，等待其第二次试探。

③客户再三要求打折，在议价的同时一定要穿插对产品优势的反复灌输，让客户反复认同，形成潜意识

④如果客户打折意志十分坚定，则先探明其心理价位，让他先出价，在未探明对方心理价位或客户未出价之前我方不可先让价。

⑤谈价时，为自己留余地很重要，这也是为后续留余地，就算把价格放到了最低，也要在订单上注明优惠是与后续工作挂钩的。

⑥在没有给到底价的时候，不要有意谈到底价的概念，给再次放价制造困难。

⑦不要让客户有太高的期望值，不确定的条件千万不能答应，特别是在谈判桌之外的场合，尽量不要提及价格优惠的问题。

易房大师提醒您，在谈判时，我们经纪人要牢记：谁先出价谁先死，守价是个艰难的过程，在守价期间一定要记住，在客户没出价之前，不可以主动让价，好比我们去商场购物，如果由我们主动出价，一般来说很难以一个合理的价格买到合适的物品，同样的，如果商家先出价，我们再还价，然后再出价，再还价，几个来回下来，我们才有可能以一个合理的价格买下产品。只有逼客户先出价，这样，我们才有主动权。

4. 议价篇

议价的主动权的掌握在谁手中，前期的守价起着决定性作用，而且两方面没有明显的阶段性，议价中会不断守价，议价是更深层次的守价，议价更接近于逼定阶段。

4.1 议价的条件

- ①确定客户是否带有足够的定金;
- ②确定客户是否是决策者或者说决策者是否到场;
- ③经过一个守价的阶段,将客户的心里价位固定在可成交价格之上;
- ④确定房源无误,只有价格是未解决的问题;

4.2 议价的过程=引诱客户下定的过程

- ①将客户的优惠额度限定,不要让其有非分之想,额度也应有阶段性放出。
- ②在前期接待过程中,已经找到将优惠放给客户的合理理由,此时应引诱客户自行将理由向业务员表达,理由必须合情合理。
- ③最好引诱对方主动二次出价,客户投降的标志,在成交价之上同样也需要通过非常手段将价格争取到。
- ④达成最初的成交价的时候,应沉着冷静,不要让客户看出喜悦之情,再将价格整体确认一下。

⑤谈判是个寻找双方共同点的过程，客户在某一方面有要求，业务员应懂得要求客户在另一方面给我们让步；如：要优惠？可以，但可以的前提条件是：多买/多付款/尽快付款等等，否则很难。

⑥在议价的过程中，要注意现场的气氛，当谈判陷入僵局的时候应该即时的转移话题，从长计议。

4.3 议价方法

①对比法

思路：给房东推荐同园区相对较低的房源，对比议价；

A：X姐，您家楼上803跟您家同样户型的，前几天我们刚320万成交的，还没有过户。

其实房子能卖多少钱谁也说不清楚，但关键怕对比啊，换成是您买房，楼上320万，楼下的350万，您会买哪一套呢？其实我的客户也看过楼上的房子，只是客户觉得您人特别好，房子装修也比较符合他的品味，希望双方能各让一步，X姐，您就让一步吧。

②分析法

思路：给房东分析本园区成交情况，拿事实说话；

B: X姐, XX园现在成交的均价是30000元, 上个月共成交了7套, 最高的一套单价31200元(房子位置好, 户型好, 装修好, 楼王), 最低的一套单价28600元; 这个月目前才成交了两套, 单价都没过3万, 您现在的报价明显高于市场价。而且现在客源量大量减少, 成交量大幅下降, 我建议您调整一下价格, 尽快出手。

③诉苦法

思路: 告诉房东你为她的房子所做的努力, 但还没有卖出去, 应该降价;

C: X姐, 自从您上次在我们店登记以后, 我们便在网络和店面打了很多广告, 社区推广我们也重点推您的房子, 每次区域会我们都集中推荐, 但带看了这么多客户, 看上房子的倒不少, 但都反应一个同样的问题: 价格太高了。

X姐, 其实我实在不好意思跟您谈价, 也没必要谈你的房价, 因为又不是我买, 我非常想帮您把房子卖出去, 但这么多客户看了都是这种反应, 我不得不跟您反馈: 确实价格实在有点偏高啊。

④优缺点分析法

思路: 通过分析房子的优缺点, 对比其它已成交的房子, 来建议

房东合理的价格;

D: X姐, 根据我两年的经验, 您的房子最大的卖点在于: (比如装修、采光、户型等), 我们带户看房时也在极力推荐这些优点; 但您的房子也存在一些缺点, 比如(临街、朝向等); 同园区10号楼临街的房子最高的一套成交单价29538元, 151平米, 446万, 您这个价格实在有些偏高啊。

⑤客户分析法

思路: 通过分析客户需求, 换位思考, 来降低房东心理价位;

E: X姐, 根据我的经验, 买XX园的客户, 肯定是已经看好这个小区, 接下来要看的无非是房子和价格。看了这么多客户, 有好几个客户对您的房都比较满意, 就差价格了, 其实好房子稍微贵一点买了住着舒心也行, 但您这个价格每平米比均价贵出3000多, 这个价格在郊区都可以再买套房了, X姐我建议您站在客户的方面考虑一下, 这个价格真的太高了。

⑥自住屋主放鸽子议价

事先和房东约好带客户来带看或者复看的时间, 等一个小时或者两个小时再通知房东, 客户不来了, 因为家里人商量了以后觉得价格

高(或者其他原因),最终决定不来看了,达到打击房东心理的目标。

⑦预防议价

在委托的时候就要预防议价,也就是卡位,让房东感觉到他这个价格没有卖出去的把握,事先给房东打预防针。

⑧交错议价法

以别家中介公司的名义打电话,来达到议价的目的。

⑨空屋虚拟议价

门店自己有房屋钥匙的,将带看结果反馈给房东,借用客户的口来打击房东,比如房型不好了,治安不好啦,配套设施不完善啦,来达到议价的目的,或者买方看到这个价格,连看都不来看了等等。

⑩大平米,小平米的议价法

当房型足够大的时候,我们可以议平米单价,当房型比较小的时候,我们可以议总价。

⑪冷处理法

给房东晾一晾,让他自己觉得房源价格太高,无人问津。

⑫热处理法

现场带上现金，以诱惑房东下定决心。

5. 放价篇

不管是一手楼销售，还是二手楼销售，在与顾客买卖谈判中“放价”（一手楼常见是放折扣）是一门艺术，需要掌握火候，在恰当的时候对恰当的人放价才会起到效果，否则，多半是表错情，错失良机。

5.1 放价的前期准备

①要有预期，做铺垫，如有的客户买了几套才打了**折，言下之意：您不要有太高期望；

②情绪要把握，掉足胃口，推向高潮，表情：被强迫的无奈，为客户殊死一搏的斗志；

③最好要申请，把理由跟客户商量好，演练一下，如说是老客户介绍，是我家亲戚。

5.2 放价的原则

只有在可能成交的情况下才谈得上放价。

5.3 放价目的

①结束游戏或者启动二度谈价

例如，业主底价 45 万，你开价 47 万，顾客还价 35 万，凭我多年的地产经验，对于一套 45 万元的房子来说，35 万和 47 万之间差距太大，要拉拢双方成交的可能性非常小。这时，你的放价就只能是零，告诉顾客：“这已经是实价了。”这样回答的好处有：1、让对方心理明白知道，差距太大，没办法谈下去，没必要浪费大家的时间；2、如果顾客想谈下去，必须以我的报价来还价，而不是我根据他的还价再进行还价；3、生意不成，也就没有必要泄露房屋底价。

②结束房屋交易

这是售楼谈价过程中“放价”的主要目的，也是我们在售楼中要时刻掌握的一个原则。不能成交的谈价，坚决不放价；此外，放价是以成交为目的，所以一定要找对人放价，在现实售楼过程中，很多人非常喜欢砍价，但却没有决策权，一谈到要他下诚意金，这种人多半要回去“考虑！考虑！”，而回去之后，与决策人一商量，决策人是一定要再次砍价的。因此，你对一个没有决策权的人过早地泄露了底价，则多半在后半拍会受阻。就像本章中的第二位售楼代表犯的就是这种错误，在谈价之前没有搞清楚对方能不能做主，结果是到了关键

时刻，只能无奈地“纵虎归山”。

因此，要放价，一定要掌握“可成交”这个原则，对于不能成交的谈价，最好是“以不动制万动”，那怕是变成“逐客令”都好，不要轻易地陷入对方还价后设定的游戏规则，一定要主控谈价过程，以自己开价设定的游戏规则来玩下去。

5.4 放价注意事项

①放价不能过快

大多数人对太快得到或太容易得到的东西，总是持怀疑态度，因此，在谈价时，一般要求“喊价要高，让价要慢”，当然，高是有要求的，要求合理，如果太高，会让顾客认为你没有诚意，这样就有可能轻率地毁坏了整个交易。

②要进行技术性坚持

一般来说，买家喜欢试探价格，如果一经还价，就得到首肯的话，他一定会怀疑还有议价空间，是自己出价出得太高了。为了避免让顾客产生这种心理，我们在顾客还价后，一定要进行技术性的坚持，不管顾客还价是在业主底价之上，还是之下，第一个反应就是“太低了，猜想业主不会接受这么低的价格”。

对于顾客的还价，一定要有一个短暂、适度的坚持，这样做的目的主要有：一方面让顾客不要轻易杀价；另一方面则借机判断顾客是否有诚意以及是否决策人。很多时候，还不清楚对方是否决策人，就开始放价，结果到头来还是“竹篮打水，一场空”。

因此，在顾客还价后，一开始就要进行适度坚持，通过交谈测试顾客诚意度是否够，是否可以做主，是否可以先交些诚意金，在获得充分信息后，再进行价格的谈判，这样则更有利于掌控谈判过程。

③不要纵虎归山

在现实售楼工作中，顾客口头上答应以什么价格成交，而事后则反悔的事件实在太多。这种没有落实文字及保证的承诺，往往经不起中国的“理由”考验。因此，在谈价过程、放价过程的一开始就要灌输“诚意金”这个概念，并在恰当时收取，切不可放完价了，还是两手空空。

房产经纪人想要成就交易，并谈得个好价钱，以上内容和技巧是房产经纪人必须要掌握的，想要掌握其它更多开单技巧、逼定技巧等，请关注房客多订阅号，在微信上搜公众号“fangkeduoruanjian”即可关注，轻松关注一下，解你开单烦恼！

第八章 谈单技巧

一、谈判基本内容

1. 谈判的观念与心态

①谈判的目的: 形式双赢的局面, 要尽可能满足双方的第一需求, 以气势掌控局面而不是以气势压制任何一方, 建立彼此对等的地位, 谈判较易成功。中介是居间服务人, 要一碗水端平。

②不要损害诋毁藐视无辜、第三者的利益(如介绍人、风水师、律师、对方朋友等), 应见招拆招从专业上、逻辑上打败他, 用热情的肢体语言感染对方。

2. 谈判的时机

①在价格等交易条件存在差距时, 面谈有助于缩小差距, 加速中间环节, 增加成交概率。

②在价格等交易条件差不多的情况下, 面谈可以最大可能的把握住买卖双方, 降低交易变数, 促成快速成交。

3. 谈判要点

- ①任何时候都要让客户感觉到你的真诚和工作的塌实。
- ②任何情况下成交是第一要务。
- ③谈判时争取至少抓牢一方。
- ④经纪人要适当的坚持，永远做好人。
- ⑤不到最后不放价。
- ⑥促销时红脸与白脸默契配合。
- ⑦经纪人要把谈判节奏掌握在自己手上。
- ⑧经纪人对任何一方下承诺时应慎重，必须给自己留余地。
- ⑨谈判时尽量做到“四多一少”，即：多听多看多想多做少说。
- ⑩如要说服客户，首先要让对方觉得我们是在为他着想。分开谈判也是如此。

❶谈判时随时展示辛苦度。

4. 谈判中影响成交的因素

①物业地址

②权属情况

③产权取得方式

④年份

⑤管煤有线水电家具电等硬件设施的赠送情况

⑥交易价格

⑦交房时间

⑧取款方式

⑨取款时间

⑩付款方式

❶银行贷款

❷买方信用度

❸房产经纪人本身

5. 谈判的步骤

①准备

a) 要先确定买方要从多少钱出来谈, 然后打电话告诉买方因价钱差太多, 屋主不愿意出来谈, 然后再补通电话说屋主勉为其难答应出来谈 (对屋主亦可用此方法来说)。

b) 为双方约好时间, 告诉买方必须带定金, 并且要加价再出来谈, 否则不要让费双方面的时间, 并表示有一组客户出价比你高, 但尚未让屋主知道, 所以要把握机会。

c) 屋主这边最好价格先议下来并更改附表。

d) 确定买卖双方价位, 及双方价位设定。

e) 预定掌握一方, 提前 30 分钟到达做勤前教育。

f) 买卖带钱, 双方带权。

g) 座位安排。

h) 场地安排清除现场资料 (会议室资料及白板案源、橱窗广告)。

i) 塑造双方稀有性 (买方、产品) 不容错过。

j) 确定主谈及助谈人员。

②谈判

a) 经纪人要首先表明三个要点：此次双方见面透明化公开；双方都很有诚意；以前见面谈这种差距都一定会成。

b) 寒暄：双方介绍，拉五同，有点认同，不太熟。

c) 切入主题：价位曝光，第一波价差斡旋。

d) 双方坚持：拉开一方，双方做说服，适当让价、调价，第二波强力说服（往弱的一方谈）。

e) 双方分隔说服：洽谈人员两边串场，提供适宜讯息，影响两方判断，促进成交。

f) 价位接近，定金收据拿出来。

③结束

a) 填写定金收据。

b) 尽速签约（洽谈中带入签约条件）。

c) 送走一方：买方收斡、卖方更改附表、最后一次努力。

d) 失败处理：事后检讨改进之道，败因分析。

二、谈判原则

1. 差价原则

谈判初期务必不能告知房东和客户的底价，比如一套 135 平的房子，房东底价 240 万，我们给客户报 260 万，客户看完房出价 230 万，我们给房东说客户出 220 万，那么我们要用 260 万来斡旋客户从 230 加价，用 220 万来说服房东从 240 万降价。这样，同时降低双方的心理预期，双方其实只有 10 万的差距，现在我们手中的筹码每方却各有 20 万。（如果是给客户报的底价 240 万，那么客户出 230 万或更低，同理也要谈出差价，告知房东客户只出 220 万或更低，用 220 万来斡旋房东降价。

2. 软柿子原则

谈判过程中，没有到底是谈客户还是谈业主一说，哪一方好谈就谈哪一方，也就是柿子就捡软的捏！如果房东一分不降，我们就死谈客户加价，如果客户一分不加，我们就死谈房东降价，如果两方都能让步，我们就让双方同时让价。总之，谈判的目的是成交，两方必须有一方做出让步，否则签单无望。

3. 和谐原则

整个谈判过程必须保证房东和客户之间的良好印象，谈判很容易出现僵局，这时候房东可能埋怨客户太小气，客户可能说房东太吝啬，那么我们千万不能附和双方的话语，因为一旦双方交恶，谈判根本无法进行下去，双方都开始赌气了！即使成交了，后期做单也会带来无限麻烦！所以，我们必须告诉房东客户人不错很喜欢您的房子只是因为财务状况确实紧张才谈价的，而且他说了如果他钱多根本不会谈您的价；跟客户说房东人不错，如果不是因为对房子有感情不想贱卖，而且这个价格是让价很多次后的价格所以没法再让了，房东说了他也很想卖给您，想卖个好买主，他对您的印象很好……总之要让双方建立良好的印象，创造和谐的签单氛围！

4. 信任原则

以上三个原则，其实都有一个重要的前提在做支撑，那就是房东、客户对经纪人的信任。如果房东和客户对我们一点信任都没有或信任度很低，那单子谈起来就很费力了。不论是在带看中还是在谈判中，我们务必要取得双方的信赖和认可，比如在带看中表现自己没有吃饭的给客户找房或花了很多时间找了多少业主去陌拜找房，来取得客户对我们服务的认可。在谈判过程中，不断强调我们一直在做对方工作，

打了多少电话才争取到现在的价位，让他们感觉到现在这个价格来的不容易。总之，一定要提高双方对我们的认可，客户业主越是信任我们，谈判就越顺利进行。

5. 电话次数要大于电话时长

好多经纪人都有一个误区，总是希望通过一个电话就想把问题全部解决，殊不知这样做的后果是一个问题都解决不掉。因为，一个电话中你抛出去的谈价理由越多，房东和客户都需要时间去消化和理解，在他们对你的理由正在思考的时候？，你又抛出了第二个理由以及多个理由，结果就是房东客户都不知道该去从哪开始思考，只能挂电话了事。而且，你的理由一个电话就说完了，下个电话就再好找理由了，增大了谈判难度。正确的做法是，把你的谈判理由分解，一个电话过去主要说一到两点，让对方思考，听他的反馈！然后，结合他的反馈在组织话术打第二个电话，然后听他的反馈再组织其他理由打下次的电话。通过这样每隔 20 到 30 分钟的一个电话，房东和客户能够充分思考的理由，从而收到不错的效果。一句话，我们要靠电话次数来让双方让价，而不是单个电话的时间长短！毕竟，电话次数打得多了，就能刺激双方的紧张感和拱起双方的热度。

6. 中立原则

好多经纪人在谈判过程中，不能很好的摆正自己的位置，总是把自己牵扯到谈判中。经常有房东怒道：“到底是你买房还是客户买房，你凭什么说我的房子不好，我不卖了”！然后客户又对他说：“你要是觉得我应该加钱，那你替我加，我没钱，你觉得房子值就你买吧”！结果，把自己搞得里外不是人，谁都不说好！

原因很简单，就是没有保持中立！我们要记住：我们谈房东价格让他降的任何理由都是客户说的是客户的意思，我们谈客户价格让他加价的任何理由都是房东说的是房东的意思，我们不买房我们不能以自己的名义去让房东客户降价加价。

每次我们都要以房东的嘴谈客户，就说“客户说了大哥您的房子是北向的，朝南的才卖2万一平，结果您卖2.2万，实在太贵了，所以客户想让你价位落一些！”同理，我们要以房东的嘴谈客户时就说“房东说了，大哥这个房子装修花了60万，而且送车位，所以一点都不贵，他希望您能加上来”！这样，我们以双方的名义去谈，双方就不会责怪我们站着说话不腰疼了！才能更好地接受我们的说服！

只有，当房东和客户真的是征询我们的意见时我们才能以个人名义说话，给他们信心和建议！让他们让价！否则，一直要保持中立！

7. 倾听原则

在整个谈判过程中，我们切记不能再电话中滔滔不绝说个没完，我们在抛出一个理由后要注意倾听房东和客户说什么，听他们的反馈，让他们说！然后继续我们的谈话，这样通过交流我们就能真正把握房东和客户的真实意思了。经常有经纪人，给双方打了 3、4 个电话了，还不明白房东和客户的不让步的原因。其实，就是因为没有认真倾听只顾自己说，灌输给双方东西，忽略了最关键的反馈和沟通！

8. 敢于要求

在到了谈判的后期，双方的差距很小的时候或是谈判真到了无法进行下去的时候，我们可以大胆的要求房东“大哥，我觉得您也别坚持 240 万了，235 万卖了绝对值，您就信我的吧！”，同样对客户“大哥，都谈到这份上了，您别 230 万了，235 买了绝对值！”？

？在谈判的最后一步，临门一脚的时刻我们有些时候必须要站出来给双方信心，敢于要求！（但要把握好时机）

9. 拱热度

要想快速签单，就必须要让双方对买卖房子这件事重视起来，比如客户看完房出价了 230 万，跟房东的价位差十万，如果经纪人一味的只谈客户加价即使加到 240 万客户同意签合同了，很可能房东会说

太突然了他要考虑一下是不是房子卖便宜了，结果错失机会折单！

导致这样的原因很简单，就是房东热度不到，我们没有提前拱起他的热度，他没有感觉到谈判的难度，从而认为房价可能卖低了！

所以，为了避免出现这种状况，不论客户价格是否已经到了房东的心理价位，我们都还要就继续谈房东，告诉房东客户价位出不到希望您降价，让他感觉到谈判的难度，感觉到房子的价位其实已经很高了，避免跳价！举例：比如我们给客户报 260 万，客户出 240 万，其实已经到了房东的心理价位，但我们依然要谈房东，“大哥，客户只出 220 万，他说您的房价太高了，您得降”然后，频繁的多给房东打几个电话假谈，即使他的 240 万一分不降了，也没有关系，因为客户出到价了，而且他的热度也上来了，签合同就不会跳价了。

10. 放价原则

对于放价我们的原则是对方如果不让价，我们手里的价格筹码就一直不放。例：房东底价 240 万，我们给客户报 260 万，客户看完房出 230 万，那么我们用 220 万斡旋房东降价，房东如果不降我们也不要给他加钱，尤其在谈判初期，你越是给他加钱他越不会降；同理，用 260 万斡旋客户加价，他不加价我们就不给他放价，如果过早的放价只会提高他对房东降价的预期，从而不再加钱！（如果谈判出现僵

局了，在考虑特殊放价，但一般情况必须坚持这个原则)

11. 稳定价位

房东要价 240 万，客户出价 230 万，只有房东你谈了半天让他降价了或是没有降价但被电话打烦了（让他感觉到 240 万卖房已经很高了），告诉我们一分不降了，他这个 240 万才是稳定的价位。

12. 差价处理

如果房东要价 240 万，我们给客户报 260 万，结果客户还价 250 万，结果客户比底价都出的高。我们应该让利给房东，或者告诉房东我们给他多卖了 5 万是 245 万，告诉客户我们给他又争取了 5 万，是 245 万，这样双方都得到比原来的预期好的结果！客户给佣会很痛快，而且可以是全佣！如果客户要佣金打折，那我们就不让利给客户，给房东卖 250 万，让房东从多卖的房款中补回我们的佣金！如果维护的好，还可能作增佣，房东会返我们更多的佣金！

三、谈判技巧

1. 明确客户意向

在任何谈判开始之前，首先要明确客户的意向，客户是否明确自

己的选择，是否还在比较，是否还需要你进行再次的肯定。

①善听善问

当客户不善表达自己的意向时，我们可以通过不同方式向客户发问，从中了解客户的意向和需求。比如这样提问：

“您对房屋还满意吗？”

“房东人还不错吧？”

“您对环境还喜欢吧？”

②找准时机落实诚意金

当带看完成后，如果客户还在比较，就很有可能对所有楼盘都失去购买欲。这个时候就该抓住时机落实诚意金问题。而当客户落实诚意金后，也不可将客户置之不理，应多与客户沟通，肯定他的选择，以免客户会后悔并终止成交。

③一次落实条件及要求

你认为在房屋交易中，除了楼价外，还有什么可成为你谈判的筹码？（谈判的筹码：税费、业主维修基金、一次性付款、免租期、产

权是否可交易)

当双方的交易价格各不退让的时候, 我们可先落实其他的条件, 并按照先易后难的原则, 如先落实上述所提到的税费等。但这些条件必须在谈判之前以书面形式一次性落实好, 以免在谈判过程中失利。

④引导清晰

当客户明确自己的购买时, 他希望对整个谈判及交易的过程有清晰的了解(即知情权), 否则, 他会对我们的流程设防。

因此, 在谈判过程中要客户明白我们的工作程序, 减少客户不必要的恐惧和设防。

2. 如何说服客户

①利益汇总法

利益汇总法是在二手房销售当中最常用的方法。把先前向客户介绍的各项利益, 特别是获得客户认同的那部分, 一起汇总, 扼要地再提醒客户, 加重客户对利益的感受。同时向客户要求明确成交的意向。

说服客户时不要运用过多的专业术语, 这样会拉远你与客户的距离。

重复客户跟你提的问题，加强肯定，突出成交的利益。

利益展示要具体化，将具体的数字展示给客户。

不要直接向客户提出成交的要求，这会让客户犹豫，要帮客户圆场。

② 讯息对比

a) 一手楼与二手楼对比

b) 二手楼与二手楼对比（如大楼盘一般单价较低，小楼盘一般总价较吸引）

c) 行情对比

d) 规划走势，新楼盘对同边楼盘的辐射

记住：对客户来说，最具说服力的并非你本人，而是你所掌握的资讯。

③ 自我认同

当你发现某产品存在缺点时，你是否仍然乐于推介给他人呢？

每位消费者的价值观和消费观都有所不同，作为专业的房产经纪人，应持着客观的态度去对待任何楼盘的缺点，以专业的态度向你的客户作出推介。

④善于部署（针对有差额的情况）

要懂得多跑几个来回，让客户感觉到你在不断为他争取利益。

不要期望你的一个电话，可使你的客户有较大的让步。在谈判中做好部署，可使谈判在你的掌握之内，最终水到渠成。

3. 如何要求成交

①多次成交（成交的原则）

很少交易在第一次尝试成交就取得成功，聪明的你应准备好几次成交的步骤。一般来说，应该至少尝试四次成交，因为每位客户面临重要抉择时，都有举步为艰的感觉，心情一直摇晃不定，所以应该给他四次下决定的机会。但必须注意：

a) 灵活变化

不要重复相同的成交方法，这样使客人感到厌烦，需要用不同的成交技巧，提出不同的问题。

b) 运用激励故事

可以运用已成交客户的回馈，甚至以前的客人对你的感激等，使他设身处地的思考。

c) 逐点成交法

在众多成交案例中不难发现，优秀经纪人非常谨慎，对双方的每一次让步都以书面的形式进行落实。好习惯造就优秀经纪人。

d) 试探成交

假设谈判至某阶段，客户有意愿成交，在时机成熟的时候，可采取“试探成交”。若试探不成功，客户必然会说出目前仍不同意成交的理由（即异议），此时，可使用异议的技巧，进一步解除隐藏在客户的内心的异议，能让你早日达至成交。

要求做评估是间接要求客户决定成交的时间，要表示你乐意为客户解决问题，并提供有利的解决方法。

e) 以客为先

不要一味强调成交，而忽视了客户所提出的异议，否则，客户舍感觉到你的最终目的的只是佣金，而非服务。

f) 双方面谈

当双方的条件仍僵持不下，无法达成共识的时候，我们很有必要邀请双方到公司进行谈判，希望能争取最后的机会成交。但这样做会使我们的处境非常被动，因为当双方达成共识后，很可能会联合起来要求减低佣金的收费。而当谈判挫败，我们应提高警觉，要求双方当场签定放弃购买出售的协议，以确保我们的利益。

4. 如何异议处理

销售的每一个步骤，客户都有可能提出异议；越是懂得异议处理的技巧，你愈能冷静、坦然地化解客户的异议，每化解一个异议，就摒除你与客户的一个障碍，你就越接近客户一步。请牢记——销售是从客户的拒绝开始。

四、谈单话术思路指引

1. 谈房东思路

①首先谈大的国家环境，宏观政策调控，要控制房价，银行信贷紧缩批贷很难，导致市场上贷款买房的人贷不到款（70%的人买房都需按揭贷款），所以市面上买房人减少及需求量减少，那么相对来讲，需求量减少导致供应量增大，根据经济学原理供过于求必然导致房价

回落！所以，早一天卖出早一天受益，现在已经是房市最高点了，不要犹豫了！（一定坚持用客户的嘴谈房东的原则，这些都是客户说的）

②接着，分析小区最近的成交状况，成交量还是一直在下滑，客户观望程度很严重，需求量不是很旺盛，同时结合业主所在小区的价位，告诉他同样户型同样面积（用数字说话）的房子上周成交比他的价格低多了！用历史成交反映他房价的贵！逼他降价！（同样坚持上述原则）

③用客户的话，挑房子的毛病，给出房子的缺点让其降价。

④争取房东的信任，用自身的专业判断说服房东降价。

⑤如果差距不大，可以利用个人感情让房东降价，成全你的业绩！

⑥利用公司品牌进行说服，让房东信任我们。

⑦利用意向金谈判，告知客户的诚意，同时印证我们说话的真实性，博得房东的信任和好感。

⑧拉近双方距离，告诉客户客户很想买您的房子，对您印象很好，但房价已经是最高了，这个价位是我们花了大力气谈下的没法再谈了！

⑨制造紧张感，告诉房东客户这一两天就要定房，现在手里有两

套备选，我们一直主推的是您这套，但如果您一直不降的话可能客户就买另外一套了！

⑩同样的话重复说，一次不行两次三次……一直到说服为止，话术就几句，一定要不断重复，用电话次数轰业主降价！

2. 谈客户思路

①首先谈大的宏观政策，房地产是国民经济的支柱，国家再怎么调控也不能让房价下滑，毕竟房地产带动 160 个行业的发展，房地产冷一冷俱冷，政府的财政收入、人民的就业都会受到很大冲击！所以国家调控只是顺应民意，但不会真降！

②城镇化进程加速，大量的外来人口、农村涌入城市，不论学习、生活、工作、投资，都有大量的刚性需求支撑着房价，需求量一直这么大，供小于求，房价怎么会落！

③上述思路遵循用房东的嘴谈客户原则，同时介绍小区的历史成交，要用精确的数字说话，告诉他成交的都很高，让他赶紧加价！

④利用信任，从个人经验角度说服客户。

⑤差距小的话，哀兵政策，让客户成全你！

⑥拉近双方距离，告诉客户房东很想卖给您，对您印象很好，但房价已经是最低了，这个价位是我们花了大力气谈下的没法再谈了！

⑦制造紧张感，告诉客户房东一两天就要出手，现在手里有两个客户备选的，我们一直主推您，同时他也想卖给您对您印象好，但如果您一直不加的话可能房东就选择另外一个客户了！

⑧同样的话重复说，用电话量来轰炸！

五、谈判过程中注意事项

1. 房产经纪人要提醒在场所有人员将手机关机或调至静音状态，以便保证整个合同谈判的过程不被打扰，并安排好买卖双方自座位。
2. 尽量不要在电话中谈判。
3. 房产经纪人应在开始谈判前做自我介绍及买卖双方的相互介绍。
4. 在谈判过程中为避免给客户造成不公正、偏袒某一方的印象而造成谈判不畅或中止，房产经纪人必须要始终保持中间立场。
5. 谈判的原则：察言观色，见风使舵，机灵应对，外表诚恳。

6. 谈判时要注意自己的语音、语速、语调，不可态度傲慢无礼，也不要过于卑谦，要保持正确的工作态度，体现合同签署的公正性和严肃性。

7. 房产经纪人要在谈判过程中掌控现场的谈判节奏和气氛，保持三方相互尊重、相互理解的主导思想，使买卖双方在平等自愿的前提下进行谈判。

8. 当双方在谈判过程中出现意见僵持不下的局面时，建议暂时停止谈判。房产经纪人应委婉的将双方暂时分开，分别做工作，以缓和尴尬的气氛局面，使谈判重新进行。

9. 谈判中，经纪人应作为整个洽谈过程的主线来引导和帮助买卖双方围绕签约事项进行洽谈磋商，不可任其买卖双方的任一方长时间谈论与签约无关的自己话题，而分散双方的注意力和打乱谈判节奏。

10. 谈判过程中，经纪人应对整个交易过程及备件做详尽的讲解和描述，以体现专业，优质的服务，为下一步的签约奠定良好的基础。

11. 经纪人应正确应答客户提出的各种问题和疑虑，积极主动的做详细解释，但不可轻言许诺，口头担保等违反公司规定的言行。

12. 谈判过程中要及时掌握住客户心理和动态，预期到将要出现

的状况和局面，及时协调和掌控。

13. 谈判过程中，我方谈判人员不可将矛盾激化，应因势利导，先转移话题，再慢慢缓解，不要给签约制造困难。

14. 碰到买卖双方均很坚持己见时，可采用“我不欲战，划地而守之”之方式，暂时冰冻起来。

15. 谈价时要给自己留有余地。

16. 谈判时不要倾向与任何一方（让客户和业主感觉到他们是公平的）。

17. 在和客户谈判时说话要有底气、有自信，不要被客户或业主的气势所压倒，感觉到我就是专业的置业顾问。

18. 尽量避开双方有争议的问题谈，用其他的优点弥补其劣势。

19. 在没有把握的情况下不要轻易对客户有任何承诺。

20. 没有把握的同时尽量不要约双方见面谈。

六、逼单

逼单是整个业务过程中最重要的一个环节。如果逼单失败你的整

个业务就会失败，其实整个业务过程就是一个“逼”的过程，逼要掌握技巧，不要太操之过急，也不要慢条斯理，应该张弛有度，步步为营，也要晓之以理，动之以情。

1. 逼单技巧

①去思考一个问题，客户为什么一直没有跟你签单？什么原因？

很多同事提出客户总是在拖，我认为不是客户在拖，而是你在拖，你不去改变。总是在等着客户改变，可能吗？做业务从来不强调客观理由。客户不签单肯定有你没做到位的地方，想一想？这是一个心态问题！

