

# 房地产销售礼仪及影响力沟通技巧

主讲老师：唐黛琳

培训时间：2天（共12学时）

学习对象：房地产销售人员及其他相关工作人员

## 课程目标

- 1.通过优质规范的行为礼仪培训，塑造学员的新形象，让学员了解礼仪的重要性，有效提高服务意识，改善服务心态。
- 2.通过学习相关影响力相关心理学原理，洞察客户心理及行为，掌握优质服务的技巧和重要的沟通技能，提升工作效率;为企业树立更优质的形象，为企业的发展带来更全面的收益。
- 3.通过培训有利于帮助销售人员、促销人员获得现场销售应变的灵感与策略;学习并掌握独特的销售促成技能和沟通策略;明确销售人员培训目的：“成交才是硬道理”。

## 课程大纲

### 第一部分：房地产销售人员素质修炼

- 一、 推销之单车理论
- 二、 推销员应具备的基本素质
- 三、 顶尖推销员的素质模型
- 四、 推销缺一不可的八大方面
- 五、 推销员五层级修炼
- 六、 推销“霸（八）气”
- 七、 专业房地产销售人员要改变的14种观念

### 第二部分：房地产销售接待礼仪

## 壹、 形象礼仪

### 贰、 名片礼仪

(一) 名片交换的细节与禁忌

(二) 递送名片的次序

(三) 索取名片的方法

## 二、握手礼仪

(一) 握手的时机

(二) 握手的顺序

(三) 握手的要领

(四) 握手的禁忌

### 参、 介绍礼仪

(一) 称呼的学问

(二) 自我介绍的原则和方法

(三) 介绍他人的顺序、方法、禁忌

### 四、 进出乘电梯礼仪

### 伍、 位次礼仪

(一) 行进位次礼仪 (陪同引导、上下楼梯)

(二) 座次礼仪

### 六、 电话礼仪

### 七、 送别礼仪

## 第三部分：房地产顾客购买心理行为分析

一、 顾客购买行为分类法

二、 顾客购买决策过程分析与销售控制

三、 顾客购买七个心理阶段的操控术

四、 购买心理的“比较法则”

(一) 痛苦、快乐、成交三步曲

1. 给他痛苦

2. 给他快乐

3. 成交

## 五、销售就是售卖结果和感受

(一)“从众心理”的引导法则

(二)“与众不同”的引导法则

- 案例：为什么客户向她买楼？
- 心理学原理：社会认同原理、稀缺原理

## 第四部分、房地产营销沟通技巧

### 一、 房地产现场销售的八大阶梯

### 二、 专业销售有五步循环

(一)寒暄接待

(二)了解客户需求和背景

(三)产品介绍

(四)处理异议

(五)促成交易

### 三、 “让客户喜欢你”的开场技巧

心理学原理：影响力武器之喜欢原理

### 四、 产品介绍技巧

(一)房产的三个价值层面

(二)产品推介的三大原则

(三) FABE 呈现技巧——把产品特点转化为客户利益

- 案例：他是如何推销基地的？
- 情景模拟：现场角色扮演对顾客进行产品推荐
- 心理学原理：认知对比原理、权威原理、稀缺原理

### 五、 客户异议处理技巧

(一)异议产生的原因分析

(二) 异议的三大功能

(三) 辨明真假异议

(四) 异议处理的 LSCPA 模型

(一) 细心聆听—听清异议事实

(二) 分享感受---拉近心理距离

(三) 澄清异议----解除客户疑虑

(四) 提出方案--具体解决问题

(五) 要求行动—求得客户认同

## 六、 成交技巧

### (一)如何识别客户的成交信号？

1. 客户肢体反应

2. 客户提问

### (二) 成交的七种话术

1、排解疑难法

2、以退为进法

3、推他一把

4、询问法

5、逆反技巧法

6、钱不是问题

7、得弊比较法

### (三) 成交的十大技巧

● 1、直接成交法

1、二者择一法

2、推定承诺法

3、反问成交法

5、优惠协定法

6、本利比较法

7、得弊比较法

8、独一无二法

9、心理暗示法

10、发问成交法

**心理学原理：承诺和一致原理、互惠原理、稀缺原理**