

# 销售培训方案

阳光城·项目部

2005-11-20

## 营销培训纲要

### 目录：

第一章：怎样成为杰出的销售员

第二章：销售部行为规范

第三章：地产销售工作流程

第四章：本项目的理解（优劣势分析）项目配套

第五章：房地产及建筑知识

第六章：合同及法律知识

第七章：按揭

第八章：部分物业管理知识

第九章：销售技巧

### 第一章：怎样成为杰出的销售员

理念：态度决定一切！

房地产销售注重引导，而不是强迫销售。

心智的培养：

#### 1. 1. “心智决定行动,行动达至成功”

销售人员首先要确定的人生观和积极的价值观,它是指导一切行动的前提.

#### 2. 2. 发展潜能，肯定自我

销售人员需坚信自己存在的价值及必须树立坚定的目标，相信每人必有其长处，所以，

要求自己的销售成绩要比别人多几倍，使自己成为最优秀的销售员。

### **3. 3. 肯定开发项目的自身素质**

许多人会抱怨自己的楼盘定价过高，素质不及别人楼盘好，市场不景气，交通又贵等等，然而真有所谓的物美价廉，公司又何必需要销售员。好的销售员就是在于把正确的商品卖给正确的人。

### **4. 4. 乐观自勉，坚持不懈**

好的销售员一定具有乐观开朗的性格，特别当遇到失败和颓丧的时候，要学会自我安慰，提高精神接受下一次挑战。同时，一个好的销售员，要有“努力不懈，死缠烂打”。同时拥有自信的性格也会使你销售计划事半功倍。

### **5. 5. 挑战自我，挑战强者**

销售员要有“斗志”勇于挑战自己，克服困难。如果上个月卖了五套，那么，这个月就要更多的成交。此外，销售员要有“挑战第一”的**决心**，告诉自己“我是这个月最佳销售员”。好的销售员往往赢得顾客的尊敬，赢得荣誉和满足。

### **6. 6. 尊重别人，虚心学习**

尊重别人的劳动成果和能力，相信“三人行，必有我师”，只有尊重别人才可能虚心地向他学习。

### **7. 7. 老板的心态**

只有老板的心态最合老板的心意。不妨将公司当做是自己的，相信只有公司好方能自己好。于是即使在午餐时间也会热情的接待客户。相信能成为老板之人必有别长处，不妨放下承见虚心学习，说不定某天你也可能成为真正的老板。同时，也不会再为了琐碎的小事、低谦的人工及分佣制度怨天由人，使得自己整天心绪不宁，垂头丧气。

### **8. 8. 客户心态**

只有从客户的角度出发，才能明白到客户真正的需要及担忧，同时，也只有从客户的信任，达成交易。请记住！客户只会和自己的“朋友”（可能只是暂性的）谈真话及作买卖。

### **9. 9. 培养销售的兴趣**

销售工作做得好的销售员必然对销售工作抱有浓厚的兴趣，他能从成功交易中取得成就感。故此，销售员应培养对销售工作的兴趣，利用自信使之变成一种享受，遇失败不气妥，对工作不厌烦，这便可从自信的推销中更加满意，更加欣赏自己。

### **10. 朝气蓬勃，随时做好销售的准备**

销售员需拥有健康的体魄，朝气蓬勃的干劲，随时做好销售的准备迎接客户的到来。

### **11. 待人亲善，礼貌热诚**

销售员首要具备的条件是一副亲善的笑容及一份对工作对客户的热诚。诚挚热情是打破和客户之间障碍唯一的良方，也使客户做出认购的决定，即使客户不能成功认购，

相信也会留下信任及难忘的印象，对下次认购埋下了伏笔。

**12 . 服务为先，使他（她）成为下一个客户**

销售员要本着服务为先的精神，要知道你对客户的态度，会在客户回敬你们的态度中——表现出来。销售工作是一项艰苦的工作，不可能马上就会成功，销售员不可抱着侥幸的心态，只有靠着热情的服务，使买家留下深刻的印象，虽然这次未能购买，下次他们也会再来找你。

**13 . 销售员的责任感**

销售员要有一定的责任感。销售员的责任一是做好客户服务工作，二是促成交易，三是跟进客户和售后服务。

**14 . 培养随时发现潜在客户的能力**

销售员通过自信心及对本职工作的热爱这两方面素质的培养，具备了良好的工作态度和心理状态，同时，需要养成习惯处处留心，明察秋毫。利用和客户的交谈中掌及发现潜在的客户，这点需要长期的实践及工作经验的累积。