②认清客户，了解客户目前的情况，有什么原因在阻碍你？你一定要坚信，每个客户早晚一定会跟你合作，这只是一个时间问题。我们要做的工作就是把时间提前，再提前。原因：意识不强烈，没有计划，销量不好，只是代理，建设新厂房或是搬迁，正在改制，品种单一，客户有限，太忙，价格太贵，对你或是公司不了解、不信任、没人管理等等各种理由，我们一定要坚定自己的信念。

③只要思想不滑坡，方法总比困难多。不要慌，不要乱，头脑清醒，思路清晰。有问题我们要去分析、解决，有问题是正常的，我们就是喜欢挑战，很有意思嘛，生活充满了乐趣，就像一场战斗。

④抓住客户心理，想客户所想，急客户所急，你要知道他究竟在想些什么，他担心什么？他还有什么顾虑。

⑤一切尽在掌握中，你就是导演。你的思想一定要积极，你怎么去引导客户将劣势变为优势，将不利因素变为有利因素。

⑥为客户解决问题，帮助客户做一些事情，为客户认真负责，为客户办实事、办好事，让客户感受我们的工作态度。

⑦征服客户，发扬蚂蝗吸血的叮与吸的精神，这种精神不仅体现在工作时间内，还有业余时间里，一定要有耐心，锲而不舍，百折不挠，用你的执著感动客户，要让客户说：唉，小伙子我真服了你了。你这种精神值得我们的业务人员去学习。过来跟我干吧！我高薪聘请。

⑧能解决的就解决，不能的就避重就轻，将问题淡化，避开。这就要求你头脑一定要灵活。

⑨假设成交法，是我们做单要常用的方法之一。先让他观看一下我们的客户案例，等。或者在签单以前先填写一下表格，当谈的差不多的时候，要说：我们办一下手续吧（签合同打款），不要说太刺的词语。

⑩逼单就是“半推半就”，就是强迫成交法，以气吞山河之势，

一鼓作气将客户搞定。让客户感觉的有一种不可抗拒的力量。

①编制一个“梦”，让客户想想我们的网络给他带来的各种好处，让他梦想成真。

②给客户一些好处（回扣），也可是最后的杀手锏，一定要抓住客户心里，怎么说，给谁？谁是重要人物，怎么给？让客户吃得舒服、放心。或者是以礼物的方式。

③放弃，当然只是暂时的，以退为进，不要在一些“老顽固”身上浪费太多时间，慢慢来，只要让他别把你忘了。

④领导托拉，不起积极作用，不向老总力荐。解决方法：

向该中层领导施压，向其灌输：我们向其推荐了，如果因为他的原因没有向老总说明，等老总重视这件事的时候却发现中层领导当时没有汇报，或竞争对手做的好，自己公司没有做到好处，老总找责任人，最终都将是中层领导的责任。通过这种责任归咎的方法，使其不敢怠慢。如果中间领导不重视，影响谈判进程，可从其他途径找总经理的联系方式与其直接对话。

⑤学会观察，学会聆听。在与客户谈单时，一定要多观察，通过对客户（眼神、举止、表情等）的观察，及时了解客户的心理变化，

把障碍消灭在萌芽状态；通过聆听可了解客户的真正需要，这样就容易与客户达成共识。

❶机不可失，失不再来。在与客户谈单时，因为你的介绍已经引起了客户的欲望，这时就应使用假设成交法，在与客户聊的同时，把合同及附件拿出，一边和客户聊一些和签单无关的事，如他们的同行发展状况或对他适当的奉承一下等，一边把合同和附表填好让其签字盖章。

❷抓住客户的弱点，临门一脚。在于客户谈单时，客户只要说网站肯定会做，但再比较一下，你回去等我的电话。这时尽量不要等，抓住客户的弱点，先奉承再逼单。

❸把握促成签单的时机。

人的心思是无法掩饰的，总会通过语言或行为表现出来。在访问时要留心观察。一般来说，以下所述为顾客购买欲望起动的時候：

1) 口头信号：

a) 讨价还价、要求价格下浮时。

b) 询问具体服务的项目，制作的效果时。

c) 询问制作周期时。

d) 询问网络的效果，目前为哪些客户带来较好的利益时。

e) 向自己表示同情或话题达到最高潮时。

2) 行为上的信号：

a) 不停地翻阅公司的资料时。

b) 要求到公司参观，参观是表现出对公司有浓厚的兴趣时。

c) 开始与第三者商量时。

d) 表现出兴奋的表情时。

e) 身体向前倾斜，不断点头向前倾，微笑。

f) 有犹豫不决表情时。

⑨促使客户做出最后决定。当你与顾客谈判进行到一定程度，遇到障碍时，要设法促成对方做出最后决定。对于不同的情况，可以尝试使用以下方法：

1) 假定客户已同意签约：当客户一再出现购买信号，却犹豫不

决时，可采用这个技巧，使对方按你的思维做决断。如：顾客对网络行业了解不多，但又觉得网络对企业、产品宣传是有好处的，而不知做哪版，我们可以对客户说：“（某某）总，您看是先暂时将您的网站建立起来，再视效果增加功能，或者一次性将您企业、产品的宣传建得全面一些，要做就做最好的吗？反正也没多少钱！您看呢？”这样客户就会被引入到你的思考中，不是考虑做不做，而是考虑怎么做，实际上就是同意做了。使商谈在这种二选一的商讨中达成协议。

2) 帮助客户挑选：一些客户即使有意做，也不喜欢迅速签下单，而是在公司的选择、网站的效果等问题上打转。这时，我们要审时度势，解除客户的疑虑，而不要急于谈订单的问题。

3) 欲擒故纵：有些客户天生优柔寡断，虽然对你的服务有兴趣，可是拖拖拉拉，迟迟不做出决定。这时，你不妨故意收拾东西，做出要告辞的样子。这种举止，有时会促使对方下定决心，但是在竞争比较激烈的情况下，可不能真离开客户，即使离开了，也要马上又联系，以免被人钻了空子。

4) 拜师学艺：在你费尽口舌，使出各种方法都无效，眼看这笔交易做出成，不妨试试这个方法。譬如说：“（某某）总，虽然我知道网络宣传对您公司很重要，可能我的能力很差，没办法说服您，我

认输了。不过在认输之前,请您指出我的错误,让我有个提高的机会?”象这种谦卑的话语,不但很容易满足对方的虚荣心,而且会解除彼此对抗的态度。他可能会一边指正你,一边鼓励你,说不定又带来签约的机会。

5) 建议成交

a) 既然一切都定下来了,那我们就签个协议吧!

b) 您是不是在付款方式上还有疑问?

c) 您是不是还有什么疑问,还要向人咨询吗?

d) 我们先签个协议吧,我也开始准备下面的工作,好早日让你们的广告宣传早日面向消费者,早日受益。

e) 如果现在签协议的话,您觉得我们还有哪些工作要做?

f) 您希望你们的广告宣传什么时候面对消费者?如果您们要求很快的话,我们就得赶快做了,譬如签协议、准备资料等。

2. 签约时的注意事项:

①小心说闲话,以免前功尽弃,不能轻易让价。

②尽可能在自己的权限内决定事情，实在不行，则打电话请示经理批准，一定要让客户感到你已经尽自己最大努力帮助客户争取最多的利益。

③不露出过于高兴或高兴过分的表情。

④设法消除对方不安心理，让其觉得是最好的选择。

⑤早点告辞。

⑥不能与客户争论——到了最后阶段，而不可因客户的挑剔言论而与其争论。

⑦立即提出付款。

第九章 客户管理与维护

一、客户的管理

经纪人在日常接触的客户中，成交的客户毕竟是少数，有很大一部分客户都不能马上做出买房的决定。对于一个经纪人来说，这部分客户绝不能放弃，还要保持联络，使之成为潜在客户。这也是经纪人业务拓展重要的资源。

试问：作为一个资深经纪人你主要业绩靠哪些来支撑，还需指望店面接待和扫楼吗？不是，是靠你的客户维护带来的源源不断的资源。好的客户跟踪和服务你会建立起强大的客户网络，获得更多的推荐业务，使业绩得以质的飞跃。但是，如果我们只是肤浅的应付跟踪或者不跟踪，客户资源白白流失，业绩也停滞不前。做好客户跟踪，获得优质的客户推荐，对于经纪人创造好的业绩来说尤为重要。售后服务可以为经纪人培养“终身顾客”，进一步创造“终身价值”。

请记住，唯有超越顾客的期待，方能达到全方位的“顾客满意服务”，进而成就你自己的事业。

1. 搭建坚实的业务基础

必须从房源、客源一点一滴做起，积少成多，由量变最终转为质变。有些经纪人认为，房地产作为一个大宗商品，普通老百姓大多只能消费一次，不会重复购买，为此对那些已经购买了房子的客户就不再加以重视。其实，很多客户虽然没有能力购买第二套、第三套房子，但他们却能通过另外一种方式为你增加客户来源——他们可以帮你介绍客户，使你获得更多的准意向客户。此外，也不能否认有些客户确实有二次置业或多次置业的能力，要知道，现在以房子作为投资的客户还是大有人在的。

2. 建立详尽的客户档案

①整理客户的所有相关资料电话、住址、工作、收入、家庭情况、客户等（越详尽越好）

②对客户进行分类

A类客户的定义：

对于A类客户经纪人一定要时常跟进，取得客户的认可，对其匹配的房源一定要到位、准确。由于这类客户购房意向明确，对其满意的房屋要加紧跟进，争取最快时间签约。（注意：时间上一定要把握好，了解清楚客户的作息习惯，抓准时机一锤定音。）

B类客户的定义：

对于B类客户购房意向不是很明确的情况下，要经常引导客户，明确客户的购房意向。可先试探性推荐几套有可比性的房源，供其挑选。当经纪人清楚了客户的购房意向时，在引导客户遇到适合的房子要下决心去购买。（可以用适当的刺激方法，如：找出一套房子比较适合客户的，再告知已卖掉了，让客户自己觉的是由于没有抓紧时间而导致的结果，下次沟通中这类客户对于经纪人就十分信任了，这样经纪人操作范围就更大。）

C类客户的定义:

对于C类客户,由于市场上适合C类客户的房子不多,可以少带看,多联系,让客户们觉得这样需求的房子很难找,当有满足其要求的房子出现时,一定要立刻下决心购买。(注意:不要自我设限,也可以适当引导,C类客户也是可以转变成为B类和A类客户。

③客源管理方法

a)建立客源档案,详细记录客源信息。

b)区分客源类别,为A类客户不断地提供带看,保持不断的接触。

c)定期回访、追踪近期的客源,与自己的客户保持联系,掌握他们的需求及意向转变。

d)培养良好的心态,始终相信自己是在帮助客户选择他们想要的房产,我们实在为他们提供方便,我们要和他们建立一种工作状态下的朋友关系。

e)将最新的市场行情、法律、法规及时的告知我们的客户,取得他们的信任并建立友好的关系。

注意:深层了解客户的需求;经纪人匹配房源要精准;经常和客

户沟通，关注客户的变化。

④有效客源分为三种，怎么服务？

a) 实在客户，有明确购买欲望，而且选择地点、户型价格，急为准客户---> 70%时间用在追踪服务。

b) 潜在客户，有明确购买欲望，但选择方向不明确---> 20%时间追踪服务。

c) 没有明显购买欲望，而且选择方向也不明确为隐性客户---> 10%时间用在追踪服务。

3. 及时开发并消化有效房客源

①做房产方面的专家

保证信息与客人有效的过滤。请记住：服务好一个客户，他身后还有一大片市场。做本区域不动产方面的专家——因为专业才值得信赖。

a) 硬件——外在仪表。谈吐。销售工具（专业表格。文件类。数码相机拍照）记住：没有第二个机会能改变客户对我们的第一印象。

b) 软件——具有丰富的房产方面的相关知识：业务知识，金融知识，权证知识，法律知识，投资理财，公司强大的销售网络平台。

c) 提供专业的服务——解绝客户的疑难——超越客户的期望——赢得客户的信赖——产生对你的信任——心甘情愿付出。

d) 作不动产专家应达到的目的——让客户他或者他身边的朋友，只要有房产方面的需求，第一个想到的就是你。

②优质服务体现

a) 永远多做一点，从细微入手

b) 了解客户需求的迫切性

c) 对客户永远要有耐心

d) 超越客户的期望

③客户跟踪

a) 要持续、有效的跟进和联系

——了解客户最新的需求动态；购房的意向；向业主汇报带看情况；朋友有没有房产需要打理。

——不定时向客户提供最新房地产市场动态、咨询。建议用“深圳君贤公司”的短信群发，保持紧密的联系和推广之余，也不像电话那么烦人。

——随时随地关心客户的生活：

1) 节日问候、短信、鲜花

2) 搬新家的问候？

3) 处理客户的难题

b) 及时、适时的进行客户跟踪

——尝试建立亲密的个人关系。

——经常向客户通报市场信息。

——了解客户的购买进程及最新的购买需求。

c) 与客户建立朋友似的关系

人们总是喜欢同他们熟识值得信赖的人做生意

老年朋友——忠诚度高

中年朋友——理性置业者

青年朋友——易沟通、易搞定

d) 怎样建立朋友关系

1) 真诚相待、高度信任

让客户相信与你相处就象给保险公司打交道一样保险

2) 找到彼此共同兴趣爱好、产生共鸣

3) 树立良好的个人品质——热情、自信，敬业

4) 多为客户的利益着想

成为了朋友，那就一切尽在掌握中——牵着客户的鼻子走，你还怕不成交吗？

二、老客户的维护

优秀的房产经纪人 60%的业绩都来源于老客户，那么应该如何对老客户

户进行有效的回访，创造新的价值呢？

1. 注重客户细分工作

在客户回访之前，要对客户进行细分。客户细分的方法很多，经纪人可以根据自己了解的具体情况进行划分。客户细分完成以后，对不同类别的客户制定不同的服务策略。

对客户进行细分也可以按照客户的来源分类，客户的来源包括：电话咨询客户、自主开发的客户、广告宣传引来的、老客户推荐等；在客户回访前，一定要对客户做出详细的分类，并针对分类拿出不同的服务方法，增强客户服务的效率。

总而言之，回访就是为更好的客户服务而服务的。

2. 明确客户需求

确定了客户的类别以后，明确客户的需求才能更好地满足客户。特别是最好在客户需要你之前，进行客户回访，才更能体现对客户的关怀，让客户感动。

我们回访的目的是了解客户对我们推荐的房源感觉如何，对我们公司和经纪人有什么想法，成单的可能性有多大。我们回访的意义是要体现我们的服务，维护好老客户，了解客户想什么，要什么，最需要什么，我们需要客户的配合，来提高我们自己的服务能力，这样才

会发展得越来越好。

3. 确定合适的客户回访方式

客户回访有电话回访、电子邮件回访及当面回访等不同形式。从实际的操作效果看，电话回访结合当面回访是最有效的方式。

按销售周期看，回访的方式主要有：

①定期做回访：这样可以让客户感觉到公司的诚信与责任。定期回访的时间要有合理性。如以客户咨询后一周、一个月、三个月、六个月……为时间段进行定期的电话回访。

②提供了接触之后的回访：这样可以让客户感觉我们的专业化。特别是在回访时发现了问题，一定要及时给予解决方案，最好在当天或第二天到现场与客户进行问题处理。

③节日回访：就是说在平时的一些节日回访客户，同时送上一些祝福的话语，以此加深与客户的联系。这样不仅可以起到亲和的作用，还可以让客户感觉到一些优越感。

4. 抓住客户回访的机会

客户回访过程中要了解客户的不满意，找出问题；了解客户对本

公司的系列建议；有效处理回访资料，从中改进工作、改进服务；准备好对已回访客户的二次回访。通过客户回访不仅解决问题，而且加深客户关系。

5. 回访时有效选择时间段

客户一般分为两大类：上班族、无业族，对不同的客户要采取不同的电话回访策略。

上班族：对上班族客户不要选择早上电话追踪，因为早上是上班族最忙的时候。一般来说，他们都不会和你用心交谈。中午也不是最佳时机，由于中午休息的时机比较短而且都在急急忙忙的吃饭，所以通常都不选择在此时间追踪。那什么时间是最佳时间段呢？根据数据分析显示，这一类客户他们通常在晚上 7-8 点钟是比较闲的，因为他们在忙碌的工作后终于可以在家放松紧张了一天的神经。这时候如果你给他们电话，他们都会和你用心交谈。

无业族：一般来说无业族客户早上都在睡懒觉，这个时候你打电话给他们，只会敷衍你几句。晚上也不是很好的时间，因为晚上他们通常都约了一帮朋友在外面喝酒聊天，不会和你聊这些问题。午后的时间才是他们比较闲的，这个时候交谈较佳。

在给客户电话之前首先要明确自己的意图和目的,切记千万不要拿起电话不加思考地给客户打过去。

6. 利用客户回访促进重复销售或交叉销售

最好的客户回访是通过提供超出客户期望的服务来提高客户对企业或产品的美誉度和忠诚度,从而创造新的销售可能。客户关怀是持之以恒的,销售服务也是持之以恒的。通过客户回访等售后关怀来增值产品和企业行为,借助老客户的口碑来提升新的销售增长,这是客户开发成本最低也是最有效的方式之一。

开发一个新客户的成本大约是维护一个老客户成本的6倍,可见维护老客户是如何重要了。制定回访计划,何时对何类客户作何回访以及回访的次数,其中的核心是“做何回访”。不断地更新数据库,并记录详细的回访内容,如此循环便使客户回访制度化。日积月累的客户回访将导致销售业绩的大大提升。

7. 正确对待客户抱怨

客户回访过程中遇到客户抱怨是正常的,正确对待客户抱怨,不仅要平息客户的抱怨,更要了解抱怨的原因,把被动转化为主动。例如抱怨来自房源的不满意(户型采光不好、物业服务不好、交通不方

便等等)、来自经纪服务人员的不满意(不守时、服务态度差、服务能力不够等)等方面。

通过解决客户抱怨,可以总结服务过程,提升业务能力,还可以更好地满足客户需求。客户回访是客户服务的重要一环,重视客户回访,充分利用各种回访技巧,满足客户的同时创造价值。

三、维护客户注意事项

1. 依赖依靠让客户形成依赖,客户提出的任何特殊要求、或者隐性的需求一定认真对待,千方百计地找到合理理由给予合理答复,用细节感动客户。

2. 刚柔并济

在维护客户关系过程中,一定要认真耐心听客户讲完,并且能准确的判断他想表达的意思,碰到钉子户也要拿出平和的心态,不急不燥,淡然待之。在客户触犯你的谈判底线时,要对他斩钉截铁的表示拒绝,很多时候,你明明知道客户的要求是不可能兑现的,但也要先稳住客户,让他对你充满期待。

3. 信守原则

一个信守原则的人必然会赢得客户的尊重和信任。在维护客户关系过程中, 请不要轻易承诺客户什么事情或者什么条件, 你要有一种使命感的责任态度来兑现自己所说的每句话。如果轻易承诺, 一旦没有满足要求, 那么你在客户面前就成为不讲诚信之人, 这对于今后的合作是非常不利的。

4. 互惠互利

在与客户进行沟通的过程中, 其实很多优秀的销售人员都会在销售沟通过程中有意无意地使用一些让步方式, 销售沟通中的让步策略如果运用得当, 那将有利于实现买卖双方的双赢, 同时也有利于长期销售目标的实现。

5. 赢得口碑

赢得客户和行业的口碑, 你的客户就会在多数也是他同行的朋友中推荐你, 营销的最高境界, 是让客户主动来找你。无论你从事什么行业, 一定记住, 如果想在该行业中长期发展或有所作为, 请自己留给这个行业一个良好口碑。

6. 跟踪追踪

对于房产经纪人来说, 在维护客户中, 一定要多次跟踪, 要把他

真正成为你的顾客，定期给顾客一个问候或祝福，会让客户觉得非常温暖，体会到你的真诚，客户在有需求时会第一个想到你。

7. 运筹帷幄

在维护客户关系中，一定要把主动权留给自己，而不是让客户牵着你的鼻子走，真正维护客户关系的手段，是日积月累的处理与客户之间的大事小情，比如节假日时发短信问候，定时电话问候，定时拜访交流，赠送一些当地土特产。为你下一步的意图留下伏笔等等。

对于维护客户过程中一定要细心加主动，维护客户关系：你的心在哪里，那么你的客户就在哪里。

第十章 房产中介门店管理

一、房产中介开店流程

首先要：企业名称预核准（工商局）→验资（会计师事务所）→办理相应的前置审批手续→申请营业执照（工商局）

1. 选择公司的形式

普通的有限责任公司，最低注册资金 3 万元，需要 2 个（或以上）
股东

从06年1月起新的公司法规定，允许1个股东注册有限责任公司，这种特殊的有限责任公司又称“一人有限公司”（但公司名称中不会有“一人”字样，执照上会注明“自然人独资”），最低注册资金10万元。

如果你和朋友、家人合伙投资创业，可选择普通的有限公司，最低注册资金3万元；如果只有你一个人作为股东，则选择一人有限公司，最低注册资金10万元。

2. 注册公司的步骤

①核准名称

到所在辖区工商局去领取一张“企业（字号）名称预先核准申请表”，填写你准备取的公司名称（一共5个），由工商局上网（工商局内部网）检索是否有重名，如果没有重名即可使用并核发一张“企业（字号）名称预先核准通知书”，费用是30元（可以检索5个名称）。

需要时间：三个工作日

所需资料：

(1) 法定代表人、股东身份证复印件或者法人的身份证明复印件;

(2) 注册资本金额及各股东投资比例;

(3) 公司名称字号五个以上;

(4) 公司主要经营范围, 以及经纪人证书;

②租房

去专门的写字楼租一间办公室, 如果你自己有厂房或者办公室也可以, 有的地方不允许在居民楼里办公。

租房后要签订租房合同, 并让房东提供房产证的复印件。再到税务局买印花税。税率是年租金的千分之一, 将印花税票贴在合同的首页。

③编写公司章程

可以在工商局网站下载“公司章程”的样本, 修改一下就可以了。章程的最后由所有股东签名。

④刻法人名章

到刻章社，刻法人名章（方型）费用 15-20 元。

⑤领取银行询征函

联系一家会计师事务所，领取一张“银行询征函”（必须是原件，会计师事务所盖鲜章）。如果你不清楚，可以看报纸上的分类广告，有很多会计师事务所的广告。

⑥去银行开立公司验资户

所有股东带上自己入股的那一部分钱到银行，带上公司章程、工商局发的核名通知、法人代表私章、身份证、用于验资的钱、空白询征函表格，到银行去开立公司帐户，你要告诉银行是开验资户。开立好公司帐户后，各个股东按自己出资额向公司帐户中存入相应的钱。

银行会发给每个股东缴款单、并在询征函上盖银行的章。

注意：公司法规定，注册公司时，投资人（股东）必须缴纳足额的资本，可以以货币形式（也就是人民币）出资，也可以以实物（如汽车）、房产、知识产权等出资。到银行办的只是货币出资这一部分，如果你有实物、房产等作为出资的，需要到会计师事务所鉴定其价值后再以其实际价值出资，比较麻烦，因此建议你直接拿钱来出资，公司法不管你用什么手段拿的钱，自己的也好、借的也好，只要如数缴

足出资款即可。

⑦办理验资报告

拿着“股东缴款单”、“询征函”、“公司章程”、“核名通知书”、“房租合同”“房产证复印件”到会计师事务所办理验资报告，费用一般 500 元。

⑧注册公司

到工商局领取公司设立登记的各种表格填好，包括设立登记申请表、股东（发起人）名单、董事经理监事情况、法人代表登记表、指定代表或委托代理人登记表。填好后，连同核名通知、公司章程、房屋租赁合同（一年以上的租赁协议原件）、房产证复印件、验资报告一起交给工商局。

一般 5 个工作日后可领取执照（各地时间略有差别）。

⑨刻制公章

参股股东中包括法人股的应持其中一家法人单位介绍信，营业执照副本原件，章样一式两份；参股股东中无法入股，即全部为自然人参股的应由法人代表办理，携带本人身份证原件、复印件各一份，营

业执照副本原件、复印件各一份，章样一式两份。到公安局指定的刻章社，刻公章，财务专用章。

一般费用在 120 元-180 元。

后面步骤中，均需要用到公章或财务章。

⑩办理企业组织机构代码证：

凭营业执照到技术监督局办理组织机构代码证，一般费用是 80 元（各地不等）。办这个证需要半个月，技术监督局会首先发一个预先受理代码证明文件，凭这个文件就可以办理后面的税务登记证、银行基本户开户手续了。

⑪去银行开基本户

到银行开立基本帐号（同时注销验资帐户）。

在开设银行基本帐户时，可根据自己的具体情况选择银行。

企业设立基本帐户应提供给银行的材料：

(1) 营业执照正本原件、并复印件 3 张。

(2) 组织机构代码证正本原件，并复印件 3 张。

(3) 公司公章、法人章、财务专用章。

(4) 法人身份证原件，并复印件 3 张。

(5) 国、地税务登记证正本原件，并各复印件 3 张。

(6) 企业撤消原开户行的开户许可证、撤销帐户结算清单、帐户管理卡。

所需时间：七个工作日后到开户行领取基本帐户管理卡。

备注：企业有销户凭证的，应在开户时一并交于银行；如非企业法人亲自办理还需代理人的身份证原件。

备注：以上材料为通常银行所需，各地方银行有新要求或新规定企业应以银行为准。

凭营业执照、组织机构代码证，去银行开立基本帐号。

⑫ 办理税务登记

领取执照后，30 日内到当地税务局申请领取税务登记证。办理税务登记证时，必须有一个会计，因为税务局要求提交的资料其中有一项是会计资格证和身份证。

⑬ 申请领购发票

如果你的公司是销售商品的，应该到国税去申请发票，如果是服务性质的公司，则到地税申领发票。

最后就开始营业了。注意每个月按时向税务申报税哦，即使没有开展业务不需要缴税，也要进行零申报，否则会被罚款的。

开公司的创业者比较关心如下两点：

a) 公司必须建立健全的会计制度，你可能担心自己不会，怎么办？刚开始成立的公司，业务少，对会计的工作量也非常小，你可以请一个兼职会计，每个月到你的公司帮你建帐，二、三天时间就够了，给他 200-500 左右的工资即可。

b) 公司的税额：

营业税：销售商品的公司，按所开发票额的 4%征收增值税；提供服务的公司，按所开发票额的 5%征收营业税。

所得税：对企业的纯利润征收 18-33%的企业所得税。小公司的利润不多，一般是 18%。

对企业所得税，做帐很关键，如果帐面上你的利润很多，那税率

就高。所以，平常的购买设备都要开发票，你吃饭、坐车的票都留起来，可以做为你的企业运作成本。

二、门店店长的行为规范

店长是公司制度和理念的执行者，是公司盈利的重要保障，是市场最前线的指挥官，是一线经纪人的老师和朋友，是客户信赖的最终谈判参谋，公司良好形象的树立者。

店长，是一个房产中介公司长久发展的基石，门店好了，区域自然好了，区域好了，中介公司就会得到良性的发展。所以说，一个房产中介公司的好坏，关键还是取决于每个门店店长管理水平的高低。

优秀的店长都有共同点，那就是出色的领导能力、沟通能力、教练能力，这三项能力与门店业绩息息相关。

1. 优秀店长的定位

优秀店长的标准是什么？

——业务先行者，人才培养者，基层管理者，经理储备者。

店长要做的心理准备：

a) 角色的转换：销售者——管理者

b) 树立自主经营意识：凡事不要有等、靠、要的观念。

c) 基本法的利益：层层管理、充分、授权（种好自己的一亩三分地）。

d) 不要怕遇到高手

2. 优秀店长的特质

①积极乐观的心态

日出东山落西山，愁也一天，喜也一天；遇事不钻牛角尖，人也舒坦，心也舒坦；常与知己聊聊天，古也谈谈，今也谈谈，不是神仙胜似神仙。

②丰富的业务知识

房产知识，交易流程，政策法规，基本法，公司的企业文化，业务相关的知识等。

③较强的专业技能

打铁必需自身硬，熟练的掌握专业化销售流程、增员技能。

④一定的综合能力

沟通能力、协调能力、领导能力、管理能力、应变能力、观察能力、处理问题、应急能力。

⑤优秀的人格魅力

凝聚力、亲和力、战斗力。

3. 店长身份职能

经纪人——业务销售（房客源开发、带看、签委托、磋商、签合同、售后服务……）

主管——业务销售、辅导、陪同、追踪

经理——培训、训练，日常管理

总监——策划、推动

4. 店长岗位职责

①了解公司的运营方针和工作计划；

②及时传达解释并执行公司的各项政策、制度；

③负责制定店面的目标任务并带领成员完成每月业绩指标;

④合理分配小组成员, 并将业绩目标进行分解;

⑤制定连锁店的培训计划, 将培训课题和培训人员分解到每周, 由店长进行培训, 培训结束以后要进行必要的考试, 对员工的培训效果进行评估;

⑥挑选和培养优秀成员向公司推荐, 为公司进行储备人才;

⑦指导店面经纪人进行房源、客户的跟进工作, 帮助新员工提高业务能力;

⑧每周要针对业绩倒数的员工进行座谈, 帮助分析问题; 针对业绩突出的经纪人要适当的进行鼓励, 同时提醒戒骄戒躁;

⑨除公司的激励政策以外, 开展店内业务竞赛, 制定本店的激励措施;

⑩负责房源开发与积累, 积极提供优质房源, 并与客户建立良好的业务协作关系;

⑪组织、撮合、协调委托客户就交易进行谈判, 并良好的控制交易节奏;

- ⑫参与项目的营销策划，提出客户服务的改进意见；
- ⑬熟悉团队每笔业务的具体情况；对每天的业务进程进行统计，分析与跟踪；
- ⑭制定和完成团队房源及客户开发计划；房源客源店内配对共享；
- ⑮建立房客源档案、成交客户档案；
- ⑯进行竞争对手的市场调查，想出对应措施；
- ⑰处理业务中一般性具体问题：业务咨询、电话沟通、谈判组织、价格协调、物业交接、售后服务等。
- ⑱进行竞争对手的市场调查，并提出有效的应对措施或建议；
- ⑲及时、准确按要求向上级领导提供销售信息及各类报表；
- ⑳及时发现所管店面的可疑行为，做出正确判断及处理措施；
- ㉑组织店面人员总结交流营销经验，了解市场动态，积极学习房地产等相关知识，提高个人的业务水平；
- ㉒对店内的卫生、经纪人着装进行检查和监督；

③维护公司形象和无形资产，保持专业服务工作状态。

三、门店管理纲要

1. 新人培训

①第一步 帮助新人融入团队（1-7天）

a)给新人安排好座位及办公的桌子（注意：店面经纪人没有固定的桌子，大家都是随意坐的，店长会安排一个固定的抽屉，让新人拥有一个固定放东西的地方）。

b)开晨会，组织店面所有同事自我介绍，相互认识一下。

c)店长与其单独沟通，让其了解公司企业文化，发展规划，并了解新人专业能力，家庭背景，职业规划与兴趣爱好。

d)店长给新人安排师傅，实行师徒制。

e)告知新人的工作职责及其自身发展空间和价值。

f)店长安排新人一天的工作内容包括每天要做什么，怎么做？（熟悉商圈、跑盘、熟记房源、打电话）。

g)对于工作当中的问题，及时发现及时纠正，不要批评。适当的

给予肯定和表扬反馈优点,检查每天工作中遇到的问题并很好的解决它。

h) 让店里的老同事多和新人沟通,打消新人对工作环境的陌生感,让新人尽快融入团队,比如:一块吃午餐、多聊天,且不要在第一周过多的谈论业绩目标及给予工作压力。

②第二步 帮助新人成功过渡(8-15天)

