

房地产淡市下的销售团队全方位拓客 与销售技巧提升

讲师：李豪

课程介绍：

房地产淡市之下要改变以往营销和销售策略，变“**白天外派拓客，利用晚上或休息时间，邀约客户至项目体验。将晚上或客户休息时间变成销售假日。**”全体营销团队、销售团队分工要细，销售动作要多、拓客面要广，同时销售技巧和现场逼定技巧要快速提升，方能改变销售力不到位的现状。

课程重要工具：李豪老师独创的客户现场接待精细化十二步流程，通过恒大、绿城、旭辉等十余家大型开发商三十个多个项目实践，平均客户签订率提升30%以上。

课程对象：

营销总监、营销策划人员、项目高管、销售经理、置业顾问、客服人员等

课程时间：2天

课程学习目标：

- 1、认识淡市下的销售理念与销售人员的的心法，并为销售突围做好准备工作；
- 2、重点学习和掌握淡市下全方位拓展工具、方法和技能；
- 3、学习和掌握淡市下客户来电、来访的接待技能和跟进技巧；
- 4、重点掌握客户异议应对与处理，以及客户逼定技巧和淡市下强势逼定技巧。

课程大纲

- 1 房地产淡市下的销售理念与准备
 - 1.1 淡市下的销售核心理念
 - 一个星期有七个星期天、全年都是销售旺季
 - 1.2 淡市下的房地产销售员的心法
 - 没有不好的市场，只有做不好的销售

- 1.3 淡市下的销售准备
 - 1.3.1 销售团队建设、细分与配合
 - 1.3.2 销售团队拓客前准备
- 1.4 当前市场现状与客户分析
 - 1.4.1 普遍市场特征
 - 1.4.2 各类地产客户特征分析
 - 1.4.3 全国成功营销案例分析

案例：碧桂园拓客团队准备

- 2 淡市下全方位拓客技巧
 - 2.1 全方位拓客的核心三大要诀
 - 2.2 全方位拓客的目的
 - 2.2.1 客户拓客
 - 2.2.2 资源拓客
 - 2.3 拓客之重要工具——编制客户地图
 - 2.4 碧桂园全面拓客九大工具
 - 2.5 移动互联拓客八大工具
 - 2.5.1 项目网站
 - 2.5.2 房地产门户网站
 - 2.5.3 APP 与微信
 - 2.5.4 微博
 - 2.5.5 业主论坛潜伏计划
 - 2.5.6 O2O 营销
 - 2.5.7 视频网站
 - 2.5.8 网络团购
 - 2.6 构建源源不段地客户渠道
 - 2.6.1 淡市房地产十大新渠道
 - 2.6.1.1 亲友渠道
 - 2.6.1.2 合作渠道
 - 2.6.1.3 大客户渠道
 - 2.6.1.4 圈层渠道

2.6.1.5 聚会与会议渠道

2.6.1.6 会展渠道

2.6.1.7 媒体渠道

2.6.1.8 商家渠道

2.6.1.9 意见领袖渠道

2.6.1.10 会员与业主渠道

2.6.2 渠道双创原则

2.7 电话营销技巧

2.7.1 如何获得有效客户名单

2.7.2 电话营销之准备

2.7.3 提升有效电话率

2.7.4 电话营销中如何问答

2.7.5 怎么吸引客户到现场

2.8 客户拜访技巧

2.8.1 客户拜访之准备

2.8.2 客户拜访之流程

2.8.3 怎么准备开场白

2.8.4 如何打动客户

2.8.5 掌握客户重要信息

2.8.6 如何邀约客户到现场

2.9 其它技巧

2.9.1 有效派单技巧

2.9.2 有效驻点与巡点技巧

案例：碧桂园拓客九大工具、2013年11月郑州万科开盘前订制近2000套房、万科红O2O营销、SOHO中国异地渠道拓展、重庆某项目创新派单、绿城济南销冠卖一幢楼5亿、杭州绿城销冠亲友拓客

3 客户接待与应对技巧

3.1 客户来电接听技巧

3.1.1 来电如何问答

- 3.1.2 来电如何获取重要信息
- 3.1.3 如何吸引客户到现场
- 3.2 客户来访接待技巧
 - 3.2.1 客户来访接待的十二个精细化步骤
 - 3.2.2 简短有力的产品介绍、
 - 3.2.3 十种性格的客户的应对技巧
 - 3.2.4 设计你的销售动线
 - 3.2.5 区位讲解与产品介绍要点
 - 3.2.6 样板房与示范区讲解要点
 - 3.2.7 使用联想销售法有效传递产品价值
 - 3.2.7.1 FAB 工具应用
 - 3.2.8 运用 SPIN 技巧引导客户需求
 - 3.2.9 客户接待中的察言观色

案例：某全国 30 强开发商苏州项目采用李老师精细化客户接待十二步签约率提升 50%

- 4 客户跟进技巧
 - 4.1 客户跟进目的与意义
 - 4.2 客户跟进维护的原则与计划
 - 4.3 客户跟进时间的把握
 - 4.4 客户跟进中障碍处理
 - 4.5 客户跟进中死结处理
 - 4.6 有效客户跟进六大技巧

案例：碧桂园和绿城客户跟进计划

- 5 客户异议处理与逼定技巧
 - 5.1 认识客户异议处理正向性
 - 5.2 两种异议判断与应对
 - 5.2.1 虚假异议
 - 5.2.2 真实异议
 - 5.3 淡市下客户主要的三大异议与应对
 - 5.4 价格异议处理原则与方法
 - 5.4.1 十三大价格异议处理方法

5.5 逼定技巧与淡市快速逼定

5.5.1 客户来访三个阶段的逼定技巧

5.5.2 把握逼定的有效时机

5.5.2.1 客户出现购买信号的判断

5.5.3 逼定时四不理与四强调

5.5.4 十大逼定技巧

5.5.5 淡市中强势逼定技巧

案例：成都某商业地产项目采用三个阶段强势逼定技能，客户当天来访当天签约达到40%以上