**15 . 敏锐的观察力和正确的判断力**

培养敏锐的观察力和正确的判断力，在于细心观察周围人或事物以加揣摩，同时，模仿及观察有经验的“取其之长，避己之短”。

**16 . 广泛的兴趣和聪慧的头脑**

销售工作需要广泛的知识，故此，销售员需要培养多方面兴趣，提升自我。随时应付客户突如其来的问题及保持敏捷的头脑做出应对，在交谈过程中不会失去主导地位。

**17 . 不断进修，提升自我**

销售员可以参考身边成功销售人员的经历，分享他们的经验和推销技巧或是购买有关推销的书籍或是参加进修课程，不断学习，提升自我。

自我检测:\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**第二章：销售部行为规范**

**(一)、签到：**

- 1 . 1 . 销售人员上班实行签到制，由销售主管负责；销售人员每天按主管安排的顺序接待客户，做到接待有序，下班应按时不得提前离开，由销售主管

负责监督；因事因病不到者，事先必须向主管提交书面申请（任何人不得代他人签到或弄虚作假）

2. 2. 因业务不能按时签到者，应该通告现场主管。

**(二)、上下班：**

- 1. 1. 每周休息一天（星期六、日）不安按休息；
- 2. 2. 不准在现场吃零食，化妆；
- 3. 3. 现场不准打私人电话，假如有原因者不得超过 3 分钟；
- 4. 4. 严禁在前台睡觉；
- 5. 5. 按公司规定划分客户；
- 6. 6. 工作服统一并要求整洁；

**(三)、行为《重点》：**

- 1. 1. 未经许可，不得私自代已购客户转让楼盘；
- 2. 2. 不得私自接受他人委托代售楼盘；
- 3. 3. 未经公司许可，任何人不得修改合同条款；
- 4. 4. 未经授权，不得擅自答应客户之要求；

自我检测：-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----。

### 第三章：销售部工作流程

□销售的六个阶段：

## 1. 准备工作

### 1.1. 接洽

### 2.2. 陈述 (锁定时间)

### 3.3. 处理反对意见

### 4.4. 试探成交意向

### 5.5. 成交

#### (一)、前期准备工作：

1. 1. 熟悉区域楼市概况、自身楼盘情况，深刻认识楼盘的优势劣势。熟悉销售资料、确立销售信心；
2. 2. 销售资料和工具的准备，例如：资料夹、计算器、名片、笔、银行利率表等；必备的销售资料、工具，应放在适当位置；方便取用。如：笔不能随意挂在胸前，可卡在封面或放在文件夹里；计算器、名片、图纸应有序放在资料夹里等。

#### (二)、销售接待：

- 1、 1、 站立；
- 2、 2、 迎客；
- 3、 3、 引客；

#### (三)、介绍楼盘情况：

准备好自用资料如：(计价表、计算器…) 所谓的销售“武器”。——(视听区) 模型、展板介绍——实地介绍——引客到洽谈区；

1. 1. 模型介绍；
    - ■ 指引客人到模型旁；
    - ■ 介绍外围情况；(周边配套如：交通、学校、医院…)
- 导入介绍现在所站位置在哪里，方向方位、楼盘配套、公交网络…

#### (四)、导入逼定阶段：

1. 1. 介绍完后，指引客人到洽谈区导入逼定阶段，(洽谈、计价过程) 重点根据客户需求推荐一到二个单元；
2. 2. 逼定阶段由为重要，能充分体现销售员的个人能力，很注重一些谈判技巧。
3. 3. 从多角度引导如：推荐付款方式等、挖掘发现客户的需求，最大限度的满足他；
4. 4. 用《计价推介表》详细计算楼价、按揭费用等；
5. 5. 应用特色营销法，不同客户采用不着同的方法，商业注重性

价比分析…

**(五)、成交阶段：**

交临时定金——营造销售气氛——补足定金——签订购书——跟进已签客户（间断储备新客户）。

1、 1、 当客人表示满意，有购买欲望时，应尽快促进成交，让其交足定金。（**交订金、和定金的技巧**）。

2、 2、 一边写一边说，不能只写却不理睬客户，（包括交定金和签合同同时）。

当客户要求再考虑时，可以利用：多元化分析，（活订欲留等方法）

3、 3、 最后还要留下客户的联系电话等，作追踪客户的准备。（再度下定）

**自我检测：**-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----。

**第四章：本项目理解（优劣势分析）项目配套**

**□本项目理解：**

本项目地处创新工业园区的中心地带,东临涪江大桥和名风景区灵泉寺；西接“西来第1禅寺”--广德寺和卧龙山公园；北朝市中心繁华地段，驱车前往只要3分钟;背依遂宁创新工业园区。地理位置极其优越，交通极为便利,有遂渝、成南、绵渝等多条高速公路在此交汇,离火车站5KM,规划中的遂宁机场也位于创新工业园区内。

**本项目优势：**

- 1. 1. 位于天宫路与开善东路交汇处，交通便利,是连接我市两大旅游景点灵泉寺和广德寺的主要路线，交通方便；
- 2. 2. 区域内少有的步行街商业物业；（商业规模）
- 3. 3. 前期住宅宣传推广比较成功,有较高知名度；
- 4. 4. 多种付款方式，可以轻松购买；
- 5. 5. 一层商业的成功招商；
- 6. 6. 国内外的知名品牌入驻；
- 7. 7. 销售模式（3年带租约、高达10%租金、实力承诺2年回购）；

8. 8. 遂宁第一个经市工商行政管理局审批具有统一经营权摩托机电城

**本项目劣势:**

- 1. 1. 项目处于传统的工业区,缺乏相应的商业配套,商业氛围不够浓厚;
- 2. 2. 项目不属于纯商业物业,因此对项目商铺的推广有一定制约性;
- 3. 3. 工程进度慢,外观形象迟迟未能展现;
- 4. 4. 项目位于城郊结合处,人流量较小;
- 5. 5. 项目推广脱节,造成推广费用的增加;
- 6. 6. 项目流动资金少,导致周期长,客户流失严重;