转变期其实是一个很难的环节,但又是必须的,我们需要用最短的时间完成角色过渡,下面提供3个关键方法:

a) 熟悉本小区以及临近小区店面的地址,向每个店面店长索要一张名片,这样方便以后带看拿钥匙,遇到问题也可以第一时间打电话找到店面负责人出面解决。

b) 最好跟自己的师傅/老员工一块,在实战中学习。例如:怎样给客户打电话沟通,怎么约看,怎么带看、怎么谈单,经历的多了开单也就快了。

c) 店长对新人的成长和进步也要及时的肯定和表扬,并提出更高的期望也是非常重要的。

③第三步 具有挑战性的工作任务（15-20）

在适当的时候增加自驱力，促使自己早日开单，这样会成长很快。

a) 知道自己的长处及擅长的技能，熟知工作要求以及升降级指标。

b) 多参加公司/店面的团建活动，发挥出自己的优点和特长，扬长避短，共同进步。

c) 在与客户沟通中遇到难题，要尽快充电帮客户解决，在逆境中要放平心态，寻求好的解决办法，让客户认可咱们贴心的服务。

d) 若实在无法适应当前的工作，看看是否适合公司的其他职位，多给自己一次机会，多给自己打气，不管别人怎么看，都要相信自己，这样你就离成功不远了。

④第四步 表扬与鼓励，建立互信关系（20-25 天）

a) 每当成功带看一次，或者有进步的地方，店长要及时给予表扬与鼓励，并确保及时性。

b) 多种形式的表扬与鼓励，多创造不同的惊喜。

c) 开晨会/夕会时向同事们展示新人的努力和成绩，并分享其做

的成功的地方，让别人吸取工作当中的优点。

⑤第五步 帮助经纪人疏导合作的重要性（25-30天）

对于刚入职的新人，大家都热血沸腾，个个都擦掌磨拳，准备大干一场，对开单有着强烈的渴望，更多的时候店长需要耐心的指导大家如何进行团队合作，如何融入团队：

a) 号召大家踊跃在晨会和夕会中发言，发言之后提出表扬和鼓励。

b) 对于开单的激励政策，团队建设，要多在会议里或者是区精英群里面分享。

c) 与新人探讨带看中遇到的问题，给出建设性意见，若与同组经纪人撞户冲突出现矛盾，出面帮其调节化解矛盾。

⑥第六步 引导新人做长期规划

一个月的时间过去了，是时候让店长帮自己做一个正式的评估与发展计划了，比如新人每日谈，或者每月至少有一次和新人面对面的面谈，面谈之前做好充分调查，谈话做到有理有据。

a) 面谈要明确当月业绩目标制定，及完成情况，新人做自我工作总结，（例如：为开单做了哪些努力、成功开单，开单中哪些事情做

得不够好？哪些事情处理跟其他同事有差距？）。

b) 店长及师傅的评价很重要：业绩、能力、日常表现、做到先肯定新人的表现，再指出不足（要有足够的例子做支撑让经纪人信服）。

c) 协助新人制定新的业绩目标和具体措施，让其作出承诺，并适时督促完成进度，必要时协助达成业绩目标。

d) 为新人争取发展提升机会，多与之探讨未来的发展，例如：业绩做好了提点变高了（佣金变多了）系统可自动升级职位（名利双收）、认证讲师（锻炼自己的同时将经验传授给别人、发挥自己的价值）。

e) 多鼓励新人参加公司的培训，例如：基地衔接训、金融产品课程、租转售课程、税费计算课程、在游戏中娱乐教育乐、每天成长一点点、分阶段学习、日积月累进步还是非常迅速的。

⑦第七步 让新人感受到温暖

a) 关注新人的生活，当他受到工作打击的时候，生病、恋情坎坷、遇到生活变故、心里迷茫，要多沟通、多关心、多帮助。

b) 记得店面每位职工的生日、并在生日当天部门集体庆祝、记录部门的每个感动瞬间和每一次突破、每次的进步都予以表扬、奖励。

c) 每月举办一次店面团建集体活动，增加团队的凝聚力，在活动中看到新人的坦诚、赏识、感情、诚信。

2. 新人辅导

①加强其心理建设

由于种种原因新上岗经纪人易产生一些不正常的心理问题，如果不及时想办法消除，势必影响经纪人的成长和公司的发展壮大。

入职前通过新人岗前培训，让新人树立“行业好、公司好、收入好、营销好、市场好”的观念，同时使其了解营销工作具有行动自由，收入丰厚，发展空间大的优点。

②建立明确的工作目标

收入目标、学习目标、转正目标、竞赛目标。

③灌输正确的工作信念

a) 自行创业的梦想能实现

b) 无存货免资金的创业生涯

c) 广结善缘利人利己的事业

d) 学习金融理财与管理知识

e) 掌握自己的收入

④ 培养良好的工作习惯

a) 使用三本笔记本

会议记录本、培训记录本、备忘录，此三本笔记本伴随经纪人一生，认真对待且可以传给以后的经纪人迈出这一步相信你与成功有约。

b) 学会时间管理

每天是否都有计划性地安排作息；强调 A 时间做 A 事情，B 时间做 B 事情；学会说“不”，可以为你省许多时间。

⑤ 协助其建立目标市场和商圈关系

目标市场和商圈经营的重要性，我们要灌输给新人客户是我们的资产，我们要不断培养客户，保护他，否则就会贬值，造成资产流失，要将客户放在第一位。

⑥ 提供专业知识和改进其推销技巧

老师将后已学到的专业化销售辅导方法，针对新人的薄弱环节进

行辅导。

⑦督导其活动日志的填写与自我管理

让新人了解工作日志的重要性，房地产中介营销是一个不断自我管理的过程。

3. 团队建设

①团队建设的含义

团队建设就是有计划有组织地增强团队成员之间的沟通交流，增进彼此的了解与信赖，在工作中分工合作更为默契，对团队目标认同更统一明确，完成团队工作更为高效快捷，围绕这一目标所从事的所有工作都称为团队建设。

②团队建设的具体措施

a) 尊重：不懂得尊重人，一切都无从谈起。这个尊重不是来自鬼都不相信的“人人生而平等”而是来自于坚信“只要是个人，就有比你自己强的地方，就有用”。这个尊重是有形的，是可以看得出来、感觉得到的，比如说：你对人的守时、守信、虚心听取意见等。最大、最可贵、最有效地的尊重是信任！这体现为对团队成员的合理授权和

委任。

b)沟通：把情况了解上来，把影响施加下去。好的沟通就像一个灵敏有效的神经系统，又像是机件运行的润滑剂。沟通的手段多种多样，聊天是比较适合的方式，但那不是乱聊的，尤其在时机和话题的选择上。目的只有一个：拉近距离，融洽气氛，了解情况，施加影响。还有就是娱乐，尤其是下棋、打牌、喝酒，这三项活动最能体现人的性格，想藏都藏不住。性格无所谓优劣，最重要的是因人而异，善加利用。通过合理的组合，减少冲突，增强合力。还有就是文字记录，一定要让团队成员，尤其是关键成员养成做文字记录（正式非正式）的习惯，这对团队建设本身不是十分重要，但从企业管理和项目管理的角度来看，却是非常重要的。而且，团队建设的目的，也是为了最终把工作做好。

c)服务：这是团队建设的核心内容。要尽可能的把自己是头、有权发号施令的念头压下去，把监督、控制等字眼压下去。更多地想的是对这个团体的责任，目的是要把工作做好。工作最终要靠整个团队，而不是某个人来完成。要立足于服务，给团队成员创造出一个良好的工作环境。换句话说，组织者的任务是把台子搭好，让团队成员把戏唱好。不要担心会被抢了风头，一则，戏唱的再好，到上司那里汇报的还是你；二则，即便是团队成员最终超越了你，你真诚地帮过他，

他自然也会帮你，何乐而不为呢？所以，不要吝啬在上司面前肯定团队成员的成绩，更不要邀功于己，诿过于人，这是非常忌讳的。要让团队成员放手工作，“错了，责任是我的，对了，功劳是你们的”这句话，不但要说，更要做。这里讲的服务，既是工作上的，也是生活上的，都很重要，都要尽可能细致、周到。服务做好了，管理基本上也就到家了。这里需要指出的是：服务不等于迁就，是有原则的，也是在自己能力范围内的。还有，在这个过程中，会有不少误解、委屈，也会很“吃亏”，没办法，谁让你是头呢，如果你想把工作做好，这些你都得认喽，吃这些小“亏”占“工作做好”这个大“便宜”。等成绩出来的时候，那些误解、委屈也就没了，你收获得将是一帮多少年后都还彼此眷顾、相互信任的朋友和一段美好的回忆。

d) 协调和组织：也就是把合适的人放在合适的位置上。实际上，作为一种具体的技能和工作内容，这是和尊重、沟通和服务连在一起的。把前几项做好了，协调组织基本上就是个水到渠成的问题。由两个需要注意的方面，一是要注意实际情况，因人就势；二是要注意尽可能多地、合理地授权，管得越少越好。

e) 激励。物质奖励是必要的，但一定要慎用、少用。因为，好事往往会变成坏事，尤其对于时下的国人而言。不但起不到激励的作用，反而造成不必要的麻烦，增加攀比、猜忌等矛盾，破坏气氛。而且，

如果老是要靠物质刺激来激励的话，就说明组织、薪酬体系有问题。

激励更多的应该是精神层面的，最有效的就是对人真诚的尊重和信任、对成绩及时有效的肯定。如果你能真正重视团队成员的意见并给予适当的授权，完成任务时给予及时的肯定，失败时给予真诚的帮助和鼓励，比许诺奖他多少多少钱产生的激励作用要来的强烈和持久的多。

“士为知己者死”，虽然没必要那么夸张，但作用不可低估。每个人都希望自己的工作获得认可，及时、公开的表扬就显得很重要了，那代表着认知、肯定和认同。

f) 导向问题：前面提到的种种，都要以一个原则为导向，那就是：产生合力，达成目标，最终目的是要把工作做好。这是基本准则，也是衡量团队建设成功与否的标准。

4. 员工管理

①员工对企业的重要性

员工其实是一家公司的最大资产，是一个企业长久发展的基石，而不是产品、品牌、设备等等。因为是员工在开发房源，宣扬品牌，提供服务及销售。提供员工舞台，荣誉感，让员工有一种充沛的动能，

积极把事情做好，因为荣誉感可以让员工主动克服困难，研究更好的做事方法，超过了奖金和升迁，效果会持续更久。

②员工流失的原因

各个行业的公司都面临着人才流失的问题，但房产中介从业人员的流动性在各行业中也是最高的。房产中介公司大量人才流失究其原因是一些年富力强的持有大专以上学历的优秀年轻人用热情和对未来发展的信念步入中介行业，虽然赢得了市场的信任，但随着市场与公司内部的变化而没有获得应有的发展，于是，有的人积累了一些经验后便开始从公司流失，退出房产中介行业或是跳槽到其他公司。

人才流动与房产中介行业的高压力有关，更与公司的品牌、经营理念、人才管理等有很大的关联。保持适度的员工流动率能够不断为公司带来新的活力，淘汰不合格员工，引进高素质人才。

人员的流失，势必会带走大部分已积累的客户，也让公司长期的培养付之东流，而且公司很难形成固定的企业文化，对于公司的品牌建设也会带来很大的障碍。因此，公司应充分认识到人才流失对公司经营的巨大风险，建立一整套针对人才流失的危机管理机制，从而避免优秀人才的流失可能给公司带来的巨大损失。公司培养出一批对组织保持忠诚的知识型骨干员工，对公司的长久稳固发展起着巨大的作

用。

③留住人才的方法

a) 构建清晰的战略目标和企业愿景

构建一个清晰的战略规划及目标体系，尤其是要树立清晰全员认同的企业愿景和使命。愿景和使命是能够催人奋进，给人憧憬与梦想，激励着员工的成长。很多老板认为愿景和使命太虚了，觉得不重要，不如我直接做销售来得实在实惠。其实不然。如果一个企业比作人的话，哈佛大学曾做过一个著名的实验，在一群智力与年龄都相近的青年中进行了一次关于人生目标的调查，结果发现：3%目标清晰长远，成为了社会各界精英；10%目标清晰但短期，各行业成功人士；27%无目标，结果成绩与业绩平平，平庸无事。企业不也正是如此吗？

基于愿景，形成战略目标计划，并将目标进行分解，从公司、部门到个人，以将企业目标与个人目标相互匹配，以形成员工的凝聚力，达成公司与个人目标的实现。

b) 建立现代企业文化

企业文化是一定社会、经济、文化背景下的企业，在一定时间内逐步形成和发展起来的稳定、独立的价值观以及以此为核心而形成的

行为规范、道德准则、群体意识，风俗习惯。

一个好的企业文化不但可以激发全体员工的热情，统一企业成员的意念和欲望，形成齐心协力为实现企业战略目标而努力的合力，而且是留住和吸引住人才的一个非常有效的手段。如统一着装，统一的口号，公司徽标，公司价值理念等等。适用于现代企业的企业文化对于房产中介公司也同样重要，现有大型的房产中介公司都有着自己统一的服装、徽标、价值理念等。

c) 建立合理的薪酬福利模式

房产中介行业，主要是 80 后、90 后的新生代员工，其学习能力强，思维活跃，自我意识强，更需要企业对他们的进步和努力认可和尊重，企业要重视这些有能力的员工，包括加薪、外派学习培训机会和提升晋升机会。因此，企业必须要考虑建立具有竞争力的薪酬，同时，企业还可以建立股权激励机制，给优秀、资深员工股权给予长期的激励。

有了基本薪酬体系，还必须要有一套配套的福利补贴体系，在关注员工的同时，还需要关注员工背后的家庭，以强有力地家庭支持来激励员工，增强企业的凝聚力，如基本的节假日问候信、节庆日福利金、年终激励与家庭分享等等。

同时，为了留住老员工，可以嘉奖员工对企业的忠诚度，老员工还可以更多地享受探亲假、旅游、节假日礼品等等福利，让员工看到企业对连续工龄和老员工的贡献，看到老员工在企业备受重视。这样新员工就会建立忠诚度，并为目标奋进。

d) 设计一套招聘管控体系

留住员工应该从招聘选人的时候就开始，留住人的前提就是招到合适的员工，千万不要因为公司缺人而乱招。在招聘的时候，要强调应聘之人选择我们公司的意愿如何，是否能够适应企业文化。

对新进员工进行科学的测评来确定合适的人才应该是我们开始考虑的问题了。我们都不希望雇佣那些老想跳槽的人，即使他是很有才华的人才。

e) 建立全面的培训体系

房产中介行业，需要根据房产行业和时代的变化而做出相应的发展策略，在知识层面上要求比较全面。所以，要有对公司员工进行针对性的专业的培训。不断提升技能水平，与时俱进，才不会被社会淘汰。

一个房产中介公司的发展，既有一线销售人员，也要有优秀的管

理人才，更需要有对公司长期规划的决策者、执行者。应该说，凡是能为公司发展所用的人都是公司的人才。只有做到重视人才，特别是公司自己培养的人才，为其建立中长期的职业规划，让自己的员工对前途充满希望，对公司充满信心，才能留住人才，才能为公司的长期发展提供稳重的基石。

5. 业绩管理

业绩=有效盘源×盘源成交率×每单信息佣金

业绩=顾客数量×单次支付佣金×顾客消费次数

业绩=开单人数×开单佣金额×人均开单频率

提升业绩的核心条件：有效盘源、顾客数量、佣金金额、开单频率、消费次数、开单人数、成交率。

①有效盘源

a) 有效盘源定义标准：产权清晰、可以上市交易、业主决定要卖、可以看房、谈好后能立即交易、有佣金保证。

b) 盘源渠道：洗楼、报纸刊登、业主论坛、房产网站信息、套盘、物管公关、同行水牌开发、扫街、成交案开发、盘源购买、投资客开

发、小区公益咨询开发、亲戚朋友开发。

c) 房源开发 831 计划: 每月 8 个房源考核任务、每人每周洗 3 条楼梯口、每人每天跟进出 10 条业主信息结果。

d) 业主维护方式: 电话、QQ、面谈。

e) 盘源维护管理要点: 长期坚持执行; 对以结果为导向对盘源维护结果进行检查; 责任到人头, 量化考核, 定期检查奖惩。

②提高成交率

a) 含义: 成交率是指已成交客户或业主在全部客户或业主当中所占的比例。

b) 影响成交率高低的因素: 价格、钥匙、唯一性。

c) 221 计划: 每周 2 个房子的价格要有下跌、每周收 2 个钥匙、每月一个独家, 利用量化任务来促使员工养成习惯。

d) 123 计划: 每周确定主推盘, 每天推荐给 10 个人, 每天每人带看 2 次, 每天最少给业主 3 个回馈电话, 假如一个星期仍然没有推出去立马换主推盘。

③竞争排除管理

方法：收钥匙、签独家

④顾客拓展管理

a) 客源来源渠道：报纸广告、网络、QQ 群、BBS、人际关系、咨询展览、门店接待、同行开发、扫楼、老客户开发

b) 客源维护的最低两个 135 计划

第一个 135 计划：每天新增 1 个新客户，每天最少带看 3 个，每天最少有效跟进 5 条。

第二个 135 计划：每天发 1 条短信给客户（拍马屁），3 天内要有电话跟进，5 天内要有带看。

c) 顾客 ABC 管理

A 类客户：资金充足、要求大众、看房方便、购买欲望强，此类客户应保持每天带看 1 次。

B 类客户：资金稍微欠缺、要求较高、需要预约看房、购买欲望强，此类客户应保持每周带看一次。

C类客户：资金较少、不经常出来看房、可买可不买，此类客户应保持每月带看1次。

d) 客户维护方式：电话、QQ、面谈。

e) 客源维护管理要点

准确区分客户优劣：优质的客户是我们成交的基础，一般来说在刚开始与客户接触中，客户对我们都有警惕性，因此说出的房子需求也有很多水分，我们第一步应给客户留下良好印象然后再取得客户信任，多带看准确分析出客户的真实需求，根据客户优劣合理安排时间。

改变观念跳出围城：上面已经说到客户的需求是有水分的，问南门可能会买北门，可以全款说需要按揭，要电梯说只要多层，买三房其实两房也要，客户不去看房只能说明房子对客户的吸引力不够，我们在给客户推荐房子时，因注重房子主要卖点推售。

长期常态化坚持：你能记住多少人没有用，要有多少人能记住你才有用，长期常态化坚持维护客户就是为了加深客户对你的印象。

6. 工作日常问题解决

①如何有效的规避业务员走私单行为？

a) 在晨会上经常提醒，给员工打预防针，告之私自吃单的严重后果，和公司在这件事情上的坚定处罚立场。让他们杜绝这种念头。

b) 发动员工互相监督。发现根据规定有相应奖励。

c) 员工出门时建立登记制度，回复时说明客户未成交原因。由店长和经理对客户进行原因回访。同时也可以让客户感受到对自己的重视。

d) 建议有效的奖惩制度，并准确实施，让员工觉得私自吃单得不偿失。

e) 月底让员工提供工作报告，由店长或经理进行抽查回访。

f) 对于私自吃单员工，将予以开除处理，并书面知会各同行公司此员工丢工作的原因，让其他公司不会轻易录用。

②员工承受不了业绩压力，出现情绪波动怎么办？

a) 本人不努力；对业务的钻研精神极度欠缺，列为调整对象，经过限定时间观察后调整。

b) 领悟力不够，不能举一反三，加大辅导力度，限定时间内作细致观察，若仍无进步仍需调整。

c) 仔细判断后认为该人员有实力、有潜力未发挥,处于瓶颈期时,应继续予以信赖、鼓励和支持,放宽一定的时限,期待一定的改观。

d) 主动和员工沟通,让他把内心得压力释放出来,独沟通,作思想工作,要求将主要精力引导到工作中去。并共同分析业绩失败的原因,找出弱点,让业绩好的员工做好帮带工作。多给几单公司房源单让其努力。

e) 必要的休假,使其精神得到一定的放松。

f) 鼓励信心,以往的业绩和成功案例来增强他的信心,可列举成交量,成交额等数据,或以平均水平比较法,使其相信自己是有能力的。

③如何制定有效的单店(非公司)奖励和激励制度?

答: 利益优先原则古语道:“天下熙熙,皆为利来;天下攘攘,皆为利往”,即说明人是逐利的;而马斯诺的需要层次理论亦告诉我们,人的需求由低到高分:生理需要、安全需要、社会需要、受到尊重的需要以及自我实现的需要,人只有满足低层次需求之后才会逐步追求更高层次需求。联系到实际,作为奋战在第一线上的员工,他们最看重的必然是利益,现实的利益。要想做到有效激励营销战线上

的员工，必须遵循利益优先原则。利益优先原则体现在实践中，包含“战略”和“战术”两部分。“战略”部分即指企业制定以利益为核心的激励机制，增加透明度，做到公正、公平、公开，鼓舞员工士气，提高战斗力；“战术”部分即指企业在具体营销工作中，按照自己制定的政策行事，“按劳分配”、“多劳多得”，将工作绩效与个人收入结合起来，真正体现个人价值。部分企业在业绩提升之后，故意停止执行奖励政策，转而找各种理由来进行搪塞，出力多少、业绩好坏与个人收入完全脱钩，员工收益与个人努力不成比例，利益机制在实际中得不到体现，最终士气低落，战斗力锐降。由于执行不力而造成营销下滑的情况明显多于前者。企业如能坚持以利益为核心，并在实践中真正体现，则能很好的激励营销战线上的员工。这是一条铁的原则，雷打不动。充分放权与授权以利益为核心的激励机制无疑能很好的激励营销战线上的员工，但这还不够。为了更好的激励员工，营销主管和经理应该适当改变目前采用的单一的利益办法，不仅仅单纯用物质刺激来鼓励员工，还应该给予员工充分的放权和授权。这对于营销战线上的员工来讲意义非常重大。充分放权与授权，使得营销战线上的员工免受传统组织过于严密的控制，让他们有一定程度的自由来控制自己的活动，承担责任，满足他们自我实现的需要，这是一种非常好的激励营销战线的员工的一种方式。“用人不疑，疑人不用”，是用人原则。企业施行“升职接班人”计划，可以针对营销战线上的

员工制定相应的培训体制，每周或每月举行例会，全体员工相互之间就产品技术、市场行情、营销手段和技巧、攻关战术、存在问题及改进方法等进行深入的探讨和交流，促进共同成长；邀请相关行业的专家、学者过来讲课，参加各种学习班、讨论会；“物尽其用，人尽其才”，积极、大胆、主动的放手使用员工，给予更多的工作空间，令其接受更大的挑战，授予更大的权力，让他们有更大的工作乐趣或挑战，激发其对工作的热情和对企业的归属感，为企业创造更多价值；“升职接班人”计划无疑是对营销战线的员工具有非凡诱惑力的一种激励措施。

④如何和业务人员进行有效的沟通？

沟通的目的在于传递信息。如果信息没有被传递到每一位员工，或者员工没有正确地理解店长的意图，沟通就出现了障碍。那么，店长如何才能与员工进行有效的沟通呢？

a) 让员工对沟通行为及时做出反馈。沟通的最大障碍在于员工误解或者对店长的意图理解得不准确。为了减少这种问题的发生，店长可以让员工对店长的意图作出反馈。比如，当你向员工布置了一项任务之后，你可以接着向员工询问：“你明白了我的意思了吗？”同时要求员工把任务复述一遍。如果复述的内容与店长的意图相一致，说

明沟通是有效的；如果员工对店长的意图的领会出现了差错，可以及时进行纠正。或者，你可以观察他们的眼睛和其它体态举动，了解他们是否正在接收你的信息。

b) 对不同的人使用不同的语言

在同一个组织中，不同的员工往往有不同的年龄、教育和文化背景，这就可能使他们对相同的话产生不同理解。另外，由于专业化分工不断深化，不同的员工都有不同的“行话”和技术用语。而店长往往注意不到这种差别，以为自己说的话都能被其他人恰当地理解，从而给沟通造成了障碍。由于语言可能会造成沟通障碍，因此店长应该选择员工易于理解的词汇，使信息更加清楚明确。在传达重要信息的时候，为了消除语言障碍带来的负面影响，可以先把信息告诉不熟悉相关内容的人。比如，在正式分配任务之前，让有可能产生误解的员工阅读书面讲话稿，对他们不明白的地方先作出解答。

c) 积极倾听员工的发言

沟通是双向的行为。要使沟通有效，双方都应当积极投入交流。当员工发表自己的见解时，店长也应当认真地倾听。当别人说话时，我们在听，但是很多时候都是被动地听，而没有主动地对信息进行搜寻和理解。积极的倾听要求店长把自己置于员工的角色上，以便于正

确理解他们的意图而不是你想理解的意思。同时，倾听的时候应当客观地听取员工的发言而不作出判断。当店长听到与自己的不同的观点时，不要急于表达自己的意见。因为这样会使你漏掉余下的信息。积极的倾听应当是接受他人所言，而把自己的意见推迟到说话人说完之后。

d) 注意恰当地使用肢体语言

在倾听他人的发言时，还应当注意通过非语言信号来表示你对对方的话的关注。比如，赞许性的点头，恰当的面部表情，积极的目光相配合；不要看表，翻阅文件，拿着笔乱画乱写。如果员工认为你对他的话很关注，他就乐意向你提供更多的信息；否则员工有可能把自己知道的信息也急于向你汇报。

在面对面的沟通当中；大部分的信息不是通过词汇来传达的，而是通过肢体语言来传达的。要使沟通富有成效，店长必须注意自己的肢体语言与自己所说的话的一致性。

比如，你告诉下属你很想知道他们在执行任务中遇到了哪些困难，并乐意提供帮助，但同时你又在浏览别的东西。这便是一个“言行不一”的信号。员工会怀疑你是否真正地想帮助他。

e) 注意保持理性，避免情绪化行为。在接受信息的时候，接收者的情绪会影响到他们对信息的理解。情绪能使我们无法进行客观的理性的思维活动，而代之以情绪化的判断。店长在与员工进行沟通时，应该尽量保持理性和克制，如果情绪出现失控，则应当暂停进一步沟通，直至回复平静。

⑤当业务员取得良好销售业绩，暴露出自满骄傲情绪时，怎么办？

a) 正向引导，通过单独的沟通，对该人员的能力结构进行分析，让房产经纪人明白仍有很多欠缺，需进一步提高。

b) 反向引导，加重任务数量和扩大任务范围，布置部分人员力所不及的事。一定程度上让其产生挫折感，再通过单独的沟通使其清醒。

⑥当业务员之间因争抢客户而发生冲突时，怎么办？

答：首先立即制止冲突，找明原因。然后按既定的客户归属原则来制定客户归属，如客户归属原则制度上存在一定的漏洞，必须马上及时调整，调整过程和处理过程应该是透明的，应该让整个店员工都明白规则。然后作出相关处罚决定，做到赏罚分明。

⑦当一个平时与您关系较好的业务员犯错误时，怎么办？

答：关系较好是私交，犯错误是在工作中，两者绝对不可合并考虑，为了维护公平、公正的原则，必须照章办事，该怎样处理就怎样处理。同时将处理结果昭示其他员工。

⑧当业务员自恃经验丰富，业绩突出，不尊重您的决定时，怎么办？

答：必须及时制止这种情况，必须要树立自己的领导权威，明确在会议上要求该人员严格执行，同时大力扶植其他有潜力的人员，形成竞争氛围，让其感受到压力。

⑨当你休息或不在时，发生种种特殊情况，怎么办？

a) 预防：休息前一天准备工作有条理地作好安排，减少发生意外的可能。

b) 放权：指定某人当天在授权范围内管理门店，处理各项情况。

c) 检查：电话检查，询问当日情况，并进行一定的指导。

⑩当公司制定的或许存在一定不合理现象的制度，确定要实施时，怎么办？

答：先按照公司规定实施，并且保持一定的弹性，在实施过程中

整理意见和事实，迅速向上反应，阐述自己的观点和员工的看法，希望制度得以调整。同时将自己的这种努力让员工感受到，努力避免在执行过程中，因制度的不合理性急剧地损害到下属人员的利益。

⑩当业务员对待遇，提成等不满时，怎么办？

答：单独沟通，以公司的发展和个人的发展说服他，举出公司其他对员工福利和优待的部分。让他目光放长远一点。同时注意不要让他情绪影响到其他人，以免产生更大范围的波动。如员工实在不能接受，在向上级报告后，按照相关规定将其劝退。

⑪当业务员无法完成指标，要求降低指标时，怎么办？

答：坚决不能同意，以避免其它业务员以此作为条件与您谈判，同时与他进行有效的激励和沟通，分析业绩不畅地原因，帮助他更好地提高业绩，但是在下月的指标制定时，尽量将其指标制定的更加合理一些。

⑫当业务员以辞职作为谈判的条件时，怎么办？

答：先沟通，然后按照相关规定帮助他办理辞职手续，门店不能允许任何人以辞职要挟做为谈判的条件。

⑭ 当一个主力房地产经纪人屡次违反工作纪律时，怎么办？

答：单独沟通，指出门店和公司不会因为失去一位优秀业务员而导致销售失利，要让他明白，优异的业绩并不能让任何人做到随心所欲，没有公司搭建的良好平台，没有各部门的通力合作，一个房地产经纪人是取得不了销售业绩的。并根据违反纪律的情况并对此作出相应的处罚。昭示其他员工。

⑮ 当您发现某业务员很有潜力，并想重点培养时，怎么办？

答：严格要求并委以重任，表明您很器重他，但不要有任何许诺，在日常工作中，不要与他很亲密，处事要公正，以免其他业务员产生误解。并以实际情况来检验他的真实潜力。

⑯ 当门店内，大部分是比您年长的老业务员，怎么办？

答：年龄不是问题，下级对上级应该服从尊重，如有人倚老卖老，则注定他是不适应该岗位的工作。所有的公司都是以能力不是以年龄来划分相关职位的。

⑰ 当您召开销售研讨会或晨会，要求大家发表意见，而人人保持沉默时，怎么办？

答：会议气氛一定要轻松，可以指名发言，形成讨论的要求之一是主持人要暂时淡出主导地位，由其他人员自由发挥，或在会前要求个别人员先作适当准备，以避免冷场。

⑱ 当公司目标即定，但现实完成的可能性较小时，怎么办？

答：目标是愿望，同时又是命令，作为下级只有严格地执行，并且要动足脑筋，设法完成，在做的时候尚需将客观事实向上反应，适度对目标进行调整或调整对目标未完成后的奖罚形式，但对下属仍需保密，避免房地产经纪人认为目标是儿戏，可随时变化。

⑲ 当门店成员大部分无法适应您的管理风格时，怎么办？

a) 反省自己的管理风格，优劣势在哪里，劣势能不能改变。

b) 会议上坦率地谈这个问题，希望大家能够形成共识，以诚恳的态度表明自己的观点，即业务工作是重心中的重点，希望大家能够互相很好地合作，自己也将努力改变自己的缺点。

⑳ 当阶段性销售期内，业务员抱怨跑业务过于辛苦时，怎么办？

答：鼓励信心，现身说法，指出辛苦劳累是一个房地产经纪人成功的必经之路，销售的辛苦是一种基础的积累，对自己的意志、品质

也是一个难得的考验,同时检查销售计划,如确实有任务过紧的情况,则作适当调整。

②当很多员工进入公司后,经过一段时间后,业务员不思进取时,怎么办?

答:不思进取无非是工作量减小,工作难度加大,不爱去主动寻找客户,人开始变懒惰等因素,可通过加大任务来刺激,或通过制定提成率的变化,相关的奖励计划,阶段性来激励。同时要经常召开相关会议,和大家沟通,提高员工的工作热情。

③当业务员情绪不稳定,有大量人员准备辞职时,怎么办?

答:仔细分析每个人准备辞职的原因,为了支撑现有的销售工作,必需对其中的一部分人员进行挽留,在挽留成功的同时,向公司寻求后备人员的支援,对态度坚决的辞职者,必经要求其将工作进行完整移交,保证正常工作的延续性。

④当门店内部拉帮结派,出现小团体时,怎么办?

答:坚决制止这种现象,注意分化瓦解,小团体是因为共同的观点或利益而形成的,改变这部分人的观点或利益关系,另外,还可以通过公司各门店之间人员的调动方式解决这个问题。

⑳当某业务员因悟性不足，无法提高基本销售技能，业绩不佳，但同时平常的工作又勤勤恳恳时怎么办？

答：对于勤恳而悟性不高的业务员，要给多些时间锻炼，找一些好的房地产经纪人说教。随时帮助其分析业绩差的原因，不要急于求成，假以时日，业绩应该会所有所突破。

㉑当下级业务员越级反映情况时，怎么办？

答：越级反映的定有其苦衷，应抱着对事不对人的态度，与该业务员单独沟通，要求他以后有事直接沟通，避免越级反映的情况出现。

㉒当下级大部分业务员因能力问题，未能完成您下达的任务时，怎么办？

答：对未完成人员进行鼓励，对完成人员进行表扬，并在下次下达任务时，要量力而行，制定合理的目标。

㉓员工在和客户交往受到委屈的时候，应该怎么办？

答：要冷静处理，不能感情用事，不能顶撞和训斥客户，更不能与客户发生争执。首先要双方冷静，让员工离开这个客户，找个地方休息下。事后在进行安慰，告诉他，这是销售行业经常会遇到的问题，

没有办法，人的素质各不相同，半开玩笑的说：要不您骂我两句？让员工排遣心中的委屈。

㉘当与客户因折扣、付款、合同条款、现场操作手段无法取得一致意见时，怎么办？

答：尽力沟通，可适当放弃部分次要要求，保证重要销售建议达成一致。如确实无法取得最基本的共识，可采用两个途径解决：

a) 严格依照客户要求执行，以不良事实性后果给客户施压，使客户自动妥协。

b) 取得公司高层帮助，在高层以上争取协调。

㉙当业务员因销售遇到较大困难与抗性时，怎么办？

答：首先分析抗性与困难，通过自己的专业能力和集思广益，设计几套解决的方案，并由自己在实际操作中实际演示，取得良好效果以增强其他销售人员信心。

㉚当一个平时与你关系一般的业务员取得很大成绩时，怎么办？

答：同上一次问题，私交与工作不可混淆，应对该人员公开表扬和进行一定奖励。

⑳ 当公司即定的对案场种种奖励条件，迟迟不能兑现时，怎么办？

a) 稳定案场人员情绪，使案场工作保持正常。

b) 向上力争，要求在限定时间内兑现。

㉑ 当业务员过份依赖于你处理各案例时，怎么办？

答：需要一定的勇气，宁可让某阶段内的成就量略为减少，也要让销售人员充分认识到这个问题的危害性，使销售人员主观能动地学习并尝试处理各种案例的手段。

㉒ 当你急需公司各领导或其他部门配合完成某事时，对应方反应过慢，怎么办？

答：横向合作建立在垂直管理的基础上，按正常途径逐级要求配合与帮助，但明确要求截止时间，在这一段时间中，对此事要进行跟踪催办。

㉓ 当你与企划部在项目定位，推广手段等技术性问题上无法统一时，怎么办？

答：技术问题上一下子很难分出优劣，好坏，但案场的情况毕竟

是第一手资料,如果确信现场资讯正确的话,应坚持自己的观点,但注意表达方式应局限于技术性讨论范围之内,仍无法一致,则将双方的两种方案上报,由上级决定取舍。

⑳当市场销售高峰期过后,业务员普遍出现身心疲惫的情况的,怎么办?

a) 适度调整,使人员有一定的休整时间。

b) 信心鼓励,肯定成绩,肯定大家的努力,同时设定新的目标,使大家有新的追求。

㉑当小组成员因个人正当理由,与即定排班发生冲突时,怎么办?

答:根据实际情况,如存在可调整性则予以一定方便,但必须告诉他,下不为例。

㉒当你与综合部委派的秘书发生业务领域内的冲突时,怎么办?

答:作为管理者,首先要避免这种冲突,一旦发生,解决的方法是一方面通报客服中心主任,将自己的要求明确表述,另一方面是必须让专案秘书明白,业务领域内的技术问题可通过协商解决,但专案

管理的权威不容挑战。

⑳当项目操作后期，销售人员不思进取时，怎么办？

答：不思进取无非是工作量减小，工作难度加大等因素，可通过加大任务来刺激，或通过提成率的变化来激励。

㉑当项目操作后期，现场工作纪律松懈时，怎么办？

答：项目操作后期的这种情况可能无法避免，但销售末期抓管理是一个常规惯例，可采用杀鸡儆猴的方式，提醒其余人员，振作精神。

㉒当门店内男、女发生微妙感情时，怎么办？

答：此类事情比较敏感，在案场内部不宜过多宣扬，在没有明显证据之前，不能草率处理，保持紧密的关注，一旦产生影响正常工作的状况，需立即按公司有关规定妥善处理，最好采取低调，在处理后可暗示专案组其他人员引以为戒。

㉓当业务员突然陷入工作低潮期，信心不足时，怎么办？

a) 了解原因，突然的低潮势必和某些个人原因有联系，需要了解这些原因

b)鼓励信心,以以往的业绩和成功案例来增强他的信心,可列举成交量,成交额等数据,或以平均水平比较法,使其相信自己是有能力的。

⑫当小组长处理组内事物不公时,怎么办?

答:如系确实的不公平,应对组长严肃处理,并拨乱反正,消除基层销售人员的积怨。

⑬当门店内小组中两名销售人员出现恶性竞争时,怎么办?

答:视情节轻重,予以处罚,必要时可提交人员淘汰建议报告,绝不姑息,绝不能让害群之马影响整个专案组的团结与相对稳定。

⑭当门店业务员不注重合作精神,经常独善其身时,怎么办?

答:单独与其沟通,并当众点名要求他配合其它业务员完成工作,并对其结果当众点评,表扬为主,以其培养他的团队合作精神。

⑮当业务员越权处理某事时,怎么办?

答:首先分析该事件的特殊性,如有特殊原因,而该业务员确实处理得当,则应该表扬,反之,越权处理应有相应的处罚。

④⑥ 当你的建议与想法未得到充分上级支持时，怎么办？

答：服从上级的决定，在有限的范围内将事情做到最好，对事情的结果负责。

④⑦ 当你的命令下达以后，未能得到严格贯彻执行时，怎么办？

答：首先考虑该指令是否合理，如完全合理，则重申命令，调换执行人，并对原执行人作出相应处罚。

④⑧ 当召开专案例会时，有人常常迟到或不专心开会时，怎么办？

答：单独与其沟通，调查是否因家庭、工作原因导致，或是对主管不满造成，如属个人原因，则要求其立即改变，如属主管原因，则力求达成共识，并要求其改变。

④⑨ 当业务员流失后，新进人员尚无法马上挑起重担时，怎么办？

答：身先士卒，以你的积极态度和鼓励带动新人，并要求老员工以热情的帮助来协助新人共同完成。

⑤⑩ 当门店内大部分是未有从业经验业务员时，怎么办？

答：以系统的培训和经验的积累，逐步将他们培养出来。

⑤①当客户对某业务员暗示个人利益时，怎么办？

答：假装糊涂或当面拒绝，不能以个人利益作出损害公司利益的事情。

⑤②当你发现业务员很有潜力，并想重点培养时，怎么办？

答：严格要求并委以重任，表明你很器重他，但不要有任何许诺，在日常工作中，不要与他很亲密，处事要公正，以免其他业务员产生误解。

⑤③当你发现某业务员在解说中，出现明显错误时，怎么办？

答：事后将错误指出，并要求业务员打电话向客户说明。

⑤④当你未了解清楚情况而错怪了某位业务员时，怎么办？

答：公开道歉，树立你知错就改的形象。

⑤⑤当一个主力业务员屡次违反工作纪律时，怎么办？

答：单独沟通，指出案场不会因为失去一位优秀业务员而导致销售失利，要让他明白，优异的业绩并不能让任何人做到随心所欲，并对此作出相应的处罚。

⑤⑥当你因工作失误，导致现场出现重大差错时，怎么办？

答：承诺主要责任，并对其结果负责，做出相应的处罚决定，并努力补救因失误造成的损失。

⑤⑦当部门内发生失窃时，怎么办？

答：报案，试图将害群之马找出来，并要求加强管理，避免类似事件再次发生。

⑤⑧当部门出现销控表出错，一屋两卖时，怎么办？

答：主动向上级主管说明，并提出解决方案，然后尽力将事件妥善解决。

⑤⑨当客户声明直接找房主谈价时，怎么办？

答：要求客户在现场下定后，再找发展商谈价格，以保证公司的利益。

⑥⑩当业务员经常请事假时，怎么办？

答：单独沟通，如有特殊事件，安排该业务员休假几天调整。

⑥⑪当部门内部出现流言蜚语时，怎么办？

答：坚决制止，找出源头，严肃处理。

第十一章 合同签署注意事项

有这样一个真实的案例，一位刘女士看中了一套一室一厅的房子，房租是每月 550 元。她事先付了 300 元的定金，并同房主商量好入住的时间。但是，在入住前，刘女士接到老家的电话，说家中有事得尽快赶回老家，她就对房主说不能租这个房子了，然而房主拒绝退还她的 300 元定金。刘女士提出拿 100 元做补偿，但房主仍然拒绝。“我一天都没入住，房主为什么不给我退预付的 300 元定金呢？”

对此，某律师事务所的李律师表示，问题的关键在于刘女士手里的那张收条，根据刘女士提供的情况，收条上写的是“定金 300 元”。根据相关规定，“定金”是指当事人约定由一方向对方给付的，作为债权担保的一定数额的货币，它属于一种法律上的担保方式，目的在于促使债务人履行债务，保障债权人的债权得以实现。交付定金的一方如果要求解除合同，对方可以不返还；接受定金的一方如果要求解除合同，则必须双倍返还。而“订金”就不同了，如果写的是“订金”，那么一方违约，另一方虽无权要求其双倍返还，但可以要求原额返还。

由于许多房东要求房客在签订租房合同后先交一部分订金。李律师通过本刊热线提醒，在写收据的时候需要注意，“订金”与“定金”

虽然只有一字之差，实际承担的法律责任却相差甚远。如果房客交了“定金”后违约，房东可以不退还“定金”；如果房东违约，则应当双倍返还“定金”。而订金一般可视为“预付款”，没有金额限制，如果一方违约，另一方无权要求对方双倍返还，只能得到原额。近日，刘女士给本刊打来热线反映，前段时间，她看好了一套一室一厅的房子，房租为每月 550 元。她先付了 300 元定金，和房主说好 5 月 15 日正式入住。但 13 日刘女士接到老家电话，说家中有事得尽快赶回老家，她就对房主说不能租这个房子了，然而房主拒绝退还她的 300 元定金。刘女士提出拿 100 元做补偿，但房主仍然拒绝。“我一天都没入住，房主为什么不给我退预付的 300 元定金呢？”

所以在签合同时一定要仔细看清楚。

一、房屋合同签署

1. 二手房买卖合同签订事项

二手房的购买不同与新房，因为经过网签的备案之后，房源有了很多的合同及注意事项。那么签订二手房买卖合同在文件方面有哪些需要注意以下事项：

① 当事人的名称或姓名、住所

这里主要是写清当事人的具体情况。地址、联系办法等，以免出现欺诈情况；双方应向对方做详细清楚的介绍或调查；应写明是否共有财产、是否夫妻共同财产或家庭共同财产。

②标的

这里应写明房屋位置、性质、面积、结构、格局、装修、设施设备等情况；同时还应写明房屋产权归属(要与第一条衔接)；是否存在房屋抵押或其他权利瑕疵；房屋的物业管理费用及其他交费情况。

③价款

这也是很主要的内容，主要写明总价款；付款方式、付款条件；如何申请按揭贷款；定金；尾款等。

④履行期限、地点、方式

主要写明交房时间、条件；办理相关手续的过程；双方应如何寻求中介公司、律师、评估机构等服务；各种税费、其他费用如何分摊。

⑤违约责任

主要说明哪些系违约情形；如何承担违约责任；违约金、定金、赔偿的计算与给付；在什么情况下可以免责；担保的形式；对违约金

或定金的选择适用问题。

⑥解决争议的方式

主要约定解决争议是采用仲裁方式还是诉讼方式,需要注意的是,如果双方同意采用仲裁的形式解决纠纷,应依照我国《仲裁法》的规定写清明确的条款。

⑦合同生效条款

双方在此约定合同生效时间;生效或失效条件;生效或失效期限;当事人要求变更或撤消合同的条件;合同无效或被撤消后,财产如何进行返还。

⑧合同中止、终止或解除条款

明确约定合同中止、终止或解除的条件;上述情形中应履行的通知、协助、保密等义务;解除权的行使期限;合同中止、终止或解除后,财产如何进行返还。

⑨合同的变更或转让

在此约定合同的变更与转让的条件或不能进行变更、转让的禁止条件。

⑩附件

在此说明本合同有哪些附件；附件的效力等。如果可能，建议聘请专业律师起草、修订合同，这样效果比较好。

2. 租房合同内容

①当事人姓名或者名称、住所：委托人最好将中介公司营业执照复印件、资质证书复印件以及经纪人资格复印件作为合同附件。

②委托事项：对于承租人而言，要写明想要租的房屋的区域、价格区间、房屋结构、楼层等基本信息；对于出租人而言，如果签订的是出租独家代理合同，应注意限制中介公司须在一定期限内完成合同约定的任务，超过该期限委托人有权终止合同并且另行委托。

③委托期限：应到具体年月日。

④收费金额和支付方式、时间：委托人需要注意中介公司收取的费用包含哪些服务内容，哪些服务内容是免费的，费用一旦收取是否能退，最为重要的是，中介公司未完成或者未全部完成委托事项时费用如何收取。

⑤双方权利义务：目前中介都是提供格式合同，所以委托人一定

要仔细审核，必要时应重新拟订合同或者签订补充协议，以维护自己的权利。

⑥违约责任和纠纷解决方式：委托人应注意什么情况下属于违约，违约方应承担什么样的责任，违约金如何计算等。

二、合同协议范本

1. 房屋买卖居间合同

甲方（房屋出售方）：_____身份证号：_____

代理人：_____身份证号：_____

乙方（房屋购买方）：_____身份证号：_____

代理人：_____身份证号：_____

丙方（中介服务方）：*****有限公司

甲乙丙三方根据中华人民共和国《合同法》等有关法律，法规及市相关规定，本着自愿、公证、平等、诚实信用的原则，经协商一致订立本合同。

第一条：成交房屋的基本情况

房屋登记地址:	市	区	路	号 (小区)
幢	室			
房屋所有权证号:		房屋抵押情况:		
房屋所有权人:		房屋共有人:		
目前是否已出租:	<input type="checkbox"/> 是	<input type="checkbox"/> 否		
房屋权属情况:	<input type="checkbox"/> 私有产权房	<input type="checkbox"/> 使用权公房		
建筑面积:		平方米		
其他情况:				

1、经协商,甲方愿将上述房屋出售给乙方,甲方对上述房屋信息的真实性,准确性负责,并保证房屋交付乙方时的实际装修状况与乙方实地看房时的状况保持一致,否则愿承担相应的违约责任,赔偿乙方因此而受到的一切损失。

2、乙方确认对该房屋已经做了充分的了解并实地查看过房屋，对房屋现状没有异议，愿意购买该房屋。

第二条：成交价格

甲乙双方协商后确定的成交价格为：人民币¥ _____元

(大写 _____)

第三条 付款方式：乙方采取以下第_____种方式付现。

1、现金支付

第一次支付，乙方应在签订本合同时向甲方支付定金人民币¥ _____元（大写 _____）

第二次支付 _____

第三次支付 _____

第四次支付 _____

2、贷款支付

双方同意乙方采取贷款方式（ 商业贷款 公积金贷款

组合贷款) 购买该房屋, 甲方应无条件配合乙方办理贷款手续。

第一次支付: 乙方应在签订本合同同时向甲方支付定金人民币
¥ _____ 元 (大写 _____)

第二次支付: _____

第三次支付: _____

第四次支付: _____

如乙方提出终止贷款行为或因乙方原因不能取得贷款机构贷款的, 乙方应于 _____ 日内以现金形式补齐房款。

3、其他:

第四条: 税费的承担

甲乙双方保证, 按照国家及地方相关规定, 交易习惯缴纳与本次交易相关的各项税费。

尽管有上述约定, 双方同意

甲方_____

乙方_____

第五条：权属过户及房屋交付

1、甲乙双方应于本合同签订之日起_____日内将房屋权属过户的所需全部真实、有效合法手续、材料(包括但不限于房产证、契证等)交与丙方保管,丙方协助双方办理过户手续。

2、双方同意,甲方于_____腾空房屋并将房屋钥匙交与乙方。逾期交房的,接每日50元收取违约金。

3、在双方交接钥匙前,应先办理有关物业的交接,包括但不限于水,电,煤气,有线电视,电话,物业费,采暖费,户口等相关手续,并由甲方结清相关费用。

4、甲方应于地税局出具完税证明后_____日内,将户口迁出甲乙双方交易的房屋,逾期迁出的,按每日100元收取违约金。

5、丙方应甲乙双方要求协助双方办理上述物业交接事宜,并由双方在《房屋交接单》上签字确认。

第六条：违约责任

1、本合同签定后，如甲方违约不卖此房屋，需赔偿乙方定金的双倍及中介费，如乙方违约，定金、中介费不退。

2、甲方保证所售房屋不存在任何权属争议，债务纠纷或其他瑕疵。甲方保证有权出售该房屋，并已得到房屋共有人或房屋所有人或其他权利人的同意，保证全面履行合同义务，否则，乙方有权要求甲方支付本合同第二条房屋成交价格5%的违约金，并赔偿因此受到的其他损失。

3、乙方保证所提供的材料真实，有效，具备订立本合同的资格，并保证全面履行合同义务。否则，甲方有权要求乙方支付本合同第二条房屋成交价的5%的违约金，并赔偿因此受到的其他损失。

4、因甲乙双方任何一方原因导致本合同不生效，无效，被解除，被撤销或任何一方发生违约等，双方一致同意丙方所收取的居间服务费均不予退还，因此而致如有一方的损失，由所损失一方向另一方提出赔偿，甲乙双方谁的责任谁承担居间服务费。

第七条：房屋买卖合同争议的解决

甲乙双方在本合同履行过程中发生任何纠纷，应先协商解决，协商不成的，任何一方均有权向人民法院起诉。

第八条：丙方责任

- 1、依本合同约定为甲乙双方提供房屋买卖居间服务。
- 2、免费为甲乙双方提供房地产买卖相关政策法规咨询。

第九条：中介服务费支付

1、甲乙双方确认，双方达成本次房屋交易是基于丙方所提供的居间服务，但该交易是双方自愿，独立做出的决定。

2、在该房屋产权过户办理之前丙方一次性收取房屋总价的 2% 作为居间服务费，合计人民币 _____ 元，大写 _____，由 _____ 方承担。

第十条：其他约定

第十一条：特别声明

甲乙双方同意：因甲乙双方任何一方的过错导致本合同无效或交易不成功或房屋买卖合同不能全面履行，丙方不承担任何责任。

第十二条：合同生效及其他

本合同于三方签字或盖章后生效，本合同一式三份，甲乙丙三方各执一份。

甲 方：_____ 乙 方：_____ 丙 方：_____

代理人：_____ 代理人：_____

电 话：_____ 电 话：_____ 电 话：_____

日期：____年____月____日

2. 中介房屋出租合同

协议编号：租房字第（_____）号 签定日期：____年____月____日

出租方(甲方)姓名：_____ 身份证号：_____

承租方(乙方)姓名：_____ 身份证号：_____

为明确权利和义务，甲乙双方协商一致，甲方将房屋租给乙方使用。特根据《中华人民共和国合同法》和《城市房地产管理法》等规定订立合同。经中介服务甲、乙双方共同协商达成以下协议：

一、乙方承租甲方位于____市____区____镇____幢____的房屋约____平方米。

二、租房从____年____月____日起至____年____月____日止, 有效期为____年。

三、该房出租的使用性质为____用房, 月租金为____元, 缴租方式为____支付一次, 先付后住, 计人民币(大写)____元(¥____元)。以后应在付款期末前____天支付。租房成交后, 承租方须向本公司支付中介服务费____元。

四、乙方必须遵守当地暂住区域内的各项规章制度, 办理各种相关证件、按时交纳水、电、气、收视电话、卫生及治安、物业管理等费用。乙方交保证金____元给甲方, 乙方退房时结清水、电、气、电话、物业管理等费用后及屋内设施家具、家电无损坏, 由甲方退还乙方所交保证金, 不足部分甲方有权追偿。入住前水____度, 电____度(附相关收据凭证)。另水、电、气底度为: 水____吨; 电____度; 气____方。乙方的民事纠纷均自行负责。

五、室内设施:

- 床 衣柜 电视 音响 床垫
- 沙发 茶几 冰箱 微波炉 电视柜 书柜
- 洗衣机 空调 其他

备注: _____

六、补充:

甲方的权利和义务:

1、甲方应配备乙方所需要的用水、用电基础设施（特别约定除外），因乙方造成设施损害的，由乙方承担费用。

2、甲方保证对出租的该房屋有处分权，按国家规定和本合同规定向乙方收取相应的水电费、有线电视费、电话费、物业管理费等。

3、乙方因违反国家法律、法规，被政府执法机关行政处罚的，甲方有权终止合同，收回房屋。

4、在本协议期内，甲方不得干涉乙方的合法居住权，不得收回房屋或转租他人，更不得提高房租或终止协议。

5、合同依法终止的，甲方有权责令乙方从合同终止日起 10 天内及时退出房屋，原租赁房屋内滞留的物品视为乙方自动放弃，由甲

方处置滞留物品。

乙方的权利和义务:

1、乙方必须遵纪守法。外来人员居住必须主动办理暂住户口手续。

2、乙方接到住房后,应及时更换门锁,否则发生意外与甲方无关、中介方无关。

3、乙方不得损坏屋内外设施,不准擅自转租、转让、转借、改造所租房屋,不准偷电、水,不得擅自增设其他用电、用水设施,否则引起的不良后果有乙方承担。确因特殊原因需转让或改造的,必须经甲方同意。房屋内电、水费用由乙方自行承担。

4、乙方不得利用所租赁房屋进行违法活动;否则,甲方有权终止合同收回房屋。

5、乙方财产均由乙方自行保管。乙方在租房期间;如发生火灾、煤气中毒、偷窃、违法等之事均与甲方和中介方无关。

6、续租房屋的,乙方应在租期满前 30 天内与甲方协商续签合同。否则,视乙方无续租权。

违约责任:

1、甲方或乙方签订本合同后,如有特殊情况不再履行本合同的,必须提前 30 天通知对方并取得同意意见。

2、如发生违约的,违约方应该支付给对方(甲方或乙方)一个月房租额度的违约金。

3、乙方擅自转租、转让、转借或改变房屋用途的,甲方有权终止合同,收回房屋。

七、本合同履行期间,如因国家有关法律、法令变化或不可抗力以及因土地征用而拆迁等因素,致使合同无法继续履行的,合同自然终止,各方互不承担责任。

八、本合同如有未尽事宜,各方应本着平等自愿公平公正互谅互让的原则进行协商,作出书面补充约定。补充约定与本合同有同等效力。

九、本合同发生争议,各方应协商解决,协商不成的,可以依法申请行政调解;协调或调解不成的,按下列第(2)种方法解决:

(1) 提交当地仲裁委员会仲裁; (2) 依法向人民法院起诉。

十、本协议一式三份，甲、乙双方及中介方各执一份。从签字之日起生效，到期自行作废。

甲方签字：_____地址：_____联系电话：_____

乙方签字：_____地址：_____联系电话：_____

中介方签字盖章：_____联系电话：_____

第十二章 二手房过户知识

随着房地产愈来愈热，二手房也越来越受到大家的欢迎，省钱、地段优势、现房优势是二手房备受青睐的原因。但过户是其中最麻烦的问题，那么正规过户流程是怎么样的呢？下面易房大师就为大家详细解答一下。

一、二手房过户流程

1. 普通的二手房买卖过户流程

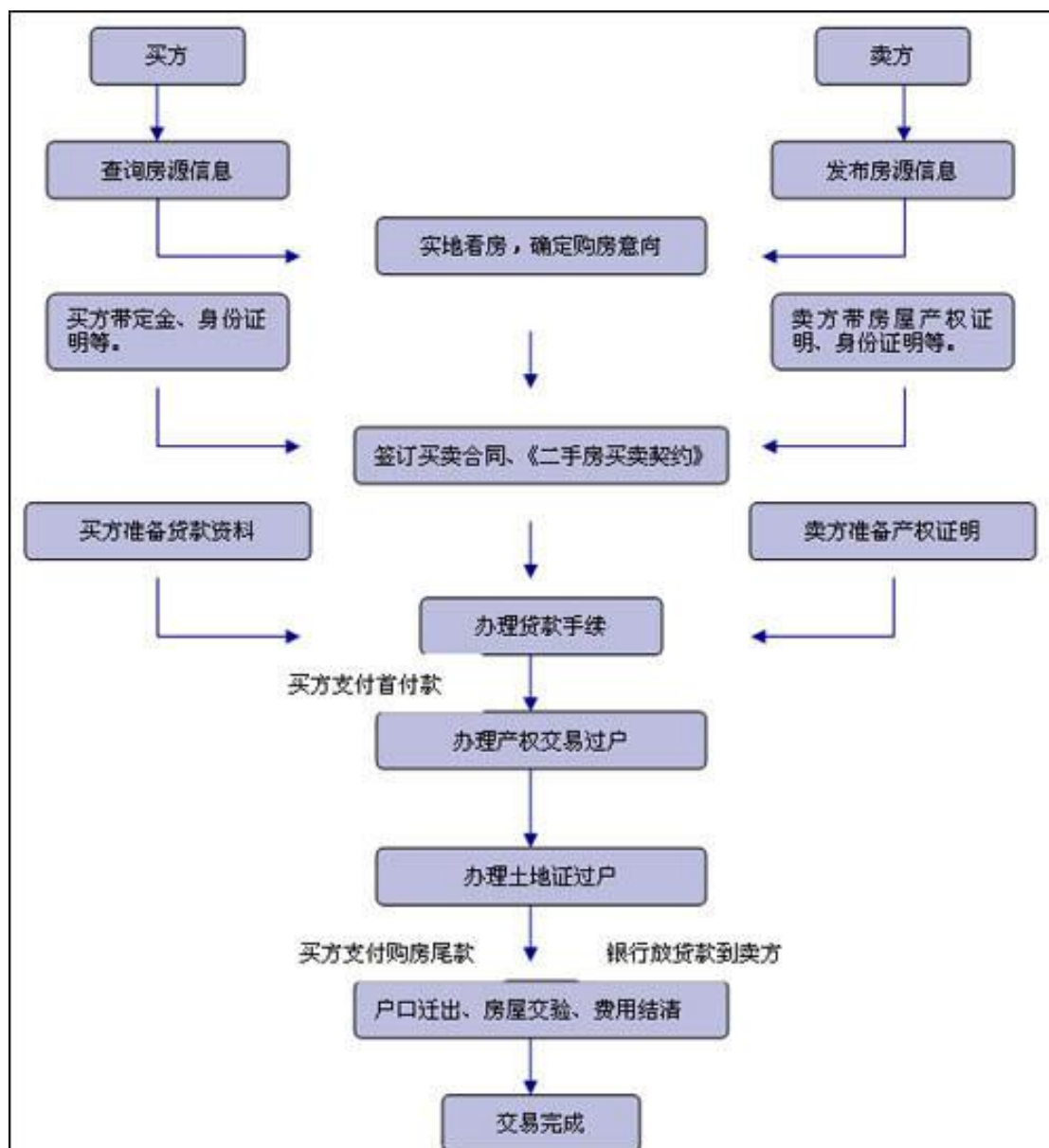
此种情况下，购房者首先应确定该房产是否完成还贷，如果未完成，房产证过户需要走以下几步：

①由买方申请提前还贷，并到房管局办理解压手续，

②领取撤押的产证，进行买卖；

③交定金，签合同(简易的)，提供个人资料和房屋资料进行审核资格，之后到交易大厅办理面前登记；

④受理后缴纳相关税费领取产证。



图解普通二手房买卖过户流程

2. 特殊情况下的房产证过户具体过户流程

① 继承房产证过户流程

直系亲属出意外不幸死亡，该如何过户？这种情况较为特殊，但却是也是较常见的情况。这种情况下，首先，被继承人要到继承人的户籍派出所办理死亡证明，之后到公证处办理继承权公证。死者生前留有遗嘱的还需提供遗嘱(该遗嘱应为被公证过的)，之后办理过户登记。

在这个过程中，房产证过户费用主要是继承公证费、房地产评估费、房地产继承过户税费以及部分的契税。具体税费标准或有地域性差异。

②赠与房产证过户流程

这种情况也是常见的过户方式。操作过程中，首先要定力房屋赠与合同(合同赠与书)，然后被赠予人凭所有权证及赠与书按规定缴纳契税，在房屋交付三个月之内到房管局办理产权转移登记。

该种房产证过户费用主要是房产赠与税，主要包括公证费、房产评估费、以及契税，也有部分地区直系亲属赠与房产不收契税。

以上是有关“房产证过户流程”的相关内容，当然各地房产证过户费用是存在一定的差距的，因此过户前可咨询当地房管部门，特别是普通的二手房买卖费用，以免上当受骗！

二、二手房交易的过户费用

买房子要交哪些税？又会产生哪些费用？这是一个不可忽视的问题。在购房前适当了解购房税费常识，不仅利于合理规划财产、做好购房预算，还可避免还因税费问题和开发商产生摩擦。

购房的时候除了交购房款，还需要交哪些税费呢？笔者梳理了一个有关购房税费的明细，以及各种各样买房税费的计算方式，以供购房者参考。

1. 契税(买方支付)

根据国家规定，房屋买卖要向国家缴纳契税，无论是商品房还是存量房的买卖都要缴纳的。住宅类房屋标准按房款总价的1%-3%交纳契税，具体的比例需根据国家相关政策，购房者的购房时间、购房单价、购房面积、是否第1次购房等因素来确定；非住宅类房屋按计税参考价的3%交纳。

自2010年10月1日起执行的契税优惠政策的通知规定，对个人购买普通住房，且该住房属于家庭(成员范围包括购房人、配偶以及未成年子女，下同)唯一住房的，减半征收契税。对个人购买90平方米及以下普通住房，且该住房属于家庭唯一住房的，减按1%税率征

收契税。

一般情况下，一次购房 90 平米以下按 1%税率征收，90-144 平米 1.5%，144 平米以上 3%；二次购房都是 3%，不分面积。

2. 营业税(买方支付)

此项营业税由城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加和销售营业税组成，征收税率为 5.6%。

个人购买超过 2 年(含 2 年)的普通住宅对外销售的，免征营业税。

3. 个税(买方支付)

核定征收方式：应纳个人所得税=计税价格×1%(或 1.5%、3%)，
我市个人住房转让个人所得税核定征收率标准为：普通住房 1%，非普通住房或非住宅类房产为 1.5%，拍卖房产为 3%。

对于个人转让自用 5 年以上、并且是家庭唯一住宅，免征个人所得税。

4. 印花税(买卖双方各 0.05%)

印花税是针对合同或者具有合同性质的凭证，产权转移书据，营

业账簿，权利、许可证照和经财政部确定征税的其他凭证所收的一类税费。

对于购房者而言，印花税的税率是 0.05%，即购房者应纳税额为计税价格 \times 0.05%的数值，印花税采取由纳税人自行缴纳完税的方式。

对个人销售或购买住房暂免征印花税。

二级转移登记只收取买方 0.05%的印花税。

5. 土地增值税：

个人转让非住宅类房产的”核定征收方式“由登记中心代征，其他均由纳税人自行到房地产所在地主管税务机关缴纳或办理核实手续后由登记中心代征。

对个人销售住房暂免征收土地增值税

核定征收方式：应纳土地增值税额=计税价格 \times 核定征收率。我市土地增值税核定征收标准：商铺、写字楼、酒店为 10%，其他非住宅类房产为 5%。

6. 登记费

其收费标准分为住房与非住房。个人住房登记收费标准为每件80元；非住房房屋登记收费标准为每件550元。房屋登记收费标准中包含《房屋所有权证》工本费和《土地使用权证》工本费。

7. 房地产交易手续费

新建商品房的房地产交易手续费按照3元/平方米收取，由转让方承担。

经济适用房的房地产交易手续费减半收取，由买方承担。

其他情况的房地产交易手续费按照6元/平方米收取，由交易双方各承担50%。

8. 佣金

成交价*3%，交易双方各付一半。

9. 贴花：5元/套

如果购房时需要按揭，还要发生以下费用：

10. 评估费

评估价格100万以下部分收取评估结果的0.5%，以上部分0.25%。

11. 抵押登记费

个人住房登记收费标准为每件 80 元；非住房房屋登记收费标准为每件 550 元。

12. 委托公证费

如果购房需要办理公证，那么则要交纳一定比例的公证费，公证费的标准一般为 300 元/二本公证书，另外每加一本收 20 元。

如果需要赎楼，还会产生如下费用：

13. 赎楼担保费

费用计算——业主欠款×1%。期限为 3 个月，最低收费 2000 元，龙岗区、宝安区、光明新区、龙华新区、坪山新区及大鹏新区设手续费 300 元。

14. 赎楼罚息

不同银行的收取方式不一样，一般按欠款金额的 0.5%收取

15. 赎楼短期借款利息

一般 1 个月赎楼短期借款利息≈欠款金额×1

16. 买卖合同公证费

由公证机关向涉外方收取，征收标准：

过户价 \times 0.003% (过户价 $<$ 50万)

过户价 \times 0.0025+250 (50万 $<$ 过户价 \leq 500万)

过户价 \times 0.002+2750 (500万 $<$ 过户价 \leq 1000万)

17. 抵押合同公证费

买方涉外并需要贷款时，由公证处向涉外方收取的服务费。

①住宅产证面积【144平米以下】房屋的过户税费：

营业税产证发证日期未滿两年成交价 \times 5.6%

产证发证日期滿两年 无

个人所得税成交价 \times 1%

土地收益金单位房改房成交价 \times 1%

安居房成交价 \times 2%

可上市交易的经济适用房成交价*15%

商品房 无

契税产证面积 90 平方米以下成交价*1%(首套房)

90 平方米(含)—144 平方米之间成交价*1.5%(首套房)

二套房不计上述面积区分成交价*3%

交易服付费产证面积*6 元

产权登记费 80 元/件

抵押登记费 80 元/件(贷款购房缴纳)