**自我检测:**-----

-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----

**第五章：房地产及建筑知识**

**房地产市场的三级划分与各级市场的参与人：**

- (1) (1) **一级市场**：指土地使用权的出让市场。
- (2) (2) **二级市场**：指开发商向个人出售商品房
- (3) (3) **三级市场**：指买了房子的人再将其售出去，即再交易

**二、房屋分类：**

**1. 1. 根据产权关系分类：**

- 1 ① 商品房
- 2 ② 福利房 (对政府职员：主体较特殊)
- 3 ③ 集资房 (单位建)
- 4 ④ 农民房 (宅基地) 等等

**2. 2. 根据功能分类：**

- 1 ① 住宅
- 2 ② 办公
- 3 ③ 商业
- 4 ④ 工业用房

**住宅用地：**

纯住宅 70年 商业 40年

商住两用 50年 工业 50年

教科文卫体 50 年

-

### 三、登记的形式：

- 1.1. 初始登记 (总登记)
- 2.2. 转移登记
- 3.3. 变更登记 (变更姓名)
- 4.4. 抵押登记 (对银行)

## 四、岗前专业知识培训

### 相关名词解释

1、**房地产**：是房产和地产的合称，它是指土地、建筑物及固着在土地建筑物上不可分离的部分，以及附带的各种权益（所有权、经营权、使用权），房地产又称不动产或物业。

2、**房地产开发经营**：是指在依法取得国有土地使用权的土地上进行基础设施建设、房屋建设的行为，并转让房地产开发项目或者销售、出租商品房的行为。

3、**房地产交易**：是指房地产转让、房地产抵押和房屋租赁。

(1) **房地产转让**：是指房地产权利人通过买卖、赠与或者其他合法方式将其房地产转移给他人的行为。

(2) **房地产抵押**：是指抵押人以其合法的房地产以不转移占有的方式向抵押权人提供债务履行担保的行为。

(3) **房屋租赁**：是指房屋所有权人作为出租人将其房屋出租给承租人使用，由承租人向出租人支付租金的行为。

4、**商品房**：是指房地产开发企业在开发建设中专门用作商品销售的住宅与其他房屋。

5、**商品房的销售**：是指商品房现销和商品房预售。

(1) **商品房现销**：是指房地产开发企业将竣工验收合格的商品房出售给买受人，并由买受人支付房屋价款的行为。

(2) **商品房预售**：是指房地产开发企业将正在建设中的商品房预先出售给买受人，并由买受人支付定金或房屋价款的行为。

6、**安居房**：又称经济适用房。它是指以中低档收入家庭住房困难户为提供对象。并按国家住宅建设标准（不包括别墅、高级公寓、外销住宅）修建的经济适用性普通住宅。土地是由政府无偿划拨，住户只拥有使用权。

7、**三通一平**：是指水通、电通、路通及场地平整。

8、**土地使用权出让**：是指国家将国有土地使用权在一定年限内，出让给土地使用者，

并由土地使用者向国家支付一定土地出让金的行为。它可采取拍卖、招标或者双方协议的方式进行。

9、建筑容积率：它又称建筑面积毛密度，简称容积率，这是指每公顷（100亩）居住小区用地范围内拥有的各类建筑面积（ $m^2/ha$ ）。

即：建筑总面积÷总用地面积=建筑容积率（%）

10、建筑密度：是指居住小区用地范围内各类建筑的基底总面积与居住小区总用地面积的比率（%）。

一般情况下，容积率越高，建筑总面积就越大，土地利用率高，经济效益好，但周边环境受影响。在相同的容积率下，建筑密度越低，说明小区内建筑物平均层数高，地面空间大，绿地率高，居住环境好。

11、绿地率，它是指居住小区内所有绿地总面积占居住小区总用地面积的比率（%），绿地率是衡量一个小区环境优劣的一个十分重要的指标，绿地率越高，说明环境就越优美舒适，接建设部规定，居住小区的绿地率一般不得少于25%。

12、采光：它是指光线、日照的明亮程度。

采光系数：它是指房屋窗户洞口面积与该房屋地面面积的比率（%）。

13、标准层：它是指平面布置完全相同的楼层。

14、错层：通过横向和纵向剖面可以看出，每一楼层几个部分之间的楼地面高低错开（通常是3、5、7步梯），不占两个完整的楼层空间，俗称小复式。

15、跃层（欲称楼中楼）：又称复式结构，它是一套住宅占有两个完整的楼层，上下两层有内部楼梯连接。错层、跃层是现代住宅发展的一种趋势，最大的优点是住宅内部实行了动静分区。

16、卧室：主要是用来作休息之用，它的设计应该是房屋的开间，进深要有利于布置家具。

17、起居室：我们习惯上称之为厅，它包括客厅和餐厅，用于就餐的叫餐厅，用于会客、休闲和娱乐的叫客厅，对于餐厅和客厅来说有的设计是将二者合而为一，有的设计又是单独分开，从住宅的发展来看，二者的分开有利于日常生活，按建设部的规定，起居室的净面积不得少于 $12m^2$ 。