受赠房、继承房的交易过户税费非上述计税方式。

②产证面积【144 平方米(含)以上】房屋的过户税费:

营业税产证发证日期未满两年成交价*5.6%

产证发证日期满两年(成交价—上次成交价)*5.6%

个人所得税成交价*1%

土地收益金单位房改房成交价*1%

安居房成交价*2%

可上市交易的经济适用房成交价*15%

商品房无

契税成交价*3%

交易服付费产证面积*10 元

产权登记费 80 元/件

抵押登记费 80 元/件(贷款购房缴纳)

受赠房、继承房的交易过户税费非上述计税方式。

③非住宅房屋，如车位、写字楼、商铺、商住等产权性质过户的税种税目税率与上述住宅不同。

三、过户后的注意事项

1. 结清水表账单

本市自来水公司目前实行的是户名住宅地址制度，因此上下家不

需要办理水表过户手续。按自来水公司的规定，不论是谁使用的，凡发生逾期未缴的按日加收千分之二滞纳金，如经 30 日催缴后仍未缴清水费和滞纳金的住户，则停止供水。因此在交房之前，下家要询问上家是否已付清水费，同时别忘了保留交房日上个月份的已缴水费账单收据。

2. 告知电表状况

按电力公司规定，凡发现私自装拆总熔丝箱和电表、私自开启封印、擅自变更计量装置等行为均属违章行为，违者按违章用电处理。因此，在房屋交接验收时，下家必须亲自查验电表有否移动、改装、线路走向是否正常等，同时保留交房日上个月份已缴的电费账单收据。

3. 协助煤气过户

按照燃气公司的规定，上下家必须凭《房屋买卖合同》且已写明本房价已包含燃气设施费，以及双方的身份证、上家在交房日前一个月已缴的煤气费账单，一起到燃气部门办理过户手续。对于没有约定或约定不清的，燃气部门将拒绝办理。

4. 结清电话费

有的家庭已经安装了多门电话线路，下家就要仔细问清楚，并且在合同补充条款中约定是一根还是两根线路，是普通电话线还是 ISDN 电话线，转让价是否包含电话线。购房者可以让原房主将电话移走，然后另外申请安装电话。如确因电话线路或号源紧张而非要上家的不可，那么在交房前就要和上家一起到电信部门办一张截止到交房日的结算账单，一并清结后，再办理过户手续。

5. 协助有线电视过户

有线电视实行一户一卡制，由于有些二手房是空关房，平时无人居住，上家也没有去付有线电视的月租费，造成拖欠。时间一长，有线站会作封端处理。因此，在房屋交接时下家可要求上家提交交房日上月的有线电视费收据凭证，以及有线电视凭证。下家凭上述两样资料和新的房地产权证，即可到房屋所在地的街道有线电视站办理过户手续。

6. 结算维修基金

按照房地产管理部门的规定，住宅转让时，维修基金账户中剩余部分的款额是不予退还的，其中上家缴纳的剩余部分，由物业管理企业提供证明，凭《商品住宅维修基金结算交割单》可向下家收取，同时维修基金的所有人更名为下家。

7. 迁移户口

买卖二手房，除房屋交接和权利转移以外，上家的户口没有及时迁出，是发生纠纷最多的因素之一，也是最易危及到下家利益的一种纠纷。因此，下家在房屋交接日前一天可到房屋所在地的警署查阅上家的户口是否已经迁出。如果上家户口要在交房后才可迁出，则下家一定要与上家就此问题约定清楚。

第十三章 话术宝典

一、资源开发经典话术

让房东感到你说话的意思是替他考虑的，不给客户过多砍价的机会，另外给房东展示我们公司有很强的消化能力，是这边的社区专家！

1. 房源开发

房源开发（洗盘、上门、短信、网络、切客户、专介绍、广告、候守、展牌等）

①洗盘（打楼盘电话的方式）

A：您好，打扰一下，请问您 XX 园的房子有考虑出售吗？（询问式）

B: 您好, 请问您 XX 园的房子卖出去的了么? (最直接的问)

C: 请问您最近在 XX 园有房产方面的需求吗? (帮助式咨询)

D: 请问您 XX 园的房子 350 万还能便宜吗? (套房源)

E: 您好, 打扰了, 我是 XX 房产公司的, 现在我们手上有一个客户, 就想要咱们这种户型的房子, 不知道您是否有意出售(客户是一次性求购)(注: 要了解打电话这户的户型)

F: 我是 XX 物业的调查员, 我现在调查一下本园区房子的出售或出租情况, 以方便园区管理, 请问您现在有考虑出售或出租吗?(以物业身份)

G: 我是 XX 房产公司的 XX, 我专门负责 XX 园区的二手房交易, 请问您在这方面需要咨询的吗?(以专业咨询)

H: 现在 XX 园刚出来一套非常超值的三居, 单价仅售**元, 请问您现在考虑换房吗? 那您 XX 园的房子考虑卖吗?(引导换房)

I: 我听南门那小伙子(保安)说你家房子在卖, 我是个人购房, 现在能看房吗?(一般用手机打, 口气深沉一些)

J: 您好, 我是 XX 房产公司的某某, 请问您现在考虑在 XX 区购

房吗?

K: 您好, 我是 XX, 这边 XX 园刚出来一套非常超值的三居, ** 平米, 仅售**万, 业主非常急卖, 请问您下午六点有空来看房吗?

L: 您好, 有一位张先生(虚拟的)介绍说您 XX 园的房子考虑出售, 我这里有一个客户很有意向, 想看看房子, 请问六点方便吗? 那您是考虑换房吗?

M: 您好, 请问咱房子现在多少钱?

N: 您好, 我看见网上您的房子考虑出售, 现在还出售吗? 我帮您登记一下

O: 您好, 您之前您说的房子考虑出售, 现在考虑的怎么样了? 什么时候方便看?

P: 您好, 我这有个非常准的客户, 就想要您家房子这样的户型, 价格高点没关系, 您考虑出售吗?(注: 要了解你打电话这户的户型)

Q: 您好, 王先生, 打扰了, 您的房子还卖吗? 我有一客户找了很久就想要咱们这个小区的房子, 不知道现在您的房子是什么情况?

R: 您好, 昨天我客户看的挺好, 您跟姐商量好了吗?您看这个价

格合适吗? (引出房东)

S: 您好, 请问您家的房子下午 4 点可以看吗? (用于引出在卖的房子, 如果房子说可以看, 那就再重新准确的落实房源信息) 可以说: 我和客户介绍后, 客户很感兴趣, 并要了解房子的准确面积。

T: 您好, 我在网上看到咱们 XX 园区的房子有出售, 请问今天几点方便看一下?

U: 您好, 我是您家楼下的租售部的, 现在有客户想买您家的房子, 能接受市场价, 您有考虑出售吗?

业主各种反应如何应对?

a) 业主: 谁跟您说我卖房子, 我没说过卖啊?

经纪人应对——

话术: 不好意思, 打错了 (业主语气比较凶的)

话术: 咱家的房子不是一直都在卖吗? (语气肯定)

话术: 以前我给您打电话说出售, 现在回访一下, 考虑的怎么样?
(混淆他之前的记忆)

话术：那 XX 先生您看价格高出您的考虑出售吗？（试探是否是价格因素）

话术：现在市场非常不错啊，客户也非常多，您的户型现在也非常热销啊，是卖房子的好机会（提高他房子的稀缺度，刺激兴趣点）。

b) 询问的房东，现在就想了解一下市场

经纪人话术：现在市场非常适合卖房子，而且出来看房子的客户也比较多了，现在国家的政策也非常有利于二手房的销售，以后什么房价谁也说不准，现在卖房是最合适的，大哥您还不抓住这机会啊？

c) 态度恶劣（房东骂人，挂电话，要打 110 的）

应对：直接挂断，不要犹豫。（经纪人内心别受伤害，把心放宽一些这是对自己的一种锻炼）

d) 考虑出售的房东

业主：现在我的房子可以卖多少钱，市场怎么样？（采取讲案例的方式降低房东的内心期望）

经纪人话术：我们昨天刚成交一套这个小区的房子，150 万（低于市场价），目前手上也有差不多能接受这个价位的客户（可以看出

房东对市场的了解程度) 【房东会说: 怎么卖的这么低啊? 那您看我家的房子那卖多少钱啊? 】那我能不能过去看看您的房子, 因为每个房子的户型、朝向、景观、装修和房子的耗损程度不同价位也有高低, 以我们的经验可以先给您个参考价位或者咱们商定价格! 您有没有这个心理预期啊, 要不我帮您登记一下吧。(这样的房子一定要争取第一时间看房, 和房东见面谈能让房东加深对你的影响, 更要争取独家)

业主: 那您看我家的房子多久能卖出去啊?

经纪人话术: 照您现在的价格, 高于市场价格就得卖一段时间, 如果您的房子符合市场价, 看房方便, 我相信现在的市场, 很快就会给您卖出去, 而且现在出来看房的客户相对多一些。凭我们公司在北京这边的知名度应个应该没问题的! 另外看房时间咱们要多配合啊。

打洗盘电话时, 如果被业主问起“电话哪里来的?”

话术: 网上下载的, 【业主: 哪个网? 】军港房源网上的, 具体的我也不知道了, 我是随便打的。(把视线转嫁到虚有的第三方上)

话术: 装傻, 被问之后要说: 您是王先生吗? 您是 XX 小区的吗? 故意报假的姓氏和小区, 降低疑虑说是自己打错了。

②上门或看展排橱窗, 橱窗接待房源

A 思路：直接报，登记房子产权，面积，价格，门牌号，联系方式，看房时间，争取当场看房机会，和业主做进一步沟通，加深感情。

话术：XX 先生，是这样的，我有个老客户非常有诚意，已经在我手里买过两套了，但是一直还在找这样的户型，听您介绍之后，我感觉他可能会定您这套，我想先去您家看看房，以便我更好的和他介绍您的房子，一般我看好他都会考虑的。

B 思路：了解市场情况，可买可租型的，一定给业主信心，让他知道现在市场好，好卖且价格高，比租房赚的快，举例说明某投资户倒房，几年赚了多少钱，如多有超值的房子可以再推给他，让他换房子，赚差价，顺便了解门牌号，房子的具体情况，联系方式。

话术：您的房子要是拿出来出租回报会很少，现在这个市场非常好，好房子能卖个不错的价格，比租房子划算多了，我前两年帮一个客户炒房子，就两年她赚了 100 多万呢，到现在还给我介绍客户呢，您要是有的闲置的房子也可以这样做，就现在的市场出来超值的房子那就是赚！我建议您也可以试试，有超值的房子我给您发短息，您的电话是 XXXXXXXX（顺势引出电话）

C 思路：买房身份不明，可能是业主冒充客户探价，也可能是客户冒充业主，这要凭经纪人的明锐度来判断真伪。（分析：一般来说

业主冒充客户的会问特定的户型要是买大概要多少钱啊?)注意:这是一般会问的非常具体。如:南北通透三居,高层的,装修比较好的,没怎么住过人的,买要多少钱呢?

客户冒充业主的比较少,也有可能是租户冒充业主前来咨询。

宗旨是:要含糊的回答。话术:至于价格那要看房子后才能定下来,根据配套不同,装修标准也有高低,房子的耗损程度这些都不一样,价位会有不同,您是要买房还是要卖房呢?或者,大哥您要是卖房我帮您卖个不错的价格,要是您买房我也能帮您买到合适的房子。

D思路:可能是刚跟这别的公司看过的房的客户,如果客户没有保护房源的意识时也可以从客户口中把房源套出来。

话术:XX先生您在这边都看过什么样的房子啊?(主要是听他说看过哪里的房子,然后相应的报价)

③开发房源短信

A、您好,我现在有客户就想考虑买咱们这个小区您这样户型的房子,绝对能接受市场价,您有考虑出售吗?全款买房。(外地过来的,而且注意要对你发的这个小区户型熟悉)

B、本人因资金有限，短时间内求购本小区住房一套，合适即可。
如有房子出售，联系 XXXXXXXXXXX

C、您好，我这客户很有诚意想在本小区卖套三居室，（可写你小区主打户型、或写套适合老人小孩住的房子、口语化一些）价格合适可全款购房！

D、收集出租房源：

您好，我是 XX 房产公司的资深经纪人，目前手上有一批固定租客，如果您的房子考虑出租或租期快到的，请您把起租日期和租金发到我的这个手机上，我会帮您及时出租房屋的！

④敲门（要注意说话的语气，要随和。）

话术：您好，不好意思打扰您了，我是 XX 房产公司的经纪人-----这是我的名片，院里阿姨说您的房子可能考虑出售？我这正好有一客户想要这样的房子，您打算卖多少钱呢？

话术：您好，不好意思打扰您了，我是咱们楼下的房产公司的，我带看客户看咱家楼下的房子，但是业主有事耽搁了，客户马上就要到了，您的房子方便让我们看一下吗？客户就要这样户型的房子，价位可以商量。

话术：您好，我这有个客户说看过您的房子，比较满意，特意委托我过来落实一下细节。

话术：我在楼下看到有中介带看您的房子，正好我这也有这样的客户，我想先了解一下您家的房子？

注：如果这是房主对你的话有比较大的异议，态度不是很好时，要及时表现的很困惑，是不是弄错了，最好是表现出实在是不好意思打扰了！

⑤精耕社区保安，物业

- A. 装无奈，求情，都是出来打工的真是不容易啊。
 - B. 买点烟酒，贿赂一下
 - C. 找一个小区的老客户过来接
 - D. 不着急进，就天天和保安聊天，建立同情心，搞关系
- a) 房东说可卖可不卖（给房东信心）

思路：经过去年一年的时间，积累一些可以买房的诚意客户，而且现在又是个卖房的好时机。如果出租的，就举例说出租和卖房的回

报有很大差别。

话术: XX 先生, 您好, 现在市场非常不错, 非常适合卖房子, 去年也积累了一些有诚意的客户, 现在我这就有客户想要那样的户型, 价格都好商量, 现在卖肯定能卖个好价钱, 是出手的好机会, XX 先生, 您考虑卖什么价位呢?

话术: XX 先生, 您的房子假如出租的话, 回报也不高, 短期内也不会有增幅, 长期也说不好, 就目前来讲您当时买的价涨到现在的比例不能保证以后也是这个比例上涨, 所以您看现在市场比较好, 就把房子出手, 可以做别的投资, 以后的市场谁也说不好, XX 先生您觉得呢?

b) 房东先买后卖

思路: 和房东讲清楚先买后卖您比较被动, 时间上根本掌握不好, 如果想要同步的话那肯定要有一方会吃点亏的, 可以先卖个好价, 拿到钱后选房的时间和面都比较宽裕。

话术: 姐, 如果您先买再卖, 先买的房子需要房款, 再卖您的房子时就不会卖个好价钱, 如果您现在把房子卖了, 现金在手, 就可以买到比较中意的房子。

话术：（推荐套性价比超高的房子，但是房东首付要求高，业主急售，急用钱），现在市场非常适合卖，如果现在您把房子卖了，不仅能卖个好价钱，只要您的钱到位我们尽快给您买到一个更合适的房子，而且我们公司对这边的社区非常专业，有大量的房源参考。您就放心吧！

⑥如何找业主资料？（针对没有业主资料的小区或业主资料没有及时更新的楼盘）

方式：以燃气公司或自来水公司的名义在业主的门上贴条，留下自己的联系方式让业主把房间号及所要查的数字发到自己的手机上（所留号码一定是干净的）

如：自来水公司收费单——今天上门查水表，家里没人，请在几号之前将小区名称，门牌号及水表数字发到 1391088****。谢谢！

2. 客源搜集

①网络

A、网络上的客户问房子现在还有没有，无论有没有都要说有。然后斡旋，具体话术如下：

话术：业主出差在外地，过几天回来就能看，放逐一回来我第一时间通知您看房，您的电话 13……（顺便留下客户的电话）

话术：现在真有客户和房东谈着，我就问问谈的怎么样了，然后给您回话，您的电话 13……（顺便留下客户的电话）

B、说明房子情况，问看完后能否马上就定，看房特别不方便，提高珍惜度，了解买房的诚意度，

话术：XX 先生，这个房子是非常稀缺的户型性价比超值，已经有两个客户下定金了，房主从浙江赶过来呢，要是您感兴趣我再争取下看能不能看房，看好的话您可以定这个房子。（非常坚定的语气）

C、思路：告诉他现在有好多客户正在看，让客户马上过来看，试探诚意度，如果真的过来就假谈，告诉他有客户看的差不多了催他快点，再告诉他正在谈，客户到了让他等结果，这样既能试探诚意度，又能提高珍惜度并且还能与客户见面，让他对自己印象深刻，还能彻底了解需求。

话术：XX 先生，您打这个电话真是太巧了，现在已经有四五个客户正要去看房，您马上过来，这个市场好房子不等人的，我建议您方便的话就带定金，看好了就马上直接定下来，我在这等您！

D、思路：就是说房子在，现在很多客户在看，叫他马上过来看。如果客户过来了，就说房东已经被别的公司公司叫走签合同了，然后和客户建立信赖，引导别的房子。

话术：XX 先生，咱们来的稍晚了一些，我们一直在留房主，可是房主没看到客户也不愿意多等，就被别的公司叫去签合同啦，XX 先生真不好意思！您稍等，我再带您去看几套不错的户型。

E、思路：如果房子没有了，就说房子还在，但是房子有缺点，斜顶，有遮挡，没有产权证并要求全款，先稳住客户，在推荐其他的房子。

话术：XX 先生，这个房子还在，不过和您说实话，这个房子有个窗户是有遮挡的，价格虽然便宜但只业主要求客户能一次性付款，我倒是还有几套比这个好些的，我还是带您看那几套吧，您看您今天下午 5 点您方便过来吗？正好可以看房。

F、思路：坦诚交代，说网络上的价格是给业主看的，因为最近市场太好，业主经常涨价。具体房子的情况，要客户过来了解。

话术：XX 先生，和您说实话吧，网上的那些报价都是给房主看的，最近市场太好导致房主经常涨价。我建议您还是过来看看，我帮

您详细的介绍这边房子的情况！

②上门接待

1) 橱窗的房源没有及时更换。

A. 话术：现在房源卖的太快，橱窗房源的更新速度跟不上现在房价的上涨速度。（思路：体现现在市场火爆，很多房子刚出来就被定了）

B. 思路：直接推荐性价比高的房子。

话术：XX 先生您好，我们刚刚新出一套~~~（介绍超值房子）

C. 思路：告诉他有这套房子，但看房不方便，让客户留下电话，约好了给他电话。

话术：XX 先生，这套房子昨天刚刚看完，房子非常不错，（可以适当的描述内部），只是今天没有提前约房东，所以暂时还看不了，这样吧，我晚上约好房东后给你电话（或短信），您的电话是 13~~~~

2) 客户不留电话

A. 思路：要说房子非常好，只是看房时间不好确定，尽量要留

下电话，一旦约好第一时间通知他。

话术：XX 先生您不知道，这套房子是我们的主推房源，全公司的经纪人都在带客户等着看房呢，只要我这边确定好看房时间，我第一时间通知您，您的电话是 13^{^^^}

B. 思路：讲故事，上次也有个客户，没留电话，但过了两天就出了一套特别好的房子，第二天就卖了。可没过两天他就给我电话，告诉他此时很懊恼。

话术：XX 先生，买房子这事是大事呀，您不知道，上次我一个客户想要看房，结果他光给我一个家里的座机，第二天出来的好房子就是他想看的，结果联系不上，最后那个客户打过来知道房子被卖了后，很是懊恼，现在这市场说不准哪天就出来个好房子，我看您还是留个电话吧，要是您不方便我先给您发个短信，您的电话是 13^{^^}

C. 思路：告诉客户我们是一对一的服务，不会泄露号码给其他公司的。

话术：XX 先生，您放心，我们是做中高端服务品牌的，对客户都是一对一服务的，绝对不会出现私自泄露客户资料的情况。

3) 客户上门具体的问一套房子的价格或情况（那说明已在外中

介看过此房)

思路: 报底价或更低的价格, 取得客户的信任。然后再深入了解是否喜欢这套房子。从而现场促成, 例如: 客户说你们这有、、、、、(描述房子的具体情况) 样的房子吗? 现在房子的底价是多少?

话术: XX 先生, 您说的这套房子我们也有, 而且房东和我们店里的小刘关系非常好, 最早也是在我们这边卖的, 现在其他公司都打听到这房, 但是房东和小刘说, 没事我给其他公司报的价格都比较高, 你就专心给我卖就好了。大哥, 这房子现在的底价是 100 万, (一定要比别的公司报价低个 2、3 万) 房东说看好了就能谈, 我感觉大哥很有诚意, 要不这样吧! 我们现在把房东约来, 咱们和房东见面谈谈, 房东见到我们小刘带的客一定很好谈! XX 先生您先到里面休息一下。

③房源跟进

跟进项目-----价格 看房时间 钥匙 租户 流程

1) 房价高

思路: 告诉业主自己非常努力的推荐找客户, 但客户同事都说价格有点高, 不过来看。这样反复多次的给业主电话。

话术：XX 先生，我们公司的经纪人都在给所有的客户推荐您的房子呢，真的，您是不知道，客户普遍反应说您的房价比较高，都不来看房子，您说我该怎么办啊？！

2) 不让看房

业主说现在没时间，不让看房

思路：天天给他打电话，告诉他自已找了几个客户，但看不了房子，客户都买了其他的房子了，可惜。卖房就必须让客户看房。

话术：XX 先生，您看看啊，我这几天一直都在给你打电话啊，为的就是带我们手里比较准的客户看房，客户被我们约过来都是带着定金的，没看到您的房子，结果看了别的房子，感觉不错就给定了，我们还在积极主推您的房子呢，客户都是很有诚意的，您既然卖房子那就让客户看一下房子啊。要不这样吧，我们把客户都集中约到一个时间段带过去，您明天准备一个时间段好让我们集中带看，这样既不会耽误您的时间，也有利于我们提高客户的购买热度！您看明天下午 3 点可以不？

3) 租户不让看

A. 思路：和租户建立关系，告诉他不用害怕搬家，客户就是投

资的，买了以后还会继续租给他。看完房，送点东西表达心意。

话术：（租户）X姐您放心好了，这个客户买这个房子也是投资，正好您也住在里面一直租给您啦。他还省事再找租户了呢，俗话说：买卖不破租赁！您就安心住在里面好了。正好您今天在家（或者说：那您看今天下午6点您在不在家），我们客户就上去打扰您一下看看房子。谢谢您啦！

B. 思路：直接去敲门，告诉租户说楼上的房子卖，看不了，帮忙看一下他家里的户型。

话术：（租户）X姐您好，我是XX房产的，这是我的工作证。我们本来约的是楼上的房子看，客户都来了，可是那个房主有事给耽误了，能不能麻烦您一下，借您的房子看以下户型就好，不会打扰您太长时间，2、3分钟就好，谢谢您！

4) 钥匙

思路：给业主讲故事，临时上门的客户很多，都很有诚意，要是看房不方便很影响卖房，也许会错失很多不错的客户呢！

最常见的就是房东不给：不行，钥匙放到你们那里我不放心，房子那么多钱万一丢点什么呢，再说了别的中介看房也不方便！

话术：XX 先生是这样的，我们公司正规的钥匙委托书，盖有我们公司的公章，我们公司有很多钥匙（可以把店里的钥匙展示房东看），这样也方便我们平时带客户看房子，您看像您这样的成功人士基本上都比较忙，看房每次都得麻烦您呢。如果您把钥匙放在我们这，不但可以节省您的看房时间，也可以让我们尽快找到有诚意的客户，这样可以提高工作效率，我们公司在本区域内有十几家直营店面，经纪人有上百人，而且所有的房源都是共享的，有钥匙的房源更是要店长到各个店去推荐呢，各个店也非常重视有钥匙的房源，都是优先卖的也是最快的！您看呢？

XX 先生还有就是，钥匙希望您不要放太多家，如果很多人都有钥匙，到时看完房没有关窗就分不清楚谁有责任啦。您就留我这一把，我们看房都是穿鞋套的，定期给您做保洁，其他公司来看房我也会配合他的。您放心就是了。

5) 独家（和房东说）

思路：让房东感到你说话的意思是替他考虑的，不给客户过多砍价的机会，另外给房东展示我们公司很有强的消化能力，是这边的社区专家！

话术：XX 先生，您好，您的房子报的中介多了，客户看中房子

后就会挨家挨户的问，并让每个公司都砍您的价格，谁价最低，就会去谁家成交，这对您是多大的损失啊！我们就很难帮您卖个好的价钱，我们是这个社区的专家，做的也是最专业的，我们的客户也是最多的，我们也是中介做的最棒的，这个小区 80%的房子都是我们卖的，我们给您买一段时间看看？

二、接待经典话术

接待是一门学问，接待做得好，衔接带看紧密就可以直接促成签单。所以一个好的接待几乎是你成功带看的重要前提。接待分为店面接待和网络接待。当然有时候还有随机性接待，也就是在楼道里、社区花园、别的公司门前等等。我们本次主要从店面和网络接待的两个方面入手，了解其中的接待思路和相应话术。

1. 店面接待

①店面接待之房源接待

店面进行房源接待时，最重点的就是要问询出相应的房源信息，并加以登记。当然有些业主会和你探询现在的市场现阶段情况和走势以及成交价格。所以尽可能在不偏离事实太多的情况下压低房东的心理预期。很多时候房东会扮成客户先来了解一下市场，因为房东在长

期的卖房过程中总结出中介给双方的报价是不一致的。所以房东想借此来高报自己的房屋售价。这个时候，大部分要靠经验去判断，定论后就配合相应的话术。

思路：房东直接报房源，我们做记录，之后铺垫——XX先生，我们专注附近每个小区而且我们做了快X年了，这几个小区我们就是专家。您这个房子的价位有些颇高，不过我先给您报着，我也找几个准客户带看您的房子。（思路：销售我们的专业，稳住房东）您也别报太多公司了，现在的客户哪家都走，您报太多公司客户会以为您着急卖，价格就卖不上去了，而且每个公司都会给您打电话，影响您的工作生活多不好啊？（思路：铺垫不再让其找其他中价，说出利害关系）

思路：如果房东想来探探市场价，出售的诚意需要我们自己挖掘，尤其是房东出租也行出售也行但多半倾向出租的房东，最好是给房东做售房建议，上的就是为了建立信赖，不断的给予信心，让他感觉市场不错可以出售——XX先生，您看。现在市场的成交数据都是在上漲的，现在租房的投资回报还不到3%呢，买房赚的比租房快多了。

（思路：假设案例有个投资客户倒房一年就赚了XX万）顺势推荐超值的房子给他，让他换房或者直接倒房赚钱。（思路：如果依然犹豫，就先说服留钥匙，租房也是要留钥匙才方便看的。）我们公司下班是

最晚的，我们的客户群体也都是高端，有些人下班都很晚，有钥匙的房源就会消化很快，您也更省心嘛！而且建议您只留我们家就好，万一有个损坏您直接找我们就好，多家留钥匙损坏了都找不到人，而且我们还会定期对您的房子做保洁。（思路：先稳住，取得信任，留下钥匙，然后再一点一点的跟进，劝服他卖掉）

思路：一些特殊情况下，例如客户刚刚在别家看过房，在其没有保护房源意识的情况下也可以用我们的专业知识来套出他看过的房源

——XX 先生，您看的是不是那套 XX 层能看到 XX 小学的？不是啊，那是不是房东不在本地，家里有些乱，家具都搬走的那套啊？（思路：我们尽可能的进行专业判断，不要让其感觉到我们在套房源，而只是在了解情况好找到相应适合的给他）

思路：一般住在附近小区的房东来看橱窗时穿着都很随意，男士可能都会穿拖鞋，其实还是有一些特征能判断出来究竟是客户还是业主。在橱窗能判断出身份后就要直接引导到店内进一步信息获取

X 姐，您是不是想出售附近的房子啊，我们专做附近的小区，很专业的。我们进门喝杯水聊一聊吧？

X姐，现在市场不错，您看这些房源基本上都卖掉了，我们的销售能力都很强的，您的房子拿给我们卖也会卖个好价钱的，来，咱们进门坐坐吧？

思路：如果接待的顺利我们要尽可能留下房东的电话和钥匙（自住的除外），而且尽可能的跟房东要求一起回家看看房子内部装修保养情况。一定要养成看房拍照的习惯，这样我们无论是网站推荐房源还是在看不了房的情况下临时让客户看照片，都会有很大的帮助。所以，去看房除了带鞋套之外，尽可能带上你的相机。

②店面接待之客源接待

对于上门的客户，我们一定要打起 120%的精神接待好，因为上门的客户几乎都很准，诚意度都很大，当场带看当场逼定签单的可能性非常大。所以对于客户的把握要注意火候，不能太急，也不能漫不经心。第一个问题都要问出相应的信息或需求，还要体现我们的专业和服务品质。

思路：一般的客户大都是橱窗接待的，所以经纪人首先要对橱窗的房源很熟悉或者是脑子里有起码 10 套房源做应急，否则一问三不知，客户就不信任我们了。

话术: XX 先生, 您好, 您看看房?

话术: 您好, 您随便看, 觉得有合适的就叫我。

思路: 一定要站在客户身边但不要靠得太近。视线紧盯客户的视线焦点, 发现客户留意一套房子时间比较长就稍微主动一下介绍信息。不能太殷勤, 也不能太被动。

话术: XX 先生, 现在的房子卖的挺快的, 这里有些房源我们也没有太及时的更新, 要不您到屋里坐着喝杯水歇一歇, 我给您拿户型图详细介绍一下?

话术: XX 先生, 我们这边昨天刚出一套超值的房子是 XX 小区 12 层的小两居, 正南, 正对小区花园, 不知道符不符合您的需求? 咱们进屋详细了解一下吧。

话术: XX 先生, 挺多房子都在我脑子里, 咱们进屋结合户型图给您介绍一下。

思路: 无论你说什么, 无论你介绍什么房源, 目的都是把客户拉到店里面详谈。如果遇到怎么都不想进店的, 就要抓紧时间留电话号码。

话术: XX 先生, 要不您有事就先忙, 您把您电话号码给我, 我这边有合适的房子马上通知您来看。

话术: XX 先生, 您留个电话, 我这边只要有超值的房子一定给您推荐。

思路: 如果客户就是不肯留电话, 这时候也不能放弃, 因为此时再争取起码有 75% 的客户肯留。

话术: XX 先生, 您不留我下次有好房子怎么能及时通知到您呢! 这个市场就怕错过好房子。

话术: XX 先生, 您不就是怕我们总打电话吗? 我下次先给您发短信, 等您回复后再打电话, 您要是不回就不打扰您了! 真的要给我留个电话。您的电话是 13、 、 、 、 、 、 、 、 ?

话术: XX 先生, 您要的这套房子看房时间不好确定, 您还是留下电话号码比较好, 我约好房东第一时间通知您!

话术: 别不留啊, 上次就有个客户没留电话, 第三天出了一套特别好的房子, 就是他查以接受的条件, 根本找不到人, 等周末再来就被卖掉了, 他知道后特遗憾。您可千万别说这是没缘分, 其实缘分也是我们主动创造的, 您说是不? 您看您的电话是 13~~~~? (思路:

无论他最终是否留下电话号码, 经纪人一定要主动地递过自己的名片, 否则一点挽回的机会都没有! 这个动作千万不要吝惜)

思路: 有些客户都是这么直接, 直接进店, 直接找椅子就坐, 直接问询你有没有 XX 户型或者 YY 户型, 如果有且能看就直接看, 如果没有就直接起身走人。对于这样的客户, 我们也直接一点, 先直接告诉她相应的信息, 让同事感觉约看房, 或者就直接报一套符合她要求但是现在不能看的, 需要进一步核实后再约其看房, 目的就是要留下其电话号码。

话术: X 姐, 你说的这套房子啊, 我们在 X 楼 6 层和 X 楼的 25 层都有, 但是价位略有差异。您看您的心理价位是?