18、门斗：又称玄关，它位于住宅的入户处，主要作用是用于户外与户内空间的过渡连接，以提高住宅的私密性程度。

19、过道：它是指一套住宅内的水平交通空间。

20、走廊：它是指住宅外部的水平交通空间。

21、层高：它是指相邻两个楼面之间的垂直距离，接建设部规定，一般应为3m。

22、净高：又称内空，它是指本楼面或地面至上一楼楼板底面的垂直距离（一般为2.8m）。

23、住宅的私密性；它是指住宅内住户生活的隐密性，一般是用动静分区、软硬隔断、栋距分隔来进行保护。

24、住宅的通风：它是指自然空气的来源、去路。

25、住宅的朝向：它是指一个房屋大门的面对方向（传统观念上，中国住宅多为座南朝北）。

26、栋距：是指建筑物与建筑物之间的水平距离。

27、阳台：是指上方设有遮盖物的位于居室外的活动空间，它有外挑式阳台和内藏式阳台两种（按房屋测量规定：封闭阳台计算全面积、半封闭阳台计算半面积）。

28、露台：是指其上方未设任何遮盖物的居室外部活动空间，一般不计算面积。

29、土地使用权出让——是指国家将国有土地使用权（以下简称土地使用权）在一定年限内出让给土地使用者，由土地使用者向国家支付土地使用出让金的行为。  
方式：拍卖、招标、协议用地、历史用地。出让最高年期由国务院规定。  
出让合同由市、县级人民政府土地管理部门与土地使用者签订。距合同约定的动工开发日满一年未动工开发者，征出让金 20%以下的土地闲置费；  
满二年未动工无偿收回土地使用权（不可抗力或政府行为命令除外）。

30、房地产转让——是指合法拥有土地使用权及土地上建筑物、附着物所有权的自然人、法人和其他组织，通过买卖、交换、赠与将房地产转移给他人的法律行为。

31、建筑面积——指建筑物各层外墙（或外柱）外围以内水平投影面积之和。每户（或）拥有的建筑面积叫分户建筑面积。建筑面积包括：使用面积和公共面积二个部分。

32、销售面积——是指商品房权利人实际使用的自有建筑面积与该权利人应分摊的公用面积的和。

33、套内面积——即套内建筑面积，包括套内使用面积，套内墙体面积及套内阳台建筑面积。

34、使用面积——指包括墙体结构在内的直接为办公、经营或生活使用的面积和辅助用房的厨房、厕所或卫生间，以及壁框、户内过道、户内楼梯、阳台、地下室、附层（夹层） 2.2M 以上的阁（暗）楼（指建筑层高含 2.2M 以上）等的面积。在计算分户建筑面积时，如：两户共有（即共墙）其所属面积由两户平均的分摊。

35、公共面积——建筑物之主体内，户门以外可使用的面积，包括层高超过 2.2 米的单车库，设备层或技术层，内外楼梯悬挑平内外廊、门厅、电梯及机房、门斗、有柱两面三刀篷，突出屋面有护结构的楼梯间、小箱、电梯机房等。

36、公共设施——指物业管理区域内，由业主和使用人公共使用的道路、绿地、停车场、照明路灯、排水管道、化粪池、垃圾箱（房）等设施。

- 37、入伙日——交房日
- 38、起价——最低成交价
- 39、实用率——公摊率
- 40、实用面积——套内面积
- 41、层高——下层地板面或上（下）表面到相邻上层楼板面或下（上）表面的尺寸。
- 42、开间——指一间房屋内一面墙的定位轴线到另一面墙的定位轴线之间的实际距离。
- 43、进深——在建筑学中是指一间独立的房屋或一幢居住建筑内从前墙的定位轴线到后墙的定位轴线之间的实际长度。
- 44、净高 = 层高 - 楼层板厚度

**计算公式：**

$$\frac{\text{总建筑面积}}{\text{占地面积}}$$

1.1. 容积率 =  $\frac{\text{总建筑面积}}{\text{占地面积}}$

$$\frac{\text{绿地面积}}{\text{占地面积}}$$

2.2. 绿化率 =  $\frac{\text{绿地面积}}{\text{占地面积}}$  (生态环保达 70% 以上，一般至 40% 以上)

$$\frac{\text{非公摊}}{\text{公摊} + \text{非公摊}}$$

4. 使用率 =  $\frac{\text{非公摊}}{\text{公摊} + \text{非公摊}} * 100\%$

公摊部分包括：设备间、电梯间、变电间、垃圾屋等

不应纳入公摊部分：阳台的维护部分、地下独立的阁楼、防空设计的地下室、已作为独立使用空间销售或出租的面积。

5. 建筑密度 =  $\frac{\text{建筑物基底总面积}}{\text{建设用地总面积}}$

$$\frac{\text{公用建筑面积(建筑面积-套内)}}{\text{套内建筑面积之和}}$$

6. 公摊系数 =  $\frac{\text{公用建筑面积(建筑面积-套内)}}{\text{套内建筑面积之和}}$

(套内建筑面积之和 = 净面积 + 阳台 + 外墙体面积 + 内墙中轴线)

7. 公摊率 =  $\frac{\text{公用建筑面积}}{\text{总建筑面积}}$

(一)、房地产面积测算基本方法

1、房地产测算的一般规定

(1) 房产面积测算的内容

面积测算是指水平面积测算。它分为房屋面积和用地面积测算两类。其中房屋面积测算包括房屋建筑面积，共有建筑面积、产权面积、使用面积等测算。

(2) 房屋的建筑面积

房屋的建筑面积是指房屋外墙（柱）勒脚以上各层的外围水平投影面积，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 2.20m 以上（含 2.20m）

的永久性建筑。

(3) 房屋的使用面积

房屋使用面积是指房屋户内全部可供使用的空间面积，按房屋的内墙面水平投影面积计算。

(4) 房屋产权面积

房屋产权面积是指产权主依法拥有房屋所有权的房屋建筑面积。房屋产权面积由直辖市、市、县房地产行政主管部门登记确权认定。

(5) 房屋共有建筑面积

房屋共有建筑面积是指各产权主共同占有或共同使用的建筑面积（也称公摊）。

(6) 面积测算的基本要求

各类面积测算必须独立测算两次，其比较差应在规定的限差内，取中数作为最后结果。面积以平方米为计量单位，取至 0.01m<sup>2</sup>（即小数点后两位）。

(2) 房屋建筑面积测算的有关规定

(1) 计算全部建筑面积的范围

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的总和计算。

② 房屋内的夹层、插层、技术层及其梯间、电梯间等其高度在 2.20m 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 2.20m 以上，按其水平投影面积计算。

④ 楼梯间、电梯（观光梯）井、提物井、垃圾道、管道井等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 2.20m 以上的楼梯间、水箱间、电梯机房及斜面结构屋顶高度在 2.20m 以上的部位，按其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 属永久性结构且有上盖的室外楼梯，按各层水平投影面积计算。

⑧ 与房屋相连的有柱走廊，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 房屋间永久性的封闭架空通廊，按外围水平投影面积计算。

⑩ 地下室、半地下室及其相应出入口，层高在 2.20m 以上的，按其外墙（不包括采光井、防潮层及围护墙）外围水平投影面积计算。

(11) 有柱或有围护结构的门廊、门斗，按其柱或围护结构面外围水平投影面积计算。

(12) 用玻璃幕墙等作为房屋外墙的，按其外围水平投影面积计算。

(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 2.20m 以上

部位的外围水平投影面积计算。

(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) 计算一半建筑面积的范围

① 与房屋相连有上盖无柱的走廊、檐廊，按其围护结构外围水平投影面积的一半计算。

② 独立柱、单排柱的门廊、车棚、货棚等属永久性建筑的，按其上盖水平投影面积的一半计算。

③ 未封闭的阳台、挑廊，按其围护结构外围水平投影面积的一半计算。

④ 无顶盖的室外楼梯按各层水平投影面积的一半计算。

⑤ 有顶盖不封闭的永久性的架空通廊，按外围水平投影面积的一半计算。

(3) 不计算建筑面积的范围

① 层高小于 2.20m 以下的夹层、插层、技术层和层高小于 2.20m 的地下室和半地下室。

② 突出房屋墙面的构件、配件、装饰柱、装饰性的玻璃幕墙、垛、勒脚、台阶、无柱雨篷等。

③ 房屋之间无上盖的架空通廊。

④ 房屋的天面、挑台、天面上的花园、泳池。

⑤ 建筑物内的操作平台、上料平台及利用建筑物的空间安置箱、罐的平台。

⑥ 骑墙、过街楼的底层用作道路街巷通行的部分。

⑦ 利用引桥、高架路、高架桥、路面作为顶盖建造的房屋。

⑧ 活动房屋、临时房屋、简易房屋。

⑨ 独立烟囱、亭、塔、罐、池、地下人防干、支线。

⑩ 与房屋室内不相通的房屋间伸缩缝。

3、成套房屋建筑面积的测算

(1) 成套房屋的建筑面积

成套房屋的套内建筑面积由套内房屋的使用面积，套内墙体面积、套内阳台建筑面积三部分组成。

(2) 套内房屋使用面积

套内房屋使用面积为套内房屋使用空间的面积，以水平投影面积按以下规定计算：

① 套内使用面积为套内卧室、起居室、过厅、过道、厨房、卫生间、贮藏室、壁柜等空间面积的总和。

② 套内楼梯按自然层的面积总和计入使用面积。

③ 不包括在结构积内的套内烟囱、通风道、管道井均计入使用面积。

④ 内墙面装饰厚度计入使用面积。

(3) 套内墙体面积

套内墙体面积是套内使用空间周围的围护或承重墙体或其他承重支撑体所占的面积，其中各套之间的分隔墙和套与公共建筑空间的分隔墙以及外围（包括山墙）等共有墙，均按水平投影面积的一半计入套内墙体面积。套内自有墙体按水平投影面积全部计入套内墙体面积，外墙拆半，内墙全算。