话术: 这套房子啊, 现在这个小区这个户型在卖的就 2 套了, 其实一共这个户型才十几套, 在卖的很少, 因为业主住的都很舒服, 所以都不卖。这两面三刀套也不好看房, 这样吧我先给您看一下照片和户型图, 您要是觉得还行我们就约一下房东看看今天看不了什么时候能看。

话术: X 姐, 这房子租出去了, 只能看照片了, 房东在外地, 您看, 如果您觉得房子不错那咱们就下个意向金吧, 我把意向金协议书给您看看, 签完我们传给房东, 让房东尽快回来。您看呢? 其实您没

必要担心,我们的公司是全北京直营连锁的,在北京有 600 多家店呢,我们专做中高端市场,我在这个店都有四年多了,我们公司是最重视业主客户的服务和安全的。

思路:这个时候就要多销售公司,多做铺垫了。不铺垫她可能不太信任公司和经纪人或者会流失到其他中介。

话术:您看我们是小区门口的第一家,业主们要是报房子基本上都先报给我们,况且现在业主也是有选择的报房,不是大公司都不选择。我们公司在这个社区已经开了 2-4 年了,和好多业主都很熟,很多业主都是在我们手里成交的,所以掌握这个社区的绝大部分房源,查以帮您在最短的时间内找到最合适您的房子,您 毕竟也是大忙人,也没那么多的时间耗在买房这件事上,所以我们的效率一定是最高的。

话术: X 姐,我们公司 06 年就在这里了,专做这周边的社区。所以基本上这个社区在卖的房子我们都有。而且说实每家房源都差不多,我真的不太建议您走很多公司,我们都是一对一的服务的,您找很多公司,每天接到很多电话,会影响到您的生活和工作不说,有些还会耽误您的最佳购买时机。相信我们公司一定可以帮姐找到合适的房子的。

思路: 有些客户可能是初次选择附近的楼盘, 所以这类客户会询问很多的楼盘的问题。周边的配套啊, 交通啊, 市场趋势啊之类的。遇到这类客户一定要耐心的介绍并加以引导。这类客户最需要立即带看, 因为他们对社区的房源没有概念, 带看可以进一步了解他们的需求, 加以判断可以向正确的方向引导。接待期间除了销售公司和销售个人外, 还要进行忠诚度铺垫, 不希望带看过的房源透露给同行之类。但是不介意他们去任何一家中介, 因为没有比较他们是不会选定由谁家为其服务的。

话术: X姐, 您最近看过哪个小区的房子? 看过什么居室房子?
看房子看了多久? 最近的看房时间?

思路: 探询她看过哪些, 为什么不喜欢, 避免再犯同样的错误。试探她总体看房的时间周期, 判断她的心理价位和涨幅程度。也可以通过她看过的房子分析出她的需求, 进一步获得她的信任。

话术: 这小区周边的情况是这样的~~~~您是为孩子上学呢还是买给老人住呢?

思路: 探询客户买房的用途, 不同的用途需求自然不一样。

话术: X姐, 咱是自住还是投资啊?

思路：探询客户买房的目的，不同的目的心理价位不一样。

话术：您需要的面积范围，朝向，价格区间，楼层和配套需求？

思路：可以尝试拟一套房子比较符合他要求的来探测他的真实要求是什么。

话术：X姐您有没有朋友，亲戚。同事在周边住或买了房子的？

思路：探询是否了解小区的价位和户型，是否有烦人的军师等等

话术：在哪工作？远不远？

思路：判断看房会否方便。在问到一次性或者按揭这个问题，我建议在看房过程中询问

2. 网络接待

①网络接待之房源接待

网络接待的房源比较少，虽然现在房东也在看我们发布在大大小小的网站上的房源信息，但是毕竟他们希望是由经纪人来反馈最真实的市场走势，所以一般经纪人接到网络买房的比较少。如果接到了其实就跟洗盘电话没什么区别，相应还是要询问出房屋的基本信息。只

不过网络接待的有些房源并非我们熟悉的产品，而且房东也会故意试探你能给出的最高价位是多少。所以，也需要一点点小经验来判断究竟是房东打来的还是客户打来的。鉴于我们的目的是要收集到信息还要留下房东的电话，所以建议经纪人在网上还是要留手机号码尽可能不要留座机号码。

思路：可能报出来的房子是我们陌生的小区，除了平时多积累相应周边小区楼盘信息外就要稍灵活了。不懂的一定要查问清楚，或者直接说实话说我们暂时不做这个小区，但可以帮业主找客户。也许他也有朋友拥有我们所做的社区房源，不要不给予理睬。

话术：哦，您说的是 XX 小区的房子啊？说实话我们店可能暂时做不到那个小区。但既然哥您这么认可我们公司，又这么认可我。我一定竭尽全力给您推荐到相应的店面，让他们尽快给您找客户。您说一下具体的信息好吗？

思路：了解完信息之后，问一下有没有附近的房源信息

话术：那么 XX 先生，您这套房子我会帮您留心和推荐，对了，您在 YY 没有房子吗？或者您的朋友，亲戚没有这边的房子吗？这边的房子最近挺好卖的，可以的话 XX 先生您把 XX 小区卖了再买一套吧！肯定能升值！

思路：如果是有目的性的业主会直接询问你的网络房源情况，这时房价不要说得太直接，就说其实现在价格都差不多，基本上在XX-YY的区间，要看户型了。如果他始终纠结在某个户型或者某一楼层，基本上就可以判定出是业主在询价，采取相应的对策就好了。

话术：XX先生，你说的这个房子现在就能看，您看您现在方便就赶紧过来吧。哦，今天不行是吗？XX先生今天要是您不来的话这房子就没了。现在这个户型真的不太多了，这房子价格还低于市场价。

思路：诱惑他过来看房。

话术：嗯，嗯，现在的价格也就每平米S万吧。我说您现在方便就赶紧过来吧。看看户型也行。哦，这个户型您熟悉啊？不用看？就是想问问价格。

思路：基本上谈到这里就能判断出来是业主还是客户了。

话术：那基本上就是刚才和您说的这个区间价了。哦，那您是想卖房子啊？咳。还以为您想买呢，那您的房屋情况是、、、？

思路：所以经纪人在报价的时候不要太清晰，稍微模糊一些自己也好圆话。这样就不会拉升业主对房价的期望值。

②网络接待之客户接待

很多的客户通过网络看了我们推荐的房源后，都会比较直接的想获得他们所感兴趣的信息。所以经纪人除了稍微谨慎一点报房源信息外没什么别的选择。如果你在电脑前面，一定要先查查他的手机号码，看看是不是中介探房子的。紧接着如果你对他的询问的房源不熟就赶紧登陆自己的网络页面去查找，看看自己的报价回忆一下这套房子的基本情况。然后策略性的引导他过来看的房子。如果他问房子还有没有，基本上不要一下子就回绝说没有，我们尽可能在电话接待的时候将客户的大致信息挖掘出来。并一定引导其来看房。一定要切记不管你如何应对客房的询问，一定要在谈话中尽量让自己传递真诚的感觉，不要让客户和我们的初次沟通就留下：油嘴滑舌“的印象！我们常常说一样的话，从不同的人嘴里说出来的味道就好像是不一样的，原因就在于语言包含的感觉不同。而感觉是有穿透力的。想要表现出色而令人印象深刻的”脱口秀“，还要我们平时反复不断在积累和练习，演习是锻炼话术的最好方法。

思路：针对价格超低的帖子，着重对“房源情况“的铺垫，先肯定有。

话术：“XX先生，确实是有这套房子，可是~~~

房东在外地，对北京市场价不是很了解，他给我们报上来的确实是这个价，不过按我的经验来看，还是需要再稳定一下。按现在报这个价，确定是最低的，很多客户也都在问，不然您先留个电话给我，我找两套差不多的房子咱们先看看，喜欢再商量！（因为初步需求确定，需要做的就是留下电话。稳定情绪，引导看房）

话术：我们现在都正在带客户看呢，房东着急用钱，昨天晚上刚报上来的，您应该知道 XX 社区卖这个价绝对是便宜。您这边方便现在过来不？我可以在这边接您！能找得到我们店吗（思路：制造紧张气氛，引导看房，见面后再落实细节）

话术：好像已经卖了，刚刚房东在我们隔壁店谈来着（或者现在有客户正谈）这个号码是您的手机号码吗，我打个电话再确定一下，5 分钟之后给您回过去，（等 3 分钟）XX 先生，这房子现在还没有签呢，钥匙被我要过来了，现在能过去看，要不您现在过来吧。这个价钱确实是市场上相当难找啊！另外刚巧有一套性价比不错的房子，也是今天晚点能看，您过来，我顺便帮您约下一起看看！（思路：表现出我们的服务意识，先引导来看房并且准备备选方案，如果看不了或被卖了再转到备选房源上）

话术：我没发过，贴子是房东发的，他着急卖又没时间，我跟他

关系特别好，他就把我电话留下了，我手上还有这房子的钥匙呢！

（思路：针对网络上发布房源的基本信息描述特别少的房源，这招以下变应万变）

思路：客户真的来了要看那套房子的话，就带他去看有钥匙的房子，铺垫有客户在谈等，制造可现场定房的障碍，也可以找同事配合，在你带看的同时，电话通知你房价刚刚涨了或者房子已经卖了的信息！尽量配合得不露出什么破绽。目的就是让他定有钥匙的房源或者再找合适的给他。

思路：我们当然也可以说房子没有了或者房子的价格真的不是真实的，但是关键是稳定客户，了解需求，引导来看推荐的其它房子。

话术：XX先生，不好意思，我们这套房子卖了，不过今天我们刚刚上了一套性价比更好的房子，我还没有来得及发上去，一样是一套X居。

思路：挑选一套手上有钥匙的三居的房子来推荐，并在推荐之后，跟随你发布的三居做对比，突出一下为什么你推荐了这套新的房源。把客户打电话过来想咨询“目标房源转移”因为客户都喜欢更新鲜，更好的信息！

话术：所以我建议 XX 先生你来看一下这套房子，（思路：从客户的角度分析，他也会觉得这个经纪人似乎是在给他更好的建议，对你的印象会大大加分）

思路：铺垫客户不再找其他同事。

话术：我们房源都是共享的，您找我就不用再找其他同事了，因为房子都一样。（思路：销售下自己是月冠，精英之类的）

话术：我是我们公司的 12 月份的月冠，我肯定能帮你找到房子。

话术：您先跟谁联系，就属于谁的客户，您有没有跟随别的同事联系过？如果有，我就不带您了，找他就可以了。（思路：在表现自己大度的同时还销售了同事）

三、推荐房源和约看的话术

1. 推荐房源的话术

①楼层不好的

思路：一层：（老人住）方便，下接地气，性价比高（有花园的更好销售了）编个案例故事对比高层不便（停电，电梯不方便），不怕地震，便于出来晒太阳，作为投资也合适，好出租，做商业。顶层：

视野好，居高位，象征事业蒸蒸日上，现代楼盘有隔热层，楼上没有人吵醒您睡觉绝对安静，私密性强，全方位采光（有露台晚上赏月 喝茶多浪漫）。

话术 1: XX 先生，一层的房子其实是非常棒啊，您看家里有老人、小孩的多方便啊，既可以接地气又可以随时出来遛弯晒太阳呢，再说了就算有突发事件，出来也是绝对方便的。再不然您投资出租做商铺也好啊收益相当不错呢！

话术 2: XX 先生，像这样顶层的房子是相对比较少了，而且又是比较难出来的，因为视野比较好，晚上睡觉又没有人打扰，在高空私密性也相当好，有客户还就专门挑这种哪。现在这市场稀却的房子可以考虑做投资，转手也能赚不少呢！

思路：朝向不好的房子就避开劣势，推荐给现在居住的年轻白领比较合适。

话术：北边夏天不用空调，冬天供暖好，不至于过热，便宜，格局方正。房子哪有都朝南的，那北向的房子当初就不会建啦。像您这样的白领白天工作，晚上回来睡，现代人关注的阳光绝对不是最重要的，经济实惠最关键了，更何况北京一年也见不到几回太阳，您说呢？

思路：关于风水方面主要讲：风水是可以破的，而且有些破开后的效果比风水的还要好！

②关于公摊大的房子

思路：墙厚、隔音保温。楼道宽方便搬运大件家具。

话术：XX先生您是不知道，公摊虽然大，但也大不到哪去，其实也有不少优点。建筑面积减去使用面积剩下的就是公摊了，也差不到哪里去，其实是墙厚占了一些公摊了，还能隔音保温挺不错的，楼道也比其他的宽了一些，您要是买个大件家具搬回来很方便，至少不会磕磕碰碰的，还可以暂时放些东西，再说了这么超值的房子那去找啊，您可以定这套了。

① 临街吵

思路：可以重点销售户型，装修，配套，房子突出的卖点一定要匹配上客户的需求。

话术：X姐，房子是没有十全十美的，这套房子是我帮你精心准备的，别的不说，您看看您买房的需求这个房子全都包含了，虽然是有一点点不足，但是不会影响到您的工作生活，再说了北京的房子哪有不怎么邻街的，就算有不邻街的，那价位也没有这个划算，现在这

市场都快成抢房子了，这房子已经非常适合您的需求，您可以定了。

（有同事配合效果更好）

② 估计不让看房：或看不了房的

思路：（故意不让看的）用数据，成交案例说明，若非常准的客户，就大胆向房主要求看房：（看不了房的）争取看相同户型，要提前铺垫。

话术 1：根据数据显示。带五十个客户成交一套，要是看一个成交一个我们不就发财了吗。XX 先生，你可以跟我说，是否对之前我们同事的工作不满意，可以直接跟我说，我回去批评他改正，以后您有事可以跟我说，我一定尽力帮您解决问题，尽早卖掉房子。我们这个客户是带了好久的看了不少房子，非常有诚意，已经到定房的阶段了，我们就看一次房子，如果这次卖不掉我们就不会再打扰您！您就相信我这一次！

话术 2：XX 先生，我给您多报了十万呢，这个客户很准，对价格也没什么疑义，户型也喜欢，再看一下本房就能定，看的好的话有可能我们让客户加钱多给你卖点。

话术 3：我是这的社区专家，在这社区呆两年卖了几十套房子了，

我带的客户都是要定房的，这次肯定能给您卖掉！

话术 4：XX 先生这个房东人是很有素质的，基本上不怎么去打扰租户，您知道嘛，这个户型是非常稀缺的而且价位也不高，要是房东在北京，恐怕早就卖了，我们公司有两个客户下了意想金正在等房东回来，我建议您也下个意想金，房东一回到北京我第一个给您争取见面谈。

（如果客户说：已经有其他客户下意想金了，我就不买了）我去和经理申请，可以说您是我的老客户，能优先谈。（这时如果客户还是犹豫）就说：买不买没有关系，关键是这么好的机会要先抓住！

⑤交通不便利的

思路：关键要挖掘房子的其他卖点，可以配对一些对交通不是很在意但对房子本身要求比较高的客户。

话术：X 姐，这个小区非常安静，现在的生活，工作压力大，每天都工作在喧嚣闹市，回到家不正好休息一下，这鸟语花香的私人空间是多么惬意呀。况且现在的市场升值空间大，等这边再规划完，升值潜力就爆发啦，转手还能卖个好价钱呢！

⑥家庭意见不统一

思路：告诉他机会不是人人都能碰到，这是很难得的，错过了就相当于少赚了，举例说以前客户错过了就少赚了很多。给他竖立坚定信心，这房超值。（你的状态可以感染到一切）

话术：XX 先生，现在这市场下这么好的房子错过就不好找了，最主要是能买到这么超值的房子，过两天其他公司都知道这房就会有好多客户抢的，我有一个老客户就错过了一次机会少赚了十几万呢，退一万步讲，如果您家里人真的不喜欢，我再帮您卖了，转手也能赚个十来万，我在这都做了两年多啦，您还不放心啊，明天我还等着您和嫂子请我吃饭呢，您就相信我们肯定没问题！

2. 约看的话术

①激情约看法（说话要简练快速，不要给他说话的机会，声音要大，吐字要清楚）

话术：先生您好，我是 XX 公司的 XX，XX 园刚出来一套非超值（只能说超值，不能说便宜，中国人习惯心理：便宜无好货）的三居，。。。。（简单介绍房子），这套房子从户型、面积、装修、价格各方面来说，都非常符合您的需求，明天上午 10 点可以看房，请您明天务必过来看一下。

②提高珍惜度约看法:

话术: 先生您好, 我是 XX 公司的 XX, 上次我给您推荐的 XX 园那非常超值的三居明天可以看房了, 这套房子您一定得过来看一下, 仅有的一次看房机会, 房东一直是我联系的, 明天您过来将是第一个看房的, 我相信一定不会让您失望。明天上午 10 点您先看, 10: 30 之后会有很多客户看, 您稍早点过来, 我就在北门等您吧。

③对比约看法:

话术: (针对客户觉得房价高的房源, 可让同事先以其它公司身份比报价高出 30 万给客户推三到五遍, 然后你再推荐) 先生您好, 我是 XX 公司的 XX, XX 园刚出一套非常超值的三居, 业主非常着急卖, 明天 10 点就能看, 121 平米, 底价 300 万, 还送一个车位, 现在望京所中介公司都在约客户看这套房子, 您明天务必带上定金过来看一下, 晚了就来不及了。

注意: 约看时一定有激情, 一定要突出: 出来一套好房子, 自己要签单了, 那种激动的心情。把这种激情传递给客户, 客户也会激动, 一定会想出来看。建议如果没有状态, 可以出去到店门口跑出圈再回来, 喘着气再约, 效果一定会非常好。

a) 目前国家又出了新的政策, 现在又开始控制过户的价格了, 二手房这么多年来都没有出现过, 这是国家的又一个信号, 您买房子一定要现在就买了, 要不过了年, 国家下一步还不知道会出什么别的政策, 购房的成本会增加的更多呀.

b) 银行的政策优惠只到今年底, 所以, 等过了年再买房子, 您想想, 银行利息上调, 首付提高, 购房成本的增加, 再买房子会更难呀.

c) 国家现在的经济刚刚开始有一定的起色, 国家肯定会想办法让经济稳定的发展, 而不会再让经济受到较大的冲击, 所以, 好多人都说房价会降, 但是我却说, 房价也许会降, 但即使有, 也一定是小幅度的下降, 那小幅度的下降, 也不一定能弥补税的增高呀, 想买房还是趁早吧。

d) 您买房是为了自住, 又不是投资, 纵观明年的市场和政策, 央行的放贷额 7.5 万亿就是一个强烈的信号, 过了年房价肯定会上涨, 所以现在是买房的一个绝好机会, 您看到合适的就定下来吧。

四、带看使用的话术

1. 带看的重要性: (1) 没有带看就没有成交 (在整个业务中起着承上启下的作用) (2) 是精耕客户的最重要的方式, 与客户建立

友谊及信任关系，进一步挖掘客户需求，“试谈单”是引导客户与房东的观念或心态最好的方式。带看是以成交为最终目的，其后需要通过精耕房东、反馈、议价手段等询问出房东平时不爱讲的细节。所以带看后的回馈也很重要。

2. 带看使用的话术

①带看前

a) 针对业主

思路：带看前，预约房东的铺垫。

话术：您提前把房子收拾整洁，把窗帘都拉开最好可以先通通风，让客户感觉舒服些。（思路：带看环境是否舒服整洁也会决定带看的成功与否）

话术：客户问您为什么卖房子，您要说其实舍不得卖，住这么长时间了非常有感情，只是由于工作调动或者换房子没办法才卖。（思路：降低客户砍价的心理，变相说业主的房子好）

思路：带看前，确定房东带看细节的铺垫。

话术：不要对客人太热情，不要表露出急卖的样子，可不介绍或

者适当介绍。一会儿有客户过去看房，您到时就忙您的，少和他说，免得让客户以为您很着急卖。（思路：不要让客户觉得房东急卖，所以最好不要说太多）

话术：XX 先生，明天我们约了好几个很有诚意的客户，可能有几个是我们为了客户尽快下决定找的不太靠谱的客户，您自己知道就好，我们也是为了让您房子尽快成交。（思路：铺垫房东不要因为集攻的效果而肆意抬价，说明只有一两个诚意的，其他都是假的）

话术：如果一会儿客户过去看房，当场问您房子价格，您就跟他说：“你问他们吧，已经全权委托给他们了，他们很专业，非常了解我的情况”。（思路：这样让房东配合我们工作，易于成交和收佣）

话术：XX 先生，我们一会儿过去看您的房子，这个客户很喜欢这个户型，但就是总是犹豫下不了决心，所以您配合我们一下，我们要提高客户的珍惜度，一会儿您问我们：“昨天那个客户看的怎么样？”

话术：XX 先生您好，我们今天看房子的客户很有诚意，是我们的老客户，但是心理价位有些低，所以，一会儿您就不说话，忙您自己的，（思路：让房东积极地配合我们，与我们一起逼定客户，这些简短的话术通过房东口中说出效果相当明显）

话术：客人很准，请您把房本、身份证带上，准备准备，有这么个客户不容易，尽快变现吧（思路：尽可能让业主做好签单的准备，交易流程及操作时间的相关信息不要等谈单时再讲，容易时间拖久了把单子拖死，或者收不上材料）

话术：XX 先生，我是 XX 公司的 XX，我们一会儿有客户过去看房子，这个客户非常有诚意，看满意肯定今天就定了。所以，我跟您再确认一些小细节：您房子产权人是您吧？……现在还有贷款吗？……房本在您手里吗？……契税票、购房发票等等也在家吗？……您今天时间还才充裕吧？没有其他安排吧？……那好，XX 先生，我们一会儿过去看您家房子，如果客户满意，我们争取今天就成交。（思路：做签单前最后的细节确定和铺垫）

思路：还要让房东当客户面夸我们，易于让客户信任，利于成交和收佣；讲讲我们的企业文化；让房东更信任我们；还有交易的安全性，防止跳单。

b) 针对客户

思路：带看前，约看客户的铺垫

话术：X 姐，大家都约三点半，我专门给您提前半小时，咱们先

看，可以马上定。

话术：这个户型就这么一套，2年来就出来这一套，已经有好几个客户等看了，您一定尽早过来，最好可以带上身份证和定金，看好了咱们别错过。（思路：提高珍惜度，铺垫让客户带好定金和身份证，很多的单子也是因为没有铺垫泡掉的）

话术：房东是让我们报350万（思路：提前沟通房东说350万，其实低价320万），但您是老客户没必要，直接告诉您房东就是335万底价，假如看好了咱们抓紧定。（思路：铺垫房价的幅度，让客户感觉舒服一点，也易于瞬时逼定）

思路：带看前，客户在店里的铺垫。

话术：看房时满意了，也不要显露出来，看房时间不宜过长，便于我们议价。（思路：房子看久了，没问题也能看出问题，所以不能让客户看太久）

话术：不喜欢房子的某些地方，也不要当着业主直接指出。（思路：不要当着业主面挑毛病，避免矛盾激化）

话术：不要讯问业主关于房子价格的问题，也不要和他说太多话。否则他该觉得咱们看好了，着急买，到时我们会不好给你谈价格了。

而且业主提前打过招呼，都知会我们了，不喜欢客户问。（思路：避免房东没有及时铺垫露出底价，也避免客户把房东问烦了。无论是哪一方过多的介绍或者讯问都会让自己显得急于成交）

话术：如果错过这套就真的没有比这套再好的了。看房不容易，要抓紧机会和时间，不要和房东聊太久，房子稀缺，错过就没了。

话术：同事客户这边特别准，您赶紧过来看吧，不然咱们连看的机会都没有了啊！

话术：您大约过来几个人看啊？最好和家人一起来看，业主这的不好约，就能看这一次呀。

话术：您和您的爱人都过来吗？您自己过来您能做主吗？您今天看好了能订吗？您带着定金过来吧，无论行与不行，钱都是在您那里，没关系的，不行咱们就不定呗，但是我保证这套房子您一定会喜欢的。

（思路：提高客户的珍惜度，让客户带订金或者卡和身份证过来，尽量要求决策人来，或者夫妻一起来，免得看好后以此为借口不被逼定）

②带看时

思路：其实带看中是没有什么有效话术的。大体都是在简略介绍房屋情况，业主情况。再铺垫一下佣金啊。说一下我们有多辛苦啊之

类的。也需要通过直接接触，对客户需求和性格的进一步了解，判断对方真实的想法与反应，观察力要敏锐，近距离接触，察言观色。落实客人买房的目的（自助、投资，是否首次置业、换房）、家庭结构、从事行业、现在居住地点、付款方式、最大的需求点、看房经历等。这些信息都有利于更准确的把握客户真实需求，最快配对到让他满意的房子。通过各种案例、故事展现自己的专业性，塑造专业形象，建立信任感。是不是自己的都要说自己成交的，用数据体现，真真假假。还可以进行行业透视，区域板块透视，楼盘透视，房子的卖点、稀缺性等，给客人信心，提高珍惜度。同时要销售自己、销售公司、销售企业文化，非常有用，建立信赖，利于保佣金。如果能试谈出客人以前是否受过教训就最好了，这一点对以后的逼定非常关键。

带看时帮他设计装修、布置、提前让他进入已经购买的状态，提前帮他想好安全措施。在房子里描述房子买来之后如何，用词是：“您”，“您家”，您家的阳台，您家的门，让客户自行想象这个房子的视野，感觉这个房子就是他的。

铺垫方向

如果房子有明显的缺陷（没有采光、斜顶等），在路上要稍做铺垫，楼盘的大环境有明显缺陷（楼盘没有小区等，以九台为例），也

可在路上稍做铺垫，这种明显的缺陷是瞒不住的，提前铺垫，让客人有心理准备，淡化缺陷，待他亲眼看到时不会反弹太大，而且会更信任你。

如果发现客人有轻微的跳单倾向，通过讲故事等方式适当警戒，强调自己对社区的专业性，夸大自行交易的风险性等，一般都能管用。

如果怕掌握不了房东或者客户，有报价的事情曝光，铺垫房东自己的报价，是多少，因为客人以前带过，砍价太狠而来，这个价格，他还说看好要砍 20 万呢，也是为了给房东多一点，让房东和自己同意口径。

制造紧张气氛，话术，假电话。同事间的相互配合，最好提前沟通好。演就要演像。

确认客人带了卡和钱、证件，如果看好是否可以定，拿话堵他，把话砸死。

铺垫客人房价上午刚议过，没什么余地了，很多都涨价了，这个价格就是最低的。提前铺垫，避免客人砍价或者狠砍价。（这种适用于被迫报底价或者差价很少的情况）

如果客人对价格非常敏感，或者是老客户，了解砍价不是太狠，

自己报了比其它同事低的价格,为了避免带看时客人说出差价或者听到差价,出问题,铺垫客户这个价格是刚议过的,只有自己知道,都没有告诉同事,怕别人和他抢房子,让客人不要说出来。

如果明知道房子里会有一些明显的问题,提前说出来,让客人有心理准备、淡化它。例如:卫生差,脏,租户态度很差。

③带看后

a) 针对业主

思路:带看后反馈给房东,报客人出低价,借机打击房东。用客人嘴,说房子缺点,总是说一个点,说多了自然就成了缺点了。瞬时议价,精耕房东。

话术:XX先生,咱们的房价确实有些高了,客户刚看了后觉得房子还可以,但是么高的价格比就低了,您想谁买房子都想买个性价比好点的啊!您看要不……………这个价格行不行?(思路:以客户的口吻说出一点问题,然后瞬时议价)

话术:XX先生,说心里话我也想帮您多卖一点,那样我们的佣金还能多收一点呢,可是咱的房子的确存在这样的问题啊!(思路:根据房子的缺点找各种理由打击房价,但一定要以客户的口气说出来,

保持和业主一个很好的关系)

话术: 客户不是特别满意, 但如果价格有优势客户也考虑, 不过他的期望跟您有一定差距, 我就直接回绝了, 不知道 XX 先生您这边怎么考虑? 要不要再争取争取? (思路: 客户没看好房子, 和房东假谈, 精耕房东, 把是否再考虑的问题抛给房东自己)

b) 针对客户

思路: 如果客户要走, “送佛送到西” 送走客户, 一定要送上车, 防止被切户, 也防止客人四处打探了, 也体现服务。我们做好还是尽量让客人到店里再坐一下, 喝口水, 聊聊, 体现尊重。如果房子看的还可以, 以算税费为理由让他回店, 包括银行政策的相关沟通和确认都可以成为理由。能让他回店, 就成功 50% 了, 然后可以借助团队的力量。客户离开以后就要马上跟进客户, 逼客户, 根据他新的需求再约带看或是逼原来的, 具体情况具体处理。如果自己感觉不能准确判断客户对房子的观感, 以其他公司名义打假电话, 刺探情况。

话术: 先生, 我们去我们店里喝一点水, 顺便我帮您算一下税费吧。

话术: 以您的眼光您觉得这套房子怎么样, 我觉得真的很不错,

真的很合适您。

话术: 我给您推荐的房源绝对是您要求中性价比最高的唯一一套了。

话术: 您现在就和家人商量, 这个市场只要房子能看基本上两天就没有了, 找别的就没有这套这么合适您了。您看了这么长时间的房子了, 您肯定能做主的, 这么好的房子您再不决定就真的错过了。

话术: 您看您之前看的房子都没有了, 再不买真的没有了(一直重复地说)

话术: 您看这样吧, 我是更希望您买到这么合适的房子, 我争取一下, 先到我们公司签个意向金, 我也只能在我们公司给您争取一天的时间, 但是别的公司就没办法了, 您一定要尽快啊!

话术: 您现在先买了, 过几个月赚几十万我们再帮您卖啊!(思路: 全部都是铺垫, 为了逼定而铺垫)

思路: 铺垫客人不要告诉别的公司这个房子。怕涨价, 房源难得, 不易谈价。房东想独家, 怕别的公司打电话, 房东生气了。业主对我们非常信任, 客人也不要指望通过其他公司来成交, 如果实在现场逼定不下来, 就以付款方式等为理由, 说房子也许还能等一个晚上, 你

尽量帮他争取，让客人尽快考虑，还是要提高他的珍惜度。铺垫客人如果有其他公司推类似的户型，超低价，都是假的。这个前提是要对自己带看的房源有信心。给客户讲故事，以前某个客人没有及时定，过后房子涨了许多，现在还没买到合适的呢。

思路：如果客户不满意

话术：XX 先生，房子哪有十全十美的啊，正因为这样才有这个价格，我想还是满足您需求就好您说呢？

话术：XX 先生，您担心哪方面呢？价格？交易流程？还是……？

（思路：要引导他说出自己不满意的地方）

话术：（思路：假如客户回答说买房子不能急，得看缘分）是，买房子确实是缘分，但既然您也看上这个房子了，而且这么久才出来一套，再错过了就难找到了，家人回不来我们可以给他们传几张照片，我觉得肯定会满意的，像您这么好的眼光都能相中，何况他们就更没得说了，今天真的可以定了。

话术：（思路：那我再看看，再比较比较）您想，正如我们买衣服一样，一直逛总觉得还有最好的，但真发现没有回过头来时，原来的已经没了。（思路：同时可以的话，找套比较没有对比性的房子给

他看)

话术: (思路: 客户如果犹豫不定) 大哥, 既然您今天没法下决定, 还要等家人再看, 那我去跟房东反馈, 看看什么情况, 咱们及时联系。对了, 您千万不要跟别的公司说您看过这房子, 我们怕引起不必要的麻烦, 很容易就被拱高价格了, 对谁都不好。

话术: (思路: 客户犹豫, 还砍价) 那算了, 我再帮您找其他房子, 我已经跟房东谈过很多次了, 才这个价格, 大哥, 您要真喜欢的话, 就出个合适的价格, 我再帮您最后争取一下让房东过来谈谈。现在的市场您也知道, 经常都是涨价, 哪有您说的这么大的降价空间啊?

话术: (思路: 客户满意, 房东真的涨价) 大哥, 现在很多人在看房子呢, 房东暂时过不来, 我估计有可能要涨价, 不过我已经让同事过去了, 尽量争取把房东拉过来和您谈。一开始房东只在我们公司卖, 但谁知道外中介给他打电话, 告诉房东卖低了, 于是房东给我们打电话, 也问到价格问题, 估计期望值上升了。不过您别急, 我们正有同事在稳定房东心理价位呢!

思路: 无论什么样的带看都需要好好的准备, 整个过程就是铺垫和逼定, 配合同事, 配合买卖双方把这个戏演好。无论成不成, 都要

不断的逼定，不能自我设限。好的带看更重要的是状态，是气势，这些话术仅仅是辅助的工具，切不可当做救命稻草！平时多留心，带看就会做到的更好！

五、议价话术

1. 对比法：

思路：给房东推荐同园区相对较低的房源，对比议价；

话术：X姐，您家楼上803跟您家同样户型的，前几天我们刚320万成交的，还没有过户。其实房子能卖多少钱谁也说不清楚，但关键怕对比啊，换成是您买房，楼上320万，楼下的350万，您会买哪一套呢？其实我的客户也看过楼上的房子，只是客户觉得您人特别好，房子装修也比较符合他的品味，希望双方能各让一步，X姐，您就让一步吧。

2. 分析法：

思路：给房东分析本园区成交情况，拿事实说话；

话术：X姐，XX园现在成交的均价是30000元，上个月共成交了7套，最高的一套单价31200元（房子位置好，户型好，装修好，楼

王)，最低的一套单价 28600 元；这个月目前才成交了两套，单价都没过 3 万，您现在的报价明显高于市场价。而且现在客源量大量减少，成交量大幅下降，我建议您调整一下价格，尽快出手。

3. 诉苦法：

思路：告诉房东你为她的房子所做的努力，但还没有卖出去，应该降价；

话术：X 姐，自从您上次在我们店登记以后，我们便在网络和店面打了很多广告，社区推广我们也重点推您的房子，每次区域会我们都集中推荐，但带看了这么多客户，看上房子的倒不少，但都反应一个同样的问题：价格太高了。X 姐，其实我实在不好意思跟您谈价，也没必要谈你的房价，因为又不是我买，我非常想帮您把房子卖出去，但这么多客户看了都是这种反应，我不得不跟您反馈：确实价格实在有点偏高啊。

4. 优缺点分析法：

思路：通过分析房子的优缺点，对比其它已成交的房子，来建议房东合理的价格；

话术：X 姐，根据我两年的经验，您的房子最大的卖点在于：（比

如装修、采光、户型等），我们带户看房时也在极力推荐这些优点；但您的房子也存在一些缺点，比如（临街、朝向等）；同园区 10 号楼临街的房子最高的一套成交单价 29538 元，151 平米，446 万，您这个价格实在有些偏高啊。

5. 客户分析法：

思路：通过分析客户需求，换位思考，来降低房东心理价位；

话术：X 姐，根据我的经验，买 XX 园的客户，肯定是已经看好这个小区，接下来要看的无非是房子和价格。看了这么多客户，有好几个客户对您的房都比较满意，就差价格了，其实好房子稍微贵一点买了住着舒心也行，但您这个价格每平米比均价贵出 3000 多，这个价格在郊区都可以再买套房了，X 姐我建议您站在客户的方面考虑一下，这个价格真的太高了。

6. 政策话术：

话术：X 姐您好，今年的房价从去年 3 月份截至目前房价直线上升，远离百姓购买力，再次情况下政府出台新规，提高二手房首付比例，地税增加税收，在这种情况下会把年初以来虚高的房价打压下去一定高度，所以在这个时候卖房是最后的时机。

话术: 物业费即将出台, 大大增加养房成本, 每年都需要增加大笔费用, 及时套现, 争取在房价的高点把房子卖掉, 然后转向其它投资。

话术: 您看, 现在国家又出新的政策, 开始严控做低合同价过户的情况, 这样的话, 买房子的人一定会马上下降, 所以, 到时候您再想卖这么高的价格, 可能就有一定的难度了呀. 现在卖出您的房子是最好的时机呀, 现在绝对是个最高点呀。

话术: 您看您的房子登记这么长时间了还没卖出去, 有两点原因, 一是有此类房产需求的客户很少, 二是很多客户一听您的报价就连看都不看了, 因为您那小区的房子现在的价格都是 XXX, 所以您的房子都登记了这么长时间还卖不出去。

话术: 您几年前买房到现在出手您的利润是多少? 现在客户再买您的房子不知道要等多长时间才能看到房价的上涨, 况且我的客户是贷款客户, 他的首付款是父母一辈子的血汗, 您想一下您几年就挣到客户父母一辈子的积蓄 而且客户还要还贷款 20 年也就是说客户是两代人的积蓄买您一套房子, 您想一下您便宜 10 万 20 万的过分吗?

话术: 还有现在最近新出台的政策您也知道了, 这个政策的出台意味着客户要不提高首付、要不就多承担税费, 就以咱 XX 园的房子

来说吧，一套原来卖 300 万的房子来说，按原来的政策作低合同价后只要交 12000 的契税，但现在如果客户不能提高首付的话，光营业税和个税就要多交 14 万左右（产权证不够两年的）。而且政府去年规定营业税优惠政策暂行一年，到时候营业税也省不了。无形当中客户买房的成本多了七八万元，所以您这边让几万元让客户这边心里平衡一下吧，要不然等到营业税不优惠了，银行政策又紧了房子就更没人买了。

话术：我是 XX 公司 XX 店的 XX，现在对您的房子进行回访，您的房子在我们公司登记有段时间了，我们也对您的房子进行了区里聚焦，集中带看，效果还可以，有客户还是觉得房子价格有点高，咱的房子不错，只是价格高于市场价，现在的客户看的房子比较多，也对小区价格相对比较了解，所以价格原因导致咱们房子迟迟不能出售的原因。

话术：还有现在银监会对各大银行二手房贷款政策的收紧，会导致一些低首付，高贷款的客户增加一定的费用（如各项税费）。一些不急买房的客户会观望。客户量会减少，目前从 1 月的成交量来看市场已经大幅下降并已成为趋势，所以市场好坏还要看需求和成交。毕竟现在是市场经济。现在您让点尽快促成比后期房子降了要划算的。您还是考虑一下吧。

话术：而且今年税费政策只试行一年，明年国家出什么政策谁也说不准，国家政策说变就变，到是真有变化，受到影响的还是咱们自己。所以说现在卖房便宜点也合适。

话术：针对看房不方便的业主：股票是房价的前奏，股票大跌楼价也会受到打击，还有最近银监会出台的新政策直接导致贷款客户避税不再容易，成本大概增加了 3%左右，又将会出现客户观望风，房价下跌是早晚的事，您也是诚心卖房，我们也积极给您介绍客户，但是看房一直不方便直接影响了交易，您最好把租户清了给我们留把钥匙，这样的损失最小。

话术：您也知道，现在的房价已经达到前所未有的高度，客户很多已经接受不了现在的房价，有的已经退出了买房者的行列或者改为租房。需求的减少，必然影响到房价。现在各大媒体都在讨论房价新的拐点已经到来，好多业主都在趁着现在的高价位往外抛房，这个时候客户的选择余地将会大大的加大，说实话，如果咱们想尽快的把房出售，就的比别的业主多些优势了。

话术：您也知道，现在的银行放款政策对客户很不利，很多客户都会选择到银行政策好点的时候再买，还有银监会新出台的政策加大了客户的购房成本，这一系列的政策性调整只说明了一个问题，就是

国家觉得现在的房价虚高，08 年的情况您也知道，很多业主都选择在初期坚持房价，到最后卖的时候可不是降了 30 万 50 万的事啊。。。当然当时也有业主在初期就降了个 10 万 20 万的先把房源售出了。

话术：您的房子确实是不错，通过看房的数量就能看出来，但是您也知道，看过的这么多的客户里面，目前就只有这么一个客户让我来和您谈谈，和您说实话吧，我带的别的客户出来都是直接和我说，这价格，，太高了。真的，我都不知道怎么回他们。您看，我们的目的都是一样的，都是想能尽快的帮您把房子卖出去，所以我一直都在不断的帮您带客户，去推销，您看我们是不是想点什么法，让客户赶紧买了得了。

话术：对于买房比较着急的客户来说，不能再逃避“目前高房价、需要高额贷款而缴纳的大量税费，所以这些刚性需求的客户可能重新进入观望期，北京二手房市场很可能出现直线性的下滑。北京市房地产交易管理网数据也显示，1 月份北京二手房市场出现大幅下降，二手房成交量比上个月下降了 60% 多。

话术：a) 房价已经是个高峰点，银行的贷款政策已经收紧，如不尽快出售，会重倒 2007 年年底的覆辙。b) 把最近比较低的成交价告诉业主。c) 有计划、策略的冒充同行压价。

真诚的了解那套房子，然后真诚的与它比较，给予客户真诚的建议和强烈的信心，因为对客户来说选择这套和选择那套没有对错，没有本质的区别，都有优劣势，最关键的是帮助客户做果断的决定，犹豫是最大的内耗，浪费时间和精力。

7. 价格话术:

客户: 我就这么多钱, 再多了就买不起了。

思路: 这种情况一般都是客户在斡旋, 希望可以得到更低的价位, 举一些曾经因为犹豫错过购买时机, 花更多钱买房的案例。

话术: X姐, 您看到了房价在持续的涨, 您现在再不出手, 过段时间您就要花更多的钱买同样的房子啦! (举例) 我之前有一个客户一套房子没定, 后来花了比当时多 13 万买了那套房.....。

话术: X姐, 您现在不买, 那您现在能买 3 居的钱到时候只能买 2 居了!

话术: X姐, 这套房子的价位已经是这里最低了, 要不我也不会给您推荐对吧? 这套贩子卖了, 那比这套高出 5 万的那套就是最低的了。

思路: 表示理解, 同时也传递给她, 我们一定会帮助她去全力争取, 但不宜给能争取到得具体数字承诺。(特别是对客户贷款的, 在没有把握确定评估价、贷款数额之前别乱承诺。)

话术: 这套房子价位非常低了, 我之前跟房东谈过, 房东这里实在谈不下去了, 但无论如何房东这边我肯定会帮您在全力争取, 能少一分就少一分吧。您等我电话, 如果真谈不了, 那小李也真没办法了。

思路: 已退为进, 同时给台阶下。

话术: X 姐, 那可能只能帮您在周边小区找一套了, 因为这个小区这样的户型就这一套性价比是最高的。说实话, X 姐, 我觉得像这样的房子, 您周转一下或向亲朋好友周转都值得买, 我很多客户也这样觉得房子好借钱也定, 因为我清楚如果您错过这套, 您很难再买到这么合适的房子了。(在刺激利益点)

①客户心理

A: 我从别处也看好一套, 如果你这个不行, 我就定那套。

思路: 很从容大方的面对, 当她说的是真的。

话术: 没关系 X 姐, 今天咱们先帮您谈这套, 谈到了, 您就定,

真谈不到，您再定那套，您说呢？

话术：X姐，咱们既然坐在这里，咱就谈这套房子事情，您别又说别的房子了，一会儿房东来了，听了会显得您买房没有诚意，这样房东可能也就不会真心诚意的跟我们谈，您觉得呢？这套房子真的非常适合您，房东人也很好。（再次销售房子及房东）

话术：行不行不还在于您吗？X姐，我虽然不知道那套房子怎么样，但这套房子真的非常适合您居住……………

思路：真诚的了解那套房子，然后真诚的与它比较，给予客户真诚的建议和强烈的信心，因为对客户来说选择这套和选择那套没有对错，没有本质的区别，都有优劣势，最关键的是帮助客户做果断的决定，犹豫是最大的内耗，浪费时间和精力。

话术：X姐，您看的是哪里的哪套房子啊？（等待回答）

您觉得哪套房子您比较喜欢呢？（等待回答）

您觉得不够满意的地方在哪呢？（等待回答）

您觉得这套房子怎么样？（等待回答，回答完后进行真诚的建议，找出优势给强烈信心。）

B: 交易量下跌了房价还不降啊?

思路: 分析现阶段房东, 客户的心理, 供求关系决定房价。

话术: XX 先生, 您知道吗? 现在的市场您可能看交易量在下跌, 但房价还在涨, 因为您看, 前段时间房东急用钱的已经把房子出手了, 现在卖房的房东都不是急用钱, 拿出来卖的房子也少了, 之前房价稍低的卖掉了, 现在这套就是目前最低的了。

话术: 供求量的展开, 您知道吗? 现在我们不是缺少买房的客户, 现在是缺价格稳定的房子, 我们现在每天都在打击房东的房价。现在在北京想买的还非常多, 因为大部分是刚性需求, 自住或改善型, 所以现在买就是价格合适的。

思路: 借用数据、政策 (前提是你要会解读政策, 数据要真实)

话术: 去年一年的成交量比 06 年到 08 年三年的成交量还大, 作为我们一线经纪人感觉到的是现阶段交易量也依然活跃, 现在中国 GDP 的增长, 最快走出金融危机, 我们感觉到的是中国人的购买力真的很强。

话术: 在加上国外热线的涌入, 限外令放开至 2009 年 12 月 31 日, 所以这期间外籍客户购买量在增加。

话术：给出很多的文字报道，国家支持二手房，很多专业人士也都认为房价的涨幅还会持续。

C：我出这个价都后悔了，我太太不同意。

思路：客户觉得自己价格可能出高了，这时要马上“打”回去，让他感觉到价格非常低了，是我们争取来的，或房东价格还想涨，不要让他觉得自己吃亏了。

话术：XX先生，我都不好意思跟您讲，您之前出的价格还差4万多呢，我本想自己和我们店长一起配合努力去跟房东争取，等争取到了再跟您说的，每想到您这边还不同意了，那我也真没办法了。（无奈状）

思路：真诚的了解心里价位，当客户给出价位后，马上给予否定，不要让他抱有希望，再告之失去的是损失。

话术：XX先生，您家人希望的价格是多少呢？（回答后）您说的这个价不可能，要不我给您找附近另一套吧。或是之前我跟您说的那一套，价格会低一些。

话术：这个价位真不可能，您真的差这5万吗？您知道如果错过这一套房子，再找这么合适的一是找不到，二是如果找到，价格也一

定比这贵，这样到时您付出的不更多嘛！别犹豫了，这个价格已经是
我们店长帮忙谈了很久才谈到的，现在不定，到时如果别的公司再有
客户想买的话，房东价格肯定会涨。

思路：告诉他房东还要涨价，是我们努力才没涨，不要让他有丝毫
觉得自己价出高了。

话术：哎呀！这么巧。房东这边也跟我说这个房价家里还不同意，
还要涨，我跟他沟通了很久，打了好几个电话，也非常认可我们的工作，
他才觉得说当时答应卖您这个价，他说了也就对您卖这个价，别的
客户再谈他想多卖 10 万，您也知道现在这市场，价格在涨，房子
卖的也很快，这样的房价已经没的挑了，关键房子您住得舒服对吧。

D：开盘才多少钱？现在卖这么高？

思路：有时客户的问题不一定都要回答，可能是一笑而过，所有
的问题都解释过多就会给人感觉你不够自信，你太想推销，太训练有
术，会让客户可能不舒服。（参考）所以有一种方式就是不回答，让
他感觉房价涨是正常的事。

话术：不回答。或回答：很正常自然增长嘛！

话术：是啊！涨得有点高，房价肯定还会涨，真的感觉有条件还

是要尽早买好，所以我在想我什么时候才能买房啊！我什么时候才能像您这么成功呢！

思路：用事实说话，给予客户购买后的信心，同时现在不做决定未来再涨，不但错过房子增值的收益，还要花更多的钱来买房。

话术：我有一个客户就这样，当时小区开盘是 8000 元/平的时候没买，觉得买的人都疯了。之前 1.5 万/平的时候又犹豫了一下没买，前段时间花 1.9 万/平（现在的市场价）还是买了这小区的 3 居。XX 先生，您现在买，就凭北京未来的发展，未来的房价还不知涨到多少呢，对吧？您对北京不会没有信心吧？

话术：XX 先生，您也看看您周边的朋友，有几个人说买房亏得？最多就赚多赚少的问题，所以我觉得还是越早买会越合算，虽然您现在比起当时开盘价来会有些心里不平衡，但您发现没有越是心理不平衡的人到最后越是后悔，越花更多的代价。现在北京房价的涨幅实际对比其他城市来说，来是很平稳且健康的。相信您自己或朋友之前也买过房，现在拿出来卖也一样的价格，对吧？

话术：（同理心）是啊！涨的是有点高，这周边这么好的配套起来后，很多业主也后悔当时没多买几套，哪怕是贷款。这个位置，一定还会在增值，很多客户、业主都说价格很快涨到近 3 万/平。

话术：很多业主跟我们说当时也没有想到 8000 元/平买，现在回涨到 3.2 万/平。所以您现在 3.3 万/平买，可能不用多久您也没想到价格就涨到了 4.5 万/平，因为它还具备这样的增值力量。

比较法：

例如“当时这个区域开盘时也就 7 千左右，有个社区现在都卖到 2.5 万/平了。但这个社区也才 2.1 万/平，已经很合适了。再说现在的周边配套已经非常完善了，不能和以前的情况比了。

E：别的公司报价比你们的低？

思路：如果我们给该客户报的事底价，客户说别的公司比我们的还低，那这时我们就可能非常有底气的跟他说别的公司是虚报吸引客户。（或有时客户可能“诈”你，故意这样试探你。）

话术：X 姐，他们跟您报的价比我们低，但实际成交是不是这个价就不好说了，他们跟多是为了吸引您过去，然后说房东又涨价啦，房东有事过不来了，其他公司又有出得更高的客户，也让您加价。但我们公司却不是这样，我们没有必要，与房东的关系我们比任何公司都好，房东底价多少我们就报多少。

思路：如果我们报的比底价高，别的公司可能报的是底价或接近

底价的情况下，可以先装出一幅惊讶状，然后把责任转移给第三方或者说房东昨天联系时说的价，同时了解别的公司报的价是多少，如果说的低于房东底价，我们可以马上说不可能吧；如果接近底价，我们可以说在帮忙打电话落实一下，不管如何我们最后都是透明交易。

话术：是吗？不可能啊！别的公司说多少钱啊？（回答后如果低于底价，马上否决说不可能）因为是我同事跟我说昨天联系房东时说房东想卖这个价，有些房东也不一定咬那么死，一般可能都能谈，X姐，那这样，我去落实一下，谈谈什么情况，我很快回电给您，当然姐您放心，我们公司都是透明交易，最后都是三方一起签合同的。

（打完电话后，你可以直接报底价，同时要告诉她别打电话跟别的公司谈了，别的公司会破坏或价格会拱高）X姐，我刚才也跟房东说了一下，房东现在确实是XXXX万可以卖（甚至说：姐，房东现在确实很诚意卖，也告诉您一个好消息，我还跟他谈了谈，如果今天能定他能否在便宜2万，他同意了），现在他们都非常敏感，马上就会知道您想买，可能会破坏，房东价格马上就拱上来了。

F：价格太高，还能谈不？

这是目前我谈到房东可以签约的最低价格，每个房子在您心里都有一个价值，您觉得这个房子值多少钱，您下个意向金，我去给您谈！

谈到您就签，谈不到我再推荐别的房子给您，我和房东也聊的比较透了，我觉得再谈有难度，现在的市场，房东不涨价已经很不错了，我们前天刚签了一单，这个房子的价格已经很合适了，不过，我肯定会再努力给您谈。

思路：举国外经济危机例，国内价格也是泡沫。

1) 举国外是多党执政，而中国是一党专政，是有中国特色的

2) 中国政局是相当的稳定，经济发展也是稳步上涨的趋势，而且全球的经济也开始复苏了，告诉他现在买房的客户比以前多。

话术：XX 先生，您看现在国外很多国家多是多党执政，而中国就是一党专政，政策是 50 年不变啊，绝对是具有中国特色的，目前咱们国家又是相当的稳定，经济危机对中国基本上是没有影响，一直在稳步上涨，更何况全球的经济也开始复苏了，现在正是买房子的好时机啊，这段时间出来看房子的客户明显比上个月多了，而且好多客户都出手定房了，有些客户就感觉到现在买的价格明显没有前段时间的价格低了，您要是看好了就马上定！

G: 你网上都报 175 万，现在怎么 180 万了？

思路：房东现在也经常上网看价格，我们一部分是发给房东看的，

还有就是低价吸引客户。

话术: XX 先生, 您是不知不知道呀, 现在有很多房东都上网看看市场价, 总是担心自己是不是卖亏啦光凭我们一张嘴是说不过的, 所以我们在网上就发了一些价位比较低的房子, 给房东看了后就不会总涨价啦, 再说房价现在的确是一直在涨, 和您说实话, 大家都是在网络上报低价吸引客户, 您要是有时间就到我们店来看看, 我们这有真实价位的好房子供您选择呢。

思路: 现在房价涨的比較快, 网络房价来不及修改就给卖了(或涨价)。约其他过来看房。

话术: XX 先生, 实在是不好意思, 这个价格我还没来得及改过来, 现在的市场下房东的价位跳的快, 这是我同事刚刚带客户看完这房后落实的, 我正要修改最新资料呢, 要不这样您先过来看看房子, 合适我帮您去谈价。

注: 要及时与客户建立见面机会, 争取更进一步的信任, 再详细的介绍房子情况。

H: 我朋友也在这个社区刚买的一套, 比这套便宜。

思路: 不要去刨根问底是买的哪一套房子, 顺着他的话往下说,

即使是假的也不要拆穿客户，并给他台阶下就当是真的……

话术：X姐，我不知道您朋友买的是哪套房子，但是我有个客户就前两天抱着定金过来定房，那房子真的太超值了，结果来的晚了一步就没定上，现在还要多花一些钱再买相同的户型呢，现在这市场的确这样，比的就是速度，昨天卖的价钱一定比今天便宜！

I：新房才1万2，你这二手房怎么还要贵呢？

思路：一、二手房做对比，根据客户的需求重点说出二手房有哪些条件符合。

话术：XX先生，您这话说的，新房和二手房当然不一样了，您看，新房现在您只能看图纸来买，二手房现在都是现房，喜欢不喜欢一目了然。新房的装修不一定符合您的胃口，二手房的装修您不喜欢咱就重装，新房现在也有开发商拿现房来卖的，但是那个价钱和开盘价又不知涨了几番了。新房盖好之后没有个3~5年这个配套啊，交通啊怎么能够跟得上？现在二手房都经历了前期这些时间，配套什么都相当的成熟了，我听说有的新房你住都住进去了，煤气、暖气什么的还没供应上，二手房的市政供暖，市政燃气，全部都是齐全的。新房现在越来越往外围走，住在市中心的感觉还是只有二手房才能带给您。新房的房屋所有的问题是要您自己来发现的，但是二手房基本上该出

现的问题都早已出现并且得到解决，再说，如果新房住进去后自己装修好了，别人还得装修，丁丁当当的小半年，您买二手房，丁丁当当的是您，起码自己不担心被吵。……

②房东心理

A: 卖这么久都没有卖掉，别看了。

思路：房东卖房动机，分析为什么没卖出去，根据现在客户的情况给房东中肯的建议，房价比较高可以适当的做一些让步，说话的角度要向着房东，语气客观。

话术 1：X 姐，买房的客户也是比较慎重的，客户看过您房子的没有说不好，只是性价比不是太合适，价格有些高，我们一直在推荐您的房子，可是前两天那个有诚意的客户看了其他的房子就定下来了。X 姐，要不您双方都一人让一步，我在和客户谈谈，让他定下房子，您双方也就都省心了，您也早点拿到钱，您觉得呢？

（注意：这时候不要生硬的砍房价，那样会破坏和房东的关系，要软议价）

话术 2：X 姐，和您说实话，说出来您不要介意，其实咱这个房价是有些偏高，以前一直卖不掉是因为市场不好，最近市场还可以，

有一些客户出来买房，价格也还不错，依我看咱这个价格在 150-155 万（参考价格）之间是有客户会考虑的。不然过了这阵，说不好又是什么情况了，X 姐您觉得呢？

B: 你觉得这价能卖出去吗？

思路：这种情况一般会 是房东对自己的房子没有信心，想降价又不好直说或者是在试探现在的市场价，想卖高一些。

话术 1：这个价位差不多，我们尽量帮您卖高一些，如果有客户出的价格差不多，您双方都各让一步，尽早成交您也省心，早日拿到钱，您觉得呢？（可以顺势把价格砍下来）

话术 2：说实话，300 万这个价位会比市场的高一些，现在 285-290 万之间成交的机会比较大，您看我现在给您报 290 万合不合适？如果有客户出到差不多的价位时，您双方都各让一步尽早成交，早日拿到钱您也省心，您看怎么样？（帮他做决定，给中肯的建议，语气客观）

话术 3、X 姐，说了您别介意，确实有些高，可能不太好卖，如果低一些就会有客户选择。不过您放心，我帮您找最接近这个价位的客户，尽量帮您卖得高一些。

C: 别和我谈价？

思路：体现咱们工作非常努力，客户那很有诚意很喜欢房子，也是尽了最大努力去筹钱，突出大家都不容易，博得房主的同情心。

话术 1：XX 先生，其实我也不想和您谈价，客户那很有诚意，您知道我也是让他加了 20 万了，超出他自己的预算了，最后就差这一点了，真的。您看我也没怎么给您打电话谈价。说实话您卖这房也就是少赚了一点，尽早成交您拿到钱也可以做其他投资，您说是吧？

话术 2：XX 先生，跟您说实话（我都不好意思说），这个客户为了买这个房子和周围的朋友借了一圈的钱，最后真就差这么一点了，如果能凑到早就和您定下来了，这就差这么点，又非常想买这个房子，真是没有办法啦，您看咋办啊？我都快急死了。

D：你们中介费降些吧？收的多了。

思路：体现服务价值我们挣得钱是应得的，比起房价我们还是很少的一点，把视线转移到房价和能否成交上。经纪人切忌不要私自决定打折！

话术 1：XX 先生，说实话您还是不要谈我们中介费，我们也努力给您推荐、带客户，挣得也都是辛苦钱，这个客户是所有看过房的出的最高的，已经超出市场价不少了，但是现在就算加上我们中介费也

还不够您要的房价啊，咱们目的是成交，您尽早拿到钱做其他项目赚的比这都多，也不这省心，您看房价 290 万可不可以呢？（参考价格，依据单子具体情况而定）

话术 2：客户也认可我们的服务，他觉得中介费是合理的，心目中房价确实有些高，说实话您买这房确实增值不少。客户说市场价略高个 5、6 万事可以接受的（看具体标的说数值），您看咱们多少钱合适呢？

话术 3：XX 先生您也不能一味地让客户加价，让我让中介费打折，您也要做一下让步。卖房子嘛也就是互相撮合的过程，大家都是高兴地事情，好事多磨嘛！您看 290 万怎么样？

E：你们没能力？别的公司都带好多客户了，都有客户在谈了。

思路：我们带客户注重的是质量而不是数量，我们带的客户都是经过我们筛选的，特别有诚意的，并且现在都有按照您的卖方标准谈的比较深入得了，我们提倡一站式服务，诚意不足的客户我们不会带过来，以免浪费您的时间和精力！

话术：X 姐，每一家都不一样，我们提倡是一站式服务，提供最省时省力的服务么而且我们带的客户都是经过层层筛选的，都是特别

有诚意的，我们向来注重的事质量而不是数量，并且现在有的客户已经出价了（根据情况可适当出个差不多的价位，可略高于其他公司），都是按照您的卖方标准谈的，等都谈好了您过来就直接签合同，不会牵扯您太多的精力的，您也省心。是不是 X 姐您的价格现在有变化了，要是变化那我这边的客户就差不多了。

F: 别的公司都出 180 万了，你们还跟我谈 175 万？

思路：首先要分析目前低价等于低于 180 万或者目前低价已经高于 180 万了。是什么原因导致房东房价有变化？

思路：可以说别的公司指导我们有这样的客户而蓄意破坏。或者是哪个客户我们也知道，还说其他公司给他报价里面包含车位、家具等。或者是混淆房主的视线，说都是同一个客户，现在着急买房所以家人都分着看房呢。或者就当那边是真的，告诉她要是 180 万就可以卖，不过一般那都是假的，我们继续做客户的工作，看看你能否加价，其实 175 也非常合适啦，在放她过去（要给房主台阶下，以免当她知道那边是假的后又不好意思回来找你，给他加价的希望）

话术 1：X 姐，这里面有些事情您是不知道，我们这个客户买房很有诚意，上次我们去看您房子时被别的公司看见了，这行竞争又很激烈，我们公司在这个社区做的还不错，有时同行会破坏我们单子，

所以那边和你说的你就不用理他，我们会全力帮您谈这个客户，您放心就好了。

话术 2: X 姐，您说的这个客户我刚才还接待来着，上来就问您房子的情况，我和他介绍后他还不怎么相信，说什么您的房子又送车位又包家具的，把我整糊涂了，X 姐您房子有新情况要和我说说啊，要不咱们会错失有诚意的客户的，您会说呢？（这时房东一般会比较气愤怎么能瞎报价，你就顺势拉回到自己客户身上，进入促成阶段）

话术 3: X 姐，您说的这个客户怎么和我带的客户差不多呢，他们是一家老小都来了，比较着急买房，还分着看房呢，哪的房子都看。要是这样的话他就会找很多公司谈价了，X 姐，您说咱们怎么办？

话术 4: X 姐，说实话那边给你出到 180 万还真是不错的价位，您可以考虑卖了，不过我觉得那边可能没有那么高，这一般都是其他公司从中作梗破坏咱们的交易，没关系的您先去那边看看，看他还能不能在加，我们尽量帮您多卖一些，其实 175 万这价位也非常合适了，您先去看看，我过会儿再给您打电话反馈。

话术 5: X 姐，我们是给报的 185 万，现在客户可能是试探性的出价，但客户很有诚意，价格合适可以全款，并且今天就能定，您三天就能拿到全款，您看怎么样？

六、促成经典话术

1. 促成时常用铺垫话术

话术：X 先生，这套房现在是我们公司今天的主推房源，不知道现在能不能定得到，刚才同事带客户也看了，我打个电话问下。（打完电话后）X 先生，我经理说同事的客户有事现在回公司了，准备晚上再约房东谈，那您看我们先跟房东谈吧，好房子速度就是要快呀！先到我们店里吧。我现在就约房东好吧！

制造氛围配合：（让同事打个电话过来问房东走了没有，说自己有个客户也要看，让房东等一会）

同事：XXX，你现在还在房子里吗？房东走了吗？

你：房东还没走，怎么啦？

同事：那你跟房东说一下，我的客户带家人过来看很快就到，让他别走。

你对房东说：XX 先生，刚才我同事跟我说他为客户带家人过来看您的房子，很快就到了，您先别走，稍等一下好吧。

你对客户：X 先生，我们先走吧，（出来后）XX 先生，这套房子

不错吧，当时电话里我就跟您说了非常棒，赶紧您先到我们店里，我给您算一下税费，昨天我就知道我同事那位客户很有诚意买这个户型的房子，我们先看的先谈，谁先下定金算谁的。

如果有钥匙的也可配合，带客户看完后回店里，把钥匙放手里，其他同事很生气的来借钥匙。

同事话术：XX，钥匙是不是在你这啊？不说一声，害我客户要去找半天。（同事抢过钥匙急匆匆跑着离开，你就可以借势逼定了。）

话术：X姐，按我的经验，这个房子2天之内一定卖掉，您不买还有其他客户就买了，一般的房子我不会这样说，但这套不一样，因为性价比太好了。（眼神/语气要坚定）。我看房东走了没有，我现在马上约他到店里。（2秒钟，看他没反对就马上拨电话给房东）

找准客户是不是做主的人：X姐，如果合适，您是不是自己做主就可以定下来？

思路：欲擒故纵

话术：房子是大事，确实要慎重，X姐，现在您看了好多房子，也错过了好多房子，您看吧，错过就很难找了。

话术：X姐，您和XX先生回去考虑考虑，房子现在就这一套，您商量好打电话给我，不过要尽快，看的人多，以我的经验来看，很快就会被其他人定掉。

切断客户砍价的念头：（比如房价200万，让客户出价不要太离谱）上次有客户出198万房东都不卖。

客户出价低：您这个价我谈都不用谈，早上还跟房东磨了半天，就说不可能，还骂过我几次。

铺垫客户一定要带定金过来：多带些，至少按5—10%的比例，太少了万一别的公司捣乱或者有其他客户出价高，房东就会不稳定。

2. 促成话术

话术1：我们这里的客户已经把现金准备好了，别的公司还没有实际行动，你为什么不选择我们而选择他呢？在同等条件下，选择一家正规有影响力的公司，不管是买卖双方，还是资金及房屋的交易，都需要认真仔细地考虑。选择我们才是您的正确选择。

话术2：我们这个行业存在不良的竞争，您想情况哪有那么凑巧，您的房子那边以前都没怎么带看过，您上次不是说都一个多月没联系您了，现在咱们要签约了就跑出一个肯出高价客户？其实这种情况

我们见多了，根本没有真实的客户，只是对方不想让我们能够顺利成交，才出的这种小招数。

话术 3：从咱们认识以来，我一直觉得您是非常值得我尊敬的，您看每次带看您总是非常守时，从这些小细节我感觉到您是一位非常信守承诺的人，您看您已经答应客户的报价，并且咱们都谈得很愉快，那边就算是真有人看房，还不知道能不能真的看得成，而且看了他也会还价，最后的结果未必就比我的客户更理想，所以您还是抓住眼前的机会吧；而且我的这位客户其实还看好了其他的房子，您要真的不签，他说不定马上去签另外一套房了，请您不要犹豫了，抓住眼前吧。

话术 4：说实话您的房子真的不便宜了，这房子别说涨 x 万了，就算降个 3 万，如果是您买的话，这价格您买么？估计不买，因为价格高（这句回答一定要接上上一句的提问，否则会让业主尴尬）。其实咱这客户还是挺好的，您说再有客户看，销售的话总是有很多水分，很有可能您再见到的客户比这个出价还低怎么办？？其实我们卖的好多房子业主总说一句话，上次 XXX 钱我都没卖，更别提这个价了。但是最后看事实来讲，后来这样业主成交的 90%以上全都比上次谈判的价格还低。

话术 5: 其实客户出的这价格已经挺高了, 卖房、买房都看一个缘分, 一顺百顺, 今天既然缘分都到这了, 我要是您, 就不会轻易放弃已经到手的机会, 毕竟, 古话说“百鸟在林, 不如一鸟在手”, 更别提还有您还答应我的客户在先了, 人无信不立, 我相信您绝对是有判断力的, 会做出正确的选择。

七、签约经典话术

1. 隔离铺垫

思路: 签约前的隔离沟通, 一定要给双方一个理由。或者你做得让人感觉顺其自然, 否则只要感觉顾客敏感都要有话术。

话术 1: X 姐, 我想双方谈价有时候会伤了和气, 顾及面子也不好说, 不好让我们帮您谈价, 所以我想您坐这, 有些话我来帮您说比较好, 您说呢?