#### （4）套内阳台建筑面积

套内阳台建筑面积均按阳台外围与房屋外墙之间的水平投影面积计算。其中封闭的阳台按水平投影全部计算建筑面积，未封闭的阳台按水平投影的一半计算建筑面积。

### 4、共有共用面积的处理

#### （1）共有共用面积的内容

共有共用面积包括共有的房屋建筑面积和共用的房屋用地面积。

#### （2）共有共用面积的处理原则

- ① 产权各方有合法权属分割文件或协议的，按文件或协议规定执行。
- ② 无产权分割文件或协议的，可按相关房屋的建筑面积按比例进行分摊。

### 5、共有建筑面积的分摊

#### （1）共有建筑面积的内容

共有建筑面积的内容包括：电梯井、管道井、楼梯间、垃圾道、变电室、设备间、公共门厅、过道、地下室、值班警卫室等，以及为整幢楼服务的公共用房和管理用房的建筑面积，以水平投影面积计算。共有建筑面积还包括套与公共建筑之间的分隔墙，以及外墙（包括山墙）水平投影面积一半的建筑面积。

独立使用的地下室、车棚、车库，为多幢楼服务的警卫室、管理用房以及作为人防工程的地下室都不能计入共有建筑面积。

#### （2）共有建筑面积的计算方法

整幢建筑物的建筑面积扣除整幢建筑物各套套内建筑面积之和。并扣除已作为独立使用的地下室、车棚、车库，为多幢楼服务的警卫室、管理用房以及人防工程等建筑面积，即为整幢建筑物的共有建筑面积。

#### （3）共有建筑面积的分摊方法

##### ① 住宅楼共有建筑面积的分摊方法

分摊面积=套内建筑面积×分摊系数

分摊系数=共有建筑面积总和÷整幢楼的套内建筑面积之和×100%

##### ② 商住楼共有建筑面积的分摊方法

首先根据住宅和商业等的不同使用功能按各自的建筑面积将全幢楼的共有建筑面积分摊成住宅和商业两部分。即住宅部分分摊得到的全幢楼共有建筑面积和商业部分分摊得到的全幢共有建筑面积。然后住宅和商业部分将所分得的分摊面积再各自进行分摊。

住宅部分：将分摊得到的整幢共有建筑面积，加上住宅部分本身的共有建筑面积，按

各套的套内建筑面积分摊计算各套房屋应分摊的分摊面积。

商业部分：将分摊得到的整幢共有建筑面积，加上商业部分本身的共有建筑面积，按各层套内的建筑面积依比例分摊至各层，作为各层共有建筑面积的一部分，加至各层本身的共有建筑面积中，得到各层总的共有建筑面积，然后再根据层内各套房屋的套内建筑面积，按比例分摊至各套，求得各套房屋分摊得到的共有建筑面积。

自我检测：-----  
-----  
-----  
-----。

## 第六章：合同及相关法律法规

合同培训：【见房地产销售合同分条款讲解】

### 1. 商品房买卖合同成立需要的条件：

买卖双方签订合同的行为是对交易双方各自的权利义务起到监督、保护的作用。合同订立的条款应该严谨、周密，而且签订合同者需要具备一定的条件，只有具备了一定条件，合同才有效。

首先，出卖方必须具有房屋所有权或土地使用权。

其次，买卖双方当事人必须具有完全行为能力。另外，房地产买卖双方当事人的意思表示必须真实可信。再有，房地产买卖合同不得违反法律或者社会公共利益（必须合法）。

签订合同双方应该注意：房地产买卖合同的形式必须符合有关的法律规定（采用书面形式-----现行新合同，并且须按法律规定办理房屋所有权转移登记和土地使用权变更登记）。

### 2. 订金与定金

在销售（预售）过程中，客户交纳意向购买诚意金的行为，我们通常称之为“下定”。

订金与定金的区别在于：订金只是一种认定行为，不具备法律效应；而定金具备一定法律效力，开发商有权不予退还。所以，在签订合同时，切记使用“定金”一词。

### 3. 商品房销售应持的“五证”

- (1) (1) 国有土地使用证
- (2) (2) 建设用地规划许可证
- (3) (3) 建筑工程规划许可证
- (4) (4) 施工许可证
- (5) (5) 商品房预售许可证

### 4. 房屋交易

- (1) (1) 房地产产权（概念）：房屋所有权和该房屋占用国有土地使用权。

- (2) (2) 房地产登记：即房地产产权登记。它是依法确认房地产产权的法定手续。只有通过产权登记，购房者利益才能得到合法有效的保障。

### 5.5. 何办理商品房预售许可证

- 1) 1) 商品房预售应当符合下列条件：
- A. A. 持有土地使用权批准文件；以出让方式获得土地使用权的，已交付全部土地使用权出让金，并取得土地使用权证书，土地使用权未经抵押；
  - B. B. 持有建设工程规划许可证和建设工程施工许可证；
  - C. C. 按提供预售的商品房计算，投入开发建设的资金达到工程建设总投资的25%以上，且拟预售属于高层的，已建面积应达到规划批准的拟建房屋面积的3/1以上，多层主体封顶，并已经确立施工进度和竣工交付时间；
  - D. D. 涉及房屋拆迁，已取得房屋拆迁行政主管部门核发的拆迁许可证；已在项目所在地商业银行开设商品房预售款专用帐户并签订了监管协议。

## 第七章：按揭

### 1. 什么是按揭？

按揭人将房产的产权转让给按揭受益人（通常指提供贷款的银行）作为还款保证，按揭人在还清贷款后，按揭受益人立即将涉及的房产产权转让给按揭人的行为。

2. 按揭条件——银行为某楼宇提供按揭服务，只表明该楼宇已取得一定规模的贷款额度或计划，并不是每个按揭申请人。

3. 按揭内容：按揭的成数、年期、利率三大要素。

### 4. 还款计算方法：

- (1) (1) 等额款法：

$$\text{每月等额偿还贷款本息额} = \text{本金} \times \text{利率} \times (1 + \text{利率})^{\text{还款期数}} / ((1 + \text{利率})^{\text{款期}} - 1)$$

- (2) 递减还款法：

$$\text{每月还款额} = \text{本金} / \text{还款期数} + (\text{本金} - \text{累计已偿还本金}) \times \text{月利率}$$

$$\text{其中本金} = \text{楼价按揭成数}$$

$$\text{还款期数} = \text{按揭年期} \times 12$$

-

### 1、1、购房程序说明：

- (1) (1) 看房：由置业顾问提供详细购房咨询，准备资料等。
- (2) (2) 定房：置业顾问为其开具定房单
- (3) (3) 签定合同后自动转入房款
- (4) (4) 签约：带上相关证件

- (5) (5) 付款根据合同约定的付款方式按时交纳房款及相关费用
- (6) (6) 入住：根据约定时间交房入住

## 2、2、购房须知：

- (1) (1) 一次性付款的：身份证、户口、护照、私章
- (2) (2) 选择按揭的客户：身份证、户口本、资金证明、已付款项证明、其它资料
- (3) (3) 客户委托他人购房时需要资料
  - a、a、 业主委托书及业主身份证
  - b、b、 代理人承诺书及代理人身份证
- (4) (4) 签约后已送房管所登记，客户选择楼层、不能更改、付款方式不能更改。

## 3、3、购房抵押款具体程序

- (1) (1) 业主按照合同约定付清房款，税费及按揭费用
- (2) (2) 借款人填写借款申请表，并提及居民身份证复印件、户口本及资金证明
- (3) (3) 借款人填写银行的借款合同，抵押贷款合同
- (4) (4) 开发商将借款申请表、居民身份证、户口本复印件、借款合同、抵押贷款合同、登记申请表等相关资料报银行审批
- (5) (5) 银行批准借款人的贷款资格后，在相关合同上盖章，开发商将相关资料报房管局办理抵押登记
- (6) (6) 开发商将登记完毕的合同反还银行，为借款人办理开户手续，将借款所付首期月供款划到其在银行开立的帐户上
- (7) (7) 借款人应带上身份证及各种票据、私章、亲自办理相关手续
- (8) (8) 开发商将办理完毕的借款合同，抵押贷款合同，保险单及存折返还给客户

## 4、4、国家规定买卖双方应支付一般税费

### (1) 住宅：

买方：            契税：            交易：            转移：  
卖方：                            交易：            转移：

### (2) 非住宅：

买方：            契税：            交易：            转移：  
卖方：            土地增值税：    交易：            转移：  
其它：            印花税：            工本费：

## 5、5、熟练掌握计算办法

A、递减法 B、等额法；而且在计算过程中一定仔细、多算几遍

## 第八章：物业管理相关内容

(概念) 物业管理是由专门的机构和人员，依照合同和契约，对已竣工验收投入使用的各类房屋建筑和附属配套设施及场地以经营的方式进行管理，同时对房屋区域周围的环境、清洁卫生、安全保卫、公共绿地、道路养护统一实施专业化管理，并向住用人提供多方面的综合性服务。

### (1) 物业管理权的权力主体

业主是物业管理权的权力主体。物业管理委员会由业主大会在业主中选举产生，代表和维护全体业主的合法权益，行使管理主权。开发企业在出售住宅小区房屋前，应当选聘物业管理公司承担住宅小区的管理，并与其签订物业管理合同。物业管理委员会成立后，由其决定开发单位选聘的物业管理公司的续聘或解聘。

### (2) 物业管理禁止产权人、使用人实施的行为：

- A . A . 擅自改变小区内土地用途的。
- B . B . 擅自改变房屋、配套设施的用途、结构、外观，毁损设施、设备，危及房屋安全的。
- C . C . 私搭乱建，乱停乱放车辆，在房屋共同部位乱堆乱放，随意占用、破坏绿化、污染环境、影响小区景观，噪声扰民的。不照章缴纳各种费用的。

自我检测：-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----。

## 第九章：销售的技巧

- 1 . 让客户深深感受到你真诚地尊重他（她）；
- 2 . 不妨做一个忠实的听众；
- 3 . 提出共同的意见和感受；
- 4 . 当赞同客户的回答时必须给予肯定回答，例如：是是，对了，我同意等等；
- 5 . 避免沉默不语；
- 6 . 让对方把话说完；
- 7 . 销售员最忌会一个高谈阔论，说话时避免太长的句子，每说明一个论点后，不妨停顿一下看看客户的反应；