话术 2: 房东这边我再去确认一下他的资料, 价格还差点, 我去争取下。

①隔离时, 把握时机和度, 否则时间长了, 可能因为打电话给朋友和家人等影响其购买或出售的决定。

②行销房东和客户，让彼此有好的印象，更好的感觉，建立信赖，并且让客户和房东说只找我们公司。

③跟房东说一定要认可经纪人，好让客户没有想继续砍价的心，让客户更踏实。

④让房东少说话，更不要提房子的缺点，如果说看似真诚，却影响了客户购买信心和决定。

⑤放价要有理由，要有策略。

再次强烈给信心，就算是降价反正未来几年您也不卖，自己住肯定能涨，还有小区房子几乎都卖了一遍，房东就算卖，也不会低于他买来时候的价格出售，除非天塌下来。

⑥ 铺垫合同，销售合同，最后能把其他公司的合同拿来比较。

⑦铺垫房东同行干扰：签约之前一定会有中介给您打电话，说有高价客户，就要定您的房子，平时怎么没有这样的客户，只要您要卖房子就出来好多，这都是同行之间竞争，您不要相信就可以了。

2. 签约话术

①房东提出先给钱再过户

话术：我们刚才跟您讲的二手房交易流程是最正规的，对双方的安全都是有保障的。其实按照正规的流程来走，跟您的意思差不多，具体我们是这样来做的：客户把房款打到您银行的账户上，银行将这笔房款冻结起来，客户拿不回去，您也不能支取。待客户拿到领证通知单后由银行会在两个工作日内放款，您就拿到您全部的房款了。没有问题的，现在的交易都是这样来操作的，既安全又能让双方都接受。

②行销公司话术

话术：XX 先生，XX 这家公司真的不错，这是我工作两年后的切身体验，2001 年创业到现在短短几年间，XX 公司发展到全国多家连锁门店，一下子从房地产三级资质被评为一级资质，占二手房交易 30% 的市场份额，现在当地市场每成交三套房就有一套是我们公司成交的，平均每分钟成交一套。已经连续三年稳据当地市场第一，真实的非常不容易，靠的是什么呢？就是几年如一日的辛苦工作，始终报着对客户感恩、服务客户的工作态度。我带您看房，想必您也感受到了我们公司的员工和其他公司会不一样，我们身上都有质朴的感觉，因为我们都希望能从这个行业里获得成功。

③房主不接受贷款怎么办

话术：客户向银行贷款，银行是一次性给您的，所以不管是贷款

还是一次性，您都是一次性收钱，一次性可能需要一个星期，贷款基本也就要半个月您也就收到钱了。首付款和银行的贷款是同时到您账户的。现在有一个客户能接受价格，您就卖给他就好了，您要是再等几天卖，也和贷款收钱的时间差不多了。而且即使您找到一次性的，客户要跟你砍不说，筹钱肯定也需要时间，谁家也不会把好几百万放在卡上啊。

④房主不收定金怎么办？

话术：不收定金客户就没有违约责任，您得不到一分钱赔偿。而且他会拖着您，您要是卖给其他人了他还有权利起诉您，打官司谁能赢不说，但是期间您肯定交易不了，而且还耗时间耗精力，对您没有任何保障。现在房价这么高，比您这套便宜的房子也有几套，他看中您这套了我就没再给他推别的。其他公司都在推便宜房子，明天其他公司给他推一套便宜的，他觉得这套买贵了不想买了，您怎么办？

⑤客户要求用自己的合同或者是要求修改合同

话术 1：XX 先生，我们所采用的合同是北京市建委统一使用的合同版本，是经过建委、工商局、中介协会共同协商最终才确定的，目前北京市二手房交易全部都采用这种合同范本，网签也使用这种版本的，肯定不会有问题的，这一点您就放心好了，而且作为第三方我们

是专门确保双方交易安全的，所以我们在总部设有专门的法务部，都由专业律师组成，在这方面我们甚至比您想的还周到，这一点您放心好了！

话术 2：这是格式合同，您改了就无法网签了，没网签就无法交易过户。

⑥客户要求我们承诺税费

话术：XX 先生，我理解您的心情。但因为税费是国家收的，都由国家政策来决定的，不过请您放心，我们肯定会按照最低申报给您报的，这样的话您以后有朋友买房子卖房子还会再找我们呢，您说呢？

⑦房东说：我不同意低申报

话术 1：其实您完全没有必要担心，因为北京都是按这税价交税的。

北京市所有的房产交易都是这么做的。这也是建委给的地区指导价。

话术 2：如果您这边真的要按成交价交税的话，按规定交易产生

的个税和营业税是由房东来交的，您说这又何必呢？

⑧贷款我自己办，不用你们

话术：XX先生，我们合作的银行很多，您可以任选。而且我们是长期合作，所以办理手续能相应快些，从而保证效率。如果您需要还可以评估价高些，多贷点。最重要的是房东希望用我们的合作银行，他认为其他银行不能保证安全。我们作为中介方也有义务保证双方如期拿到房子的同时也如数的拿到钱，您说是吧？

⑨物业费我不交

话术：在物业交接前，房子是您一直在使用，所以，物业费就是您交的。

⑩签约完

对客户话术：您最近是不是接到很多说您买贵了房子的电话，那都是其他公司瞎捣乱，估计说的，不要去相信。

对房东话术：您最近是不是接到很多说您房子卖便宜的电话，那都是其他公司故意捣乱，让您心里不舒服。

⑪恭喜双方，发短信跟进

告诉买卖双方，过几天您一定会打电话来感谢我的，增强信心，并且要持续让同事以第三方的身份跟房东和客户打电话，稳定双方。

签约完后要学会降低双方期望值：对于贷款的情况再铺垫下房子评估价、面签时间、客户的资信、解抵押时间等（如果签约前铺垫，可能会导致客户不签约）

例：客户希望 2.1 万/平，但你的把握只有 1.9—2 万/平

话术：X 姐，贷款这边，评估价我帮您尽量争取，但首付还是多准备一些，现在评估公司也是有时紧有时松，1.9 万/平基本有把握的，2 万我觉得可能性也比较大，但如果 2.1 万的话会很难，到时首付多一点贷款也就少一点，这样利息也少一点对吧？但不管怎么样我一定争取让您多贷好吧？

八、后期权证专业话术

避免客户怀疑产权问题，用商量的语气告诉客户是因为建委的办事效率问题，让他放心，房主和我们都在积极努力办这事。告诉他他的权利有合同保护！

1. 权证话术

①如果客户要房东还款

思路：可以说房主是为了周转资金在卖的房子，（注意：客户有可能会砍价，可以说就需要现在这个房价做周转资金，少了就不够了，再卖就没有意义啦）也可让房东配合，还款流程和金额是要写在合同里的。

话术：X姐，这个房东是没有钱还款才卖的房子，要是没有周转资金他可以自己还得，如果房东借钱还的话会产生一些费用，可能在价位上都是客户帮忙还款的（铺垫房东配合，可以自己说），这部分钱可以当作首付是打到银行还款的，房东是要给您开收据的，并且我们是要把这部分钱的金额和用途都写到合同里面的，在这方面我们是比较有经验的，您放心好了！

②还了款过不了户或者他不卖了怎么办？

思路：这种情况以前没有发生过

话术：从我们以往的成交案例来看，这样的情况是没有发生过的，如果真是房东的原因真过不了户，房东要承担违约责任，他是要退还这笔解押款：还要按合同赔偿违约金给您的。您放心有合同保护。

③房本是假的

思路：签单前我们会做确权，确认房产的真实性，销售公司品牌和信誉（切记不要在不了解产权是否清晰的情况下和客户说肯定的话）

话术 1：是这样，X 姐您放心，我们公司有专门的权证部，在我们签单以前，已经初步对房本的真伪进行了确认，我们之前的单子都是这么做的，而且我们公司是专门从事这个行业的，我们不能因为这一套房子而砸了公司的品牌，我们比您更谨慎对待房子的产权。

话术 2：如果房本是非法的，根据合同中的约定房东是要承担相应的法律责任！

④过户后到新产权证出本前房子有被查封，如何解决？

思路：告诉客户这种问题不会存在，问题权证是过不了户的，已经过的户的就算还没拿到产权证也根本没有问题。

话术：X 姐，这个您不用担心，从我们以往的交易情况看，您说的这种情况不会出现，而且我们专业从事房产的，有问题的房子我们不会卖，更何况有问题的产权根本过不了户。等您拿到领证通知单（海淀：房权证），就等于拿到房产证了，房子都过户到您名下了，您就放心吧我们办过很多的单子，都没有出什么差错，都顺利的拿到房本了。

⑤房产证没办理，房东承诺房本在约定的时间没办下来，怎么和客户解释？

思路：避免客户怀疑产权问题，用商量的语气告诉客户是因为建委办事效率问题，让他放心，房主和我们都在积极努力办这事。告诉他您的权利有合同保护！

话术 1：大哥，您也别着急，房东也在一直积极的办理，他也很急，他也想快点给你交房早点拿钱，看能不能和您说说缓几天，一有消息马上告诉您，房东和我们说产权是没有问题的（为了避免麻烦，前期要落实产权并且这句话房主要和经纪人在之前就说过！否则就成咱们说给客户的承诺了），只是建委办理的慢一些。

话术 2：XX 先生，您别生气，房东也在积极努力的办理呢，只是那边的建委办事效率太低了，您再稍等几天。如果说房东那边真的是因为产权问题没有办理出房权证他就要承担相应的法律责任，赔偿您的损失，我们中介有维护您权利的义务。您就放心等一等。

⑥70 年产权，70 年到期怎么办？

思路：目前北京还没有已经满 70 年产权的商品房，关于这方便具体细则还没有出台。

话术：在购房合同上有体现，建委也能查到，规定普通住宅的使用年限都是 70 年，无论这 70 年有什么政策，房子肯定还是您的，而且现在北京这样的开发和翻新速度又是比较快，根本到不了 70 年就又换新房了。再说了您不会在这一直住上 70 年嘛，说不定过几年就要换大房子啦。目前北京还没有已经满 70 年产权的商品房，所以关于这方面具体的细则政府还没有出台。

⑦垫资为什么要收垫资费？

话术：垫资是属于风险经营，我们替房主还款，假如客户有意外不买这房子了，我们公司要承担很大的风险。

⑧解压时间上我们能不能和银行要求快一些？

思路：不要和客户做时间长的承诺，但是我们会向合作银行积极地争取时间。

话术 1：解压时间根据各个银行的规定是不同的，我们会通过经常跟银行合作的关系，帮忙催催，尽量让解押快些，不过有些情况最终还是取决银行！

话术 2：银行解押时间是要提前申请，这是银行的制度，不是我们能决定的，我们也要遵守银行的制度，我们签约时留的时间都是比

较宽裕的，不用那么着急。我们可以尽力帮您去争取，但是最终还得看银行的作业进程效率。

话术 3：我们公司北京市所有银行都有合作，但银行的解押时间是有规定的，我们至少要给银行留出准备材料的时间，我们也会尽力去争取，我们也希望单子能尽快的办理完毕。

2. 权证话术

①网签错了如何解释？

思路：首先一定要学会承担责任，承认我们不够细心，并表示已经尽快解决问题请客户原谅！

话术：XX 先生这确实是我们工作的失误，因为最近公司的单子太多了，我们权证部的人每天都要加班很晚（一定不要把错误转移到总部）。您先休息会我现在马上赶快打电话让权证部修改，然后在传真过来。实在不行我打车去总部拿也行（总之让他知道我们在很努力的帮他解决就好了）。

②你们有没有关系啊？为什么交税过户要等这么久啊？

话术：是这样的，现在缴税哪一家公司都是一样，都需要排队的。

那么其实缴税的时间快慢会决定过户的时间快慢。尽管我们公司的经纪人要半夜 2~3 点钟去交税大厅门口排队，但是附近的居民还是有当天下午 5 点钟就排队的现象。我半夜过来排队，基本上能保证在 50 个以内。其实我们公司都是尽量大可能去帮您节省时间，所以您尽可能多谅解我们一下！配合一下我们也会进展的快一些。

③公维没过户，下次买卖是否受影响？

话术：可以过户，房东手写一份委托书、身份证原件、拿房本现房东身份证去就可以直接办。

④房东在建委未备案，或楼盘资料更改？

话术：需要持相关资料，到建委相关部门备案，重新录入，方可进行过户。

话术：这个小区的业主全是自己住的，从来没有人拿出来卖的，您看建委都没有备案（说明您太幸运了能买到这个小区的房子），不过您放心我赶快让我们权证部赶紧跑这个事去，肯定尽快办完！

⑤解押后银行未给撤销抵押（网上）？

思路：解押时候提醒银行的人删除网上抵押记录。

话术：XX 先生这个银行的人肯定是个新手，我们之前也在其他银行碰到过这个情况，不过没有关系我们现在赶快打个电话他那里就撤销了，不会耽误很长时间的。

⑥业主身份查明不了，境外身份多次更改？

话术：到户籍机构（发证机关）开证明，或者直接到本国籍的大使馆开具身份公正，并作护照的译本公证，或者到建委进行身份变更。（说这句话之前，要了解房本产权人的名字和从现在护照上的名字是否一致）

⑦现场等待时间（交税、过户），我们怎么做更好？

话术：可以提供休闲方案，或者我们和他们聊天，更多的建立信任、认可、以达到最后的转介绍客户。最多的可以多多了解他们是如何走到今天这么成功的地步的？一般人都会跟你聊。

⑧先交接后放款是先放后交接？

话术：因为我们之前有过这种情况因为物业欠费先放款了结果房东出国了，我们肯定知道您不是这样的人，但现在所有的中介公司都是先交接完了再放款。（总之一定要在房东所有的欠费结清之后再放）如果房东要用钱，那就让可会押几万做完物业交接之后再给原房东。

⑨房东不迁移户口？

话术：（提前沟通好）房屋所有权转移了，所在的户口当然应该迁出。户口迁移，既公民常住地发生变化以后，应迁移至现居住地。我国户口登记制度实行在常住地登记户口的原则。（网上有）

⑩交房时房屋出现损坏？

思路：预防，放款之前先去验房。如已经发生了：双方沟通，让双方当面协商，但一定要公正，房子前期什么样就是什么样，不要偏向任何一方！这是底线。因为只要我们坚持当时的场景他们双方到最后也会默认的。

⑪房东不同意低申报？

话术：（1）解释低申报缘由，告知其一定收到总放款，让他放心，让他理解。（XX先生您再交税过户之前首付款都已经给你了，或者都在银行监管呢！贷款也已经批下来了，相当于总放款都已经在您手上了，您还担心什么！）

（2）建委对各个片区都有指导价，这个指导价就是用来合理的申报的。

(3) XX 先生客户也不是第一次看房，他们很了解现在买房都是做低申报避税的，若咱们不给他避到时候您拿放款的时间延长啦！您看所有人都是这么做，要是有问题他们不可能这么做！您就放心吧，我们每天过几十个单子、所有公司都一样！

⑫ 房东转移租约但不转租金？

思路：在监管首付款事留一部分放款抵押租金。如果事前没做好工作那只能说：XX 先生这个是所有公司的规定，都是这么办的而且我们在签合同不是已经说好了么？（总之必须我们公正，不能偏向任何一方），您说您要是因为这个户都过完了，客户不同意给您放款您多吃亏啊，总放款要是提前拿到您就是存到银行也比这多啊，再有这笔钱肯定对您有很大帮助！我们就按照合理的条件走吧！

⑬ 客户要求拿到新房本后再放款？（针对朝阳区）

话术：1) 银行现在是见到领证通知单和契税票后即放款，前提有公司做担保前提下，若出了问题，担保公司是承担责任的。

2) 这样房东肯定不会同意，你想想要是您的话，户都过到对方名下了半个月后才能拿到钱您会放心么？现在所有银行都是这样放款，要是会经常出事银行也不会这么做了啊！肯定没问题！

提前铺垫，期间可以业主和客户带着工作来，因为中间会有几个小时的等待时间，可以带笔记本、书报，或者让他们先去办自己的事，快到时间的时候打电话让他们回来。

到达建委取号后首先检查资料是否齐全、如果有缺少的东西赶紧补上，时间一般来得及。

如果房东、客户都在建委大厅内，就和他们聊天，做老客户精耕。注意不要只顾一方，而忽略另一方。

聊天一定要进入客户频道，聊他喜欢聊的

销售同事和自己的辛苦，为了拿号，晚上凌晨就开始过来等，一晚上没有睡觉。

行销企业文化、行销公司、经营老客户

在聊天中要求客户透露一些东西，看看有没有客户或者房源可以转介绍

在聊天中，可以有意识的学习一些东西，提高自己知识面和能力。

第一次见面时，把权证人员正式介绍给客户认识，体现我们公司的专业化分工服务。

3. 建议

①现场出现纠纷时，因为经纪人可能已失去房东、客户信任，所以第三方赶紧介入。权证人员帮忙解释，以专业获取房东客户信赖，互相销售。

②办单时，建议权证人员穿工装，带工牌和司徽，体现专业形象，也让客人可以在办公大厅内轻易找到公司的人员。

③尽量不要关机或者不接电话。

④培训专业知识，提高专业能力。要比经纪人更专业。

⑤如果不知道缴税大厅、过户大厅的具体地址，要事先熟悉路线，以方便给客户带路。

⑥初次办单的人员，建议由店经理负责陪同。

九、关于佣金的话术

关于佣金，最重要的是前期铺垫好，同时一定要很自信，传递我们的服务一定值得付3%，我有这个能力服务好客户；要很自然大方的告诉客户这样的收费、方式很正常，行业都是这样；很重要是坚持，你的坚持将会赢得客户的支持。

1. 你们的佣金能打折吗？

思路：有时客户就是试探，所以刚开始别太认真。同时转移看房或谈房子等。

话术：（惊讶的回答）打折！XX先生，都是这样，3%是行情。就小公司打折，但服务、安全都保障不了。咱先看房，主要是房子满意比什么都强。

话术：我们公司就是追求卓越品质，我一定努力从找房、房价、售后服务都会让您满意，让您觉得付我这些佣金是值得的。我们先带您看房好吗？

话术：我的服务一定让您觉得值得付我3%的佣金。

话术：我努力帮您谈房价，帮您做好服务，保证交易的资金、法律安全，相信比什么都强，您说呢？倒时候觉得值得付更多，但我们只收3%。

2. 过完户在给你们佣金？

话术：都这样的啊！你去哪家公司都一样，签完合同就刷佣金的。我们公司品牌这么好，在行业和客户中口碑都非常好，您还担心什么

呢!

思路: 哀兵策略

话术: X姐, 我们基本工资很低的, 才800元, 您不刷佣, 我下个月除了房租就没饭吃了。

话术: 月底时: 您现在刷了, 那这个月我们店就是全公司的最佳团队, 那最佳团队为您服务您是不是觉得很好呢? 我们全店的人都会感谢您的。

话术: 我们公司规模规定签约当日就要收佣金, 如果没有收的话我们没有办法把单子交到总部, 这样我们就不能开展办理后续工作。

3. 我朋友刚买了一套房子, 你们公司收了2个点, 你们不给我优惠我就不签了。

思路: 你要防客户“诈”你。如果说的很明确哪个店某位经纪人, 那这时你要说出不一样的理由来。如果还是很坚持, 那你自己要灵活把握了。

话术: 很坚定地回答: 不可能。

话术: 我们店是全公司的品牌服务冠军店, 所以佣金肯定是不打

折的。

话术:那可能是之前那个经纪人为您服务时很不到位。我们服务肯定不一样,您看房子我帮您找到非常好的,房价也谈的低,服务也会做得非常好,您放心,您一定觉得值,不是打折,我想关键是服务有价值对吧。

话术:那您真是厉害,我们公司是从来不打折的,而且我相信您说的也有这么回事,但是公司现在有规定不能打折,但既然您朋友也在我们这买的,也算半个老客户了,我一定让我们店长和区经理申请一下,我本人是没有这个权利的。

4. 跟其他国内公司看的房子,要求佣金打折。

思路:一定要先稳住客户,能够先把握住客户不被别的公司拉走,同时马上约房东。

如果很坚持,那灵活处理。

话术:XX先生,相信您找我也不是为了佣金打点折,对吧。一定是相信我们公司的品牌,相信我们的服务才找我们。关键是资金安全,法律上不要有什么风险,服务品质也能有保证,您说呢?

话术: XX 先生, 我们的佣金真的不能打折, 关键现在房子别的公司也在看, 您刚才也看到了, 我们还有客户呢? 要不咱们先把房东约过来谈谈, 好房子速度就是要快, 错过房子那不好找啊! (如果不行就退一下, 同时要探得客户出佣的低价) 到时候我在向我们区经理申请一下。

话术: 我们这边佣金可能比别人的高一些, 但是我又能力把房价给您谈到 XXX 万, 而且您也看得出我小 X 在服务上的用心, 这样我先把房东约过来谈, 因为我同事还有一个客户也刚看完, 现在正在和家人商量呢。最关键的是我们能定到这套这么超值的房子, 对吧, X 姐?

话术: XX 先生, 我也一定和您一起努力跟我们经理申请一下, 房东这边也谈的差不多了, 这套房子是我们今天主推的房源, 其他店已经好几个客户看了, 也有个客户要定, 现在就看谁快! 我们现在先约房东过来好吗, 半个小时店里见吧, 您带好身份证和定金。

5. 我个人给你 2 万, 咱们走别公司了。

思路: 很坚定地告诉客户, 我们不可能, 我绝对不会这么做, 这是人品问题, 这样反而会赢得客户的尊重。同时也建议客户为了安全, 为了良心, 为了人格不要这么做, 会因小失大的。最后一定要给客户台阶下, 当他开玩笑。

话术：肯定不行，我百分百不会这么做，我们都不会这么做。

话术：XX 先生，谁敢收您 2 万块钱啊，收了您信他吗？这样的人您敢让他做吗？房产这么大价值的商品，交易中都是很专业的，包括法律中的问题，资金风险的问题，一旦有什么问题不是这 2 万，是几百万，是会耗费您的无数精力、时间，感觉会很难受，特别难受，到时候谁会为您负责？（举例，讲故事）

话术：我建议您千万不要这么做，XX 先生您想买房子不在乎这几万块钱，我们公司会帮您做一切流程，包括产权抵押（讲案例，讲故事私下成交的风险）我真的是为您着想，这样不值得。

话术：这样 XX 先生，像您这么做我早就发了，我们公司有这样的现象是立刻开除，这不是钱的问题，是人品的问题，我们公司是很优秀的企业，我希望在公司会有更好的发展，我也不想做一半就离开了，而是想长久经营。我知道 XX 先生，您也就是跟我开开玩笑罢了。您也不是这样的人。

话术：我们公司是一家大公司，招人都是大专以上学历，是很正规的。可能别的公司会这么做，但是我们不会因为一点个人利益而损坏公司的利益和品牌，X 姐您也是明事理的人，我们在外面真的不容易，您还是别为难我们了，您放心我一定会帮您把房子的后期做好，

我还想把您服务好了，以后您还会介绍朋友给我不是么？（说话别太严肃，笑着说）

6. 佣金先给你一部分，等过完户在给你剩下的。

思路：体现我们是从一而终的服务，不会因为收了佣金就不用心做事。实在不行就退一小步，在网签或银行监管资金时刷！这是底线。

（注：会有些特殊情况，客户就是坚持要过户后在给，这时见好就收不要破坏客户关系，抓紧时间办理后期争取能提前收回来。）

话术 1：X 姐，我们都是签完合同就刷佣金的，说实话即使您刷了佣金我也发不了工资的，必须要等我们全部的服务做完才会发的。另外，假如在过户当中出现一些需要我们来承担的责任时，总不能什么都没收就承担吧，这对我们来说也是不公平的，再说了因为我们的错误导致过不了户也的退还给您。

话术 2：大姐，既然您在我们这买的房子，也就是相信我，相信我们公司，那你也把佣金刷给我们吧，也省的您再跑一趟。

7. 每个公司都有这房子，你们打折就在你们这里签。

思路：不要因为一点点佣金打折这样的小事错失一套好的房子，

现在市场下不缺客户只缺这样的好房子，能定到好房才是最重要的，佣金客户都是认可的。销售自己，销售公司，品牌服务无价，打折公司的服务业可能会打折。

话术 1: X 姐，您知道我是第一时间就给您打电话的，也是我第一个带您看房的)，这市场下信息时最重要的，我也错失了给其他客户推荐的机会，等其他人人都知道这超值的房子后，房价必然会被抬上去，这对谁来说都是不小的损失，所以您就不要谈佣金了，我同时那边还在给他客户推荐呢，能定到这房子就很不错了。（注意说话的语气，要很诚恳）

话术 2: X 姐，说实话我在全公司 10000 多人中是销售冠军，我服务的客户都是老客户，从来没有打过折，而且我的客户常常给我介绍客户，有的客户就是冲着我的服务在我这里卖房的，对我信得过。我相信，通过我的服务您也一定会成为我的老客户的！（语气沉稳，眼神坚定）

话术 3: X 姐，这套房子是我们区域主推的房源，您要是打折需要我们的区域的所有的店长同意才行，而且其他店里也有客户看上，这房子基本不会打折。

8. 要是过不了户，你们退佣金吗？

思路: 不要乱承诺, 要中立的回答, 如果是我们的责任, 可以退。

话术: 如果是因为我们的责任导致无法过户的, 我们会全额退款。如果是买卖双方有一些没做到位的导致延迟过户, 我们会协调双方争取过户, 按照以往的案例情况, 我们都可以过户。我们会积极的配合, 关键是看双方也要积极配合办理。

9. 你们没有做什么事情, 带我看一套房子就收这么多佣金?

思路: 重点说明我们服务的高效、专业。我们就是能够给客户省时省力! 很多人就是冲着我们的服务来找我们的。

话术 1: 那先生你喜欢我带你看一套房子, 你就能买到合适的呢, 还是我带你看半年才能买到房子, 你找我们公司不也是想短时间内帮你专业高效的提供最优质的服务, 我们的价值也就在这里。收你这点钱根本就不贵了。

话术 2: 我们提倡的就是专业、高效的服务, 同时能节省出您和房东许多时间, 许多精力。您也许还没有体会到, 有很多客户看房时间越长买房就越难做决定, 很是痛苦, 现在这套房一定是非常适合您的, 您相信我没问题的! (可举例说客户看了很多没买到, 市场涨了后, 没办法就又多花钱买了)

话术 3: XX 先生, 说实话, 如果没有这套合适的房子, 您就是在给我 6 个点的佣金也没有用, 您说对不对, 我们的工作就是在短时间内高效的帮您找到合适您的房子, 机会难得不要因小失大啊!

10. 佣金都交了, 为什么还要收过户费, 贷款服务费呢?

思路: 说明各项费用的作用和收取的理由, 贷款服务费建议你称作担保服务费

话术: XX 先生这个问题是客户对我们的误解, 是这样的, 佣金是我们业务部提供的居间服务的收费, 过户费用是我们后期权证部收的费用, 贷款服务费又称作担保服务费, 是担保公司从您贷款到放贷款给房东时做担保而收取的费用, 我们是做品牌的不会乱收费用。这个你就放心。

11. 临时谈佣金, 当着房东面和我们谈佣金。

思路: 最好能够事先铺垫好房东, 如果在谈判中隔离不能够及时进行, 我们还可以求助房东的力量。不过大部分情况下唯一能做的基本上就是隔离, 隔离开房东后, 然后我们和客户进一步沟通, 就算是放价也不要当着房东的面谈。如果放, 转准时机一定要快, 否则作用不大。

话术 1: (思路: 事先的铺垫) XX 先生, 是这样的。一会儿谈单的时候客户一定会砍价, 我们就咬住不放就好了, 然后我看情况让您出来咱们在放一些, 这样大家都舒服一点。这客户也许看放价下不来就打我们佣金的主意了。XX 先生, 我们也是赚个辛苦钱。到时候您就别说话, 或者说我们不容易之类的行吗? 我先谢谢您了!

话术 2: (思路: 先发短信, : XX 先生, 我们想和客户单独聊一下佣金。麻烦您出来做一下好吗?) 对客户: X 姐, 哎呦, 您看着房价我也给您谈的差不多了, 佣金我真的努力争取了, 现在我们经理就在这, 您要是不满意您就和他说。对经理 (思路: 苦肉计, 做样子给客户看): 经理, 你看看, 姐也不容易, 大老远跑过来就为了定这套房子, 现在价钱也差不多了, 就是佣金姐觉得有些高, 要不你在和区经理申请一下, 我也想今天就签下这个单子的。对客户: X 姐, 其实我们真的挺不容易的, 您看现在都 10 点多了, 我的同事还在帮他的客户找房子呢, 也还在帮不错的房东找客户呢。您今天就能把这套房子签下来, 啥也不差了, 佣金也没有问题。我这边前期服务做得怎么样您自己知道, 我说后期的服务会比前期的更好。(思路: 给信心) 您就定了吧!

话术 3: (思路: 铺垫房东, 一会儿会接到同事扮成其他中介打来的电话, 让他心里有数) 对客户: X 姐, 真的可以定了, 刚才我们

经理也帮您申请了，区经理说最低也就是老客户的折扣了。您看各方面都不错了，真的可以了。（思路：此时房东电话，房东演戏，挂机）对客户：您看看 X 姐，房东坐在这了还有中介想拉房东去谈，现在的房子很多人要，咱们在犹豫就没了！

12. 房子不是你们带看的，也收这么多钱？

思路：销售我们的服务，销售我们品牌，销售我们与房东的关系。总之不能有不是我们带看的就一定要打折的念头。而且我们要尽快让房东过来谈，顺势搞定客户，如果纠结于佣金就视当时的局面而定，折的不多就签掉。

话术 1：（思路：销售公司，销售业主关系）XX 先生，说实话这个房源我们公司和房东的关系很好，上次没带您看是因为房东不方便，没回来。现在我们经理正在房东家里和房东沟通，一会儿就和房东一起过来，我们尽可能争取最低的价钱让您买到这套房子。这房子也挺抢手的，您肯定知道。咱们别因为一点佣金错过了这样一套适合自己的房子。我们别的同事也有客户，就是帮我才压着自己的客户不让来谈的。我们公司就是这样，团队合作。每个人都希望团队出色。所以大家也不希望好不容易争取来的单子以打折收场。您真的可以定了。

话术 2：（思路：无论如何拖住客户，然后顺势签约）XX 先生，

我们还是先和房东见面谈一下吧。现在也有别的公司有客户要谈，机会错过了可就没有了。佣金这个问题，待会儿我一定和你配合，和我们店长申请，所以咱还是考虑这房子是不是今天就能定啊！您定金带了吗？

13. 如果你们不折佣金，我也有办法找到房东，我都有他的电话。

思路：这时候的客户一般是在试探我们的底线，也有些破罐子破摔的味道在里面。这个时候我们要尽可能的平静或者不在乎，千万不要先乱了自己的阵脚。不可以激怒对方，激化这之间的矛盾，更不可以威胁、恐吓客户。比如说你要是怎样怎样，马上公司的法务部就会介入；我就是在这一个小区做的，天天在这周边活动，真不希望发生一些“不愉快”的事情等等。这样的话不要说。将心比心，你的客户都是有良心的，你一定可以打动他。

话术 1：XX 先生，可能我们前期的服务有些做的有些不够到位的地方，才让您有了折佣的想法。（思路：以退为进，先抑后扬。承认自己的不足，让对方心知肚明。）我们的佣金啊，真的是打不了太多的折扣，但我可以保证今后的服务会做的更好。（思路：话不要说的太死，并承诺售后服务质量，提高对方满意度）我知道 XX 先生是有素质的高级人士，搞个电话号码肯定不费吹灰之力。但我相信您不会

这么做的。(思路: 表明自己的立场, 也暗示客户不要做有失身份的事情) 我一直把您当做我人生中的贵人来看, 您的好多话都深深地影响着我。我相信大哥不会为了这么一点佣金而违背了您自己的原则。

(思路: 再次强调违规操作, 客户的良心要受到谴责的) XX 先生, 现在您真的可以签了, 别再犹豫了。

话术 2: (思路: 如果怎么说都没用, 对方就是死猪不怕开水烫。那我们就一定要摆出无所谓的态度) 如果 XX 先生您真的去找房东了, 也没问题, 说实话我真的拦不了你, 但我依然会去认认真真的做好我的本职工作的!(思路: 慎用, 尽量不要把话说绝对)