8. 重复对方叙话，使客户容易和你亲近；
9. 解释对方的意图，打破客户心理自我保护的障碍；
10. 遇到客户和你论点不同时，避免直接否定客户的论点或是和客户针锋相对，互不相让，可采用“是是你说的对，不过如果这样是否好一些”等等的语句；
11. 不妨利用身体语言，例如：手势辅助、肯定点头、微笑等等；
12. 保持和客户目光接触；
13. 采取轻松面灵活姿势，保持笑容，但避免行为过份轻浮；
14. 和客户采取开放的姿势，尽量靠近对方，利用声音和语调的变化帮助你；
15. 别忘了多赞美你的客户；
16. 仪态不卑不亢、优雅亲切稳健可信；
17. 语调抑气扬顿挫，语气亲切柔和，吐字清晰，语速不宜过快、过慢；
18. 多用“您”或“××先生、小姐”（一定要多用对方的“姓”）；
19. 沟通为先，知己知彼，对症下药；
20. 适度满足客户虚荣心，不随意反驳，抨击对方观点；
21. 忌对竞争对手直接人身攻击或不客观地贬低竞争对手，应从专业角度分析劝说；
22. 应站在客户角度，多了解其希望、要求与困难所在，应给客户以“知己好友”的印象和专业顾问的最佳印象；具社交意识，在允许范围内尽量满足其的一些小要求。
23. 工作、跟进要有计划性，忌随意打扰客户；
24. 承诺与服务应准时、高效，一般应提前 5 分钟到达；
25. 不怕输，不轻言放弃，应楔而不舍、耐心、诚恳，“精诚所至。
26. 注意离开时的印象（语言、表情）。
27. 注意离开时的印象（握手应有力、庄重，应再次给以信心保证）；
28. 签约对应轻松、诙谐；签约后勿得意失态，让客户察觉；
29. 询问不签的原因，勿立即硬拼；
30. 边签约边再以信誓旦旦地让客户放心，尽量消除其不安（但勿过头，适得其反）；
31. 当旁人破坏时，直言己方明显不足，并问其“贵姓”，与其握手（男）向其交换名片，适当承认其正确，尽力令其惭愧而退；或者找个籍口，带客房离开；或者求助于同事、经理牵制对方；
32. 会说“不”，应委婉，留有余地，不当面拒绝，可谎称“请示经理”；
33. 会谈前、工作前应准备充分；吃早点、休息好、无口臭、资料齐、检查着装、仪表；深呼吸以放松；对自己微笑几次；
34. 递名片应双手递上，正面朝上，名字对着客户，并大声道出自己姓名；
35. 介绍项目时，应有主次顺序，应有针对对应、选择性。
36. 签约时应沉着、仔细，不能急切、慌张，应给客户放心感。

37. 多读文学、散文，尽量用词优美优雅。
38. 要有演讲者或演员的表演才情，解说要适度富渲染力。
39. 最后成交一笔生意时往往需要很多判断、经验和勇气、技巧。
40. 充分准备，进行可变性估计，做到有备无患、胸有成竹。
41. 说不动的客户比你更痛苦，只要耐心热诚便成。
42. 当你令客户在每个问题上都说“是”的话，只要三个，以后便都是“是”。
43. “简洁、可信、深刻”，以事实为基础支持，精心策划言谈举止。
44. 仪态不卑不亢，优雅亲切稳健可信。
45. 语调抑扬顿挫，语气亲切柔和，吐字清晰，语速不宜过快、过慢；

## 五、交谈的基本原则

1. 1. 介绍自己——我是×××，欢迎光临。
2. 2. 介绍的礼节——请让我给你介绍×
3. 3. 怎样称呼——女性称呼“小姐”，男性称呼“先生”（可以称：老师）  
询问客人贵姓后，请记住在谈话间要不时称呼其“××先生或××小姐”
4. 4. 介绍楼盘  
——先介绍楼盘现时购买的优惠，例如：“展销会折扣等等，让客户知道现时购买是最佳时机。  
——先介绍楼盘各项优点，例如：“规划好、有规模、现楼已入伙、等等。  
——当客人提到其它楼盘时，不妨直接和它们比较直述其长短，好地要赞（但少说），‘当客人提到本盘一些短点时，例如：现时和××花园比较后才交成熟等要承认，不过说明这里前景好、楼盘素质高、规划更好，等等。
5. 5. 成交由被客户拒绝开始  
推销往往是从被客户拒绝开始的，客户谈楼盘越多，表现他（她）已十分留意到这个楼盘，如果销售员能逐一解破客户的异议，成交的机会也会大增，请记住“即是成交障碍，也是成交信号”，客户最常提出“我现时不需要买楼，我没钱，楼价太高，质量不好，交通不便”等，其解决方法可分：第一，在顾客异议尚未提出时解答；第二，要异议提出立即解答；第三，在异议提出后过一段的时间再暗示或明示回答；第四，不回答。
6. 6. 诱发客户认购的欲望  
可考虑重复讲优惠，并表明机不可失（例如：过了现在无折扣优惠，未有如此好的户型可选择等）。
7. 7. 客户交谈时要不时试探其认购欲望  
如果销售员发现在几次努力后，客人仍无购买反应，可考虑下一步，结束销售过程，套取客户资料再迎接另一个客户，在此销售员必须注意不表现出不耐烦和焦急的心

情，这样无疑令到客人疑虑，且之前的努力则白白浪费。

8.8. 尽量拉客户和你一起计数来拖延时间，增加交谈机会。

自我检测:-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----。