

房地产超级销冠的 99 个细节

(2021-2022 最值得学习的房地产销售课程)

讲师：李豪

课程介绍：

本课程就房地产销售人员如何才能成为一名优秀的销售人员，从形象、思想意识、个人学习、客户接待、逼定技巧和客户跟进、维护，以 99 个关键细节作为课程学习的核心，让房地产销售人员全面提升专业知识、技能和客户接待、逼定签约和跟进、维护能力。

课程对象：

房地产项目营销总监、销售经理、渠道经理、销售主管、置业顾问、渠道人员等

课程时间：3 天

课程学习目标：

1. 学习和掌握成为一名优秀房地产销售人员必要形象、心态、思维和知识、技能；
2. 学习和掌握销售人员、渠道人员如何建立自己人脉关系、扩大人脉关系，以及利用人脉关系拓客客户；
3. 学习和掌握客户接待、产品介绍中注意的细节、以及从细节如何引导客户；
4. 学习和掌握客户跟进、维护技巧、细节，以及通过客户跟进、维护获得成交和更多的老带新。

课程大纲：

1 形象篇

1.1 细节 1：始终保持职业形象

1.2 细节 2：微笑是让客户信任你

1.3 细节 3：常用礼貌用语

1.4 细节 4：干净整洁

1.5 细节 5：离远不良习惯

1.6 细节 6：守时、守约、守信

2 心理篇

- 2.1 细节 7：我能，我可以
- 2.2 细节 8：先做人，再做事
- 2.3 细节 9：先推销自己，再销售房子
- 2.4 细节 10：我是房地产专家
- 2.5 细节 11：客户都有置业需求
- 2.6 细节 12：客户的需求是可以被引导
- 2.7 细节 13：没有难搞定的客户
- 2.8 细节 14：只有客户需求没有被挖掘
- 2.9 细节 15：不要害怕被客户拒绝
- 2.10 细节 16：不要计较得失
- 2.11 细节 17：相信可以帮助客户
- 2.12 细节 18：相信你对客户的价值
- 2.13 细节 19：相信产品对客户的价值
- 2.14 细节 20：相信公司/品牌

3 学习篇

- 3.1 细节 21：沟通是保持客户关系的良方
- 3.2 细节 22：了解客户需求先学会问话

3.3 细节 23：倾听是掌握客户详细需求的良方

3.4 细节 24：全面学习房地产知识

3.5 细节 25：向同事、同行请教

3.6 细节 26：学习别人销售经验

3.7 细节 27：寻找自己的学习标杆

3.8 细节 28：每天进步一点点

3.9 细节 29：学习社交技能

3.10 细节 30：学习目标管理和计划管理

3.11 细节 31：目标与任务分解

3.12 细节 32：每天按 1、2、3 的目标分解计划执行

4 拓客篇

4.1 细节 33：梳理人脉关系

4.2 细节 34：拓客关系资源

4.3 细节 35：只有舍才有得，舍得一点利润才有更大收益

4.4 细节 36：坚持每天拓客 3 名新客户和联系 5 名老客户

4.5 细节 37：学习自媒体和运用互联网推广

4.6 细节 38：把自己打造成房地产营销达人和打造个人 IP

4.7 细节 39：先服务再销售产品

4.8 细节 40：为客户提供有价值的内容

5 接待篇

5.1 细节 41：观察客户，判断客户之间关系

5.2 细节 42：自我介绍、递名片，询问客户尊姓

5.3 细节 43：尊称客户：先生、女士或某总

5.4 细节 44：适时询问客户来源地和项目认知途径

5.5 细节 45：了解客户需求和购房动机

5.6 细节 46：从客户最感兴趣点介绍项目

5.7 细节 47：介绍项目时适时引入公司、区域和配套优势

5.8 细节 48：注意站位角度和客户之间距离

5.9 细节 49：向所有客户介绍

5.10 细节 50：观察主要需求人眼神和表情

5.11 细节 51：边走边讲

5.12 细节 52：快速将项目和产品最大价值和卖点介绍给客户

6 产品篇

6.1 细节 53：由大到小、由近及远、由主到次介绍产品

6.2 细节 54：根据客户家庭情况和使用需求推荐产品

6.3 细节 55：按中、先、差的原则推荐产品

6.4 细节 56：将客户带入产品使用的生活场景中

6.5 细节 57：让客户体验每个空间的优点和价值

6.6 细节 58：适时了解客户预算、动机、家庭人口、职业和居住习惯

6.7 细节 59：让客户二次体验中意的户型和产品

6.8 细节 60：示范区和园林体验增加客户对产品的好感

7 引导篇

7.1 细节 61：明确客户需求、动机和预算

7.2 细节 62：确认客户中意的户型或产品

7.3 细节 63：喊控，引发客户的紧张感

7.4 细节 64：注意察言观色

7.5 细节 65：分析客户的性格和决策的特点

7.6 细节 66：学会使用 FAB 和 SPIN 技巧

7.7 细节 67：适当使用 SP 技巧

8 逼定篇

8.1 细节 68：分析客户异议

- 8.2 细节 69：提出客户异议解决方案
- 8.3 细节 70：放大客户需求、放大产品价值
- 8.4 细节 71：展示产品价格构成，对比同类产品
- 8.5 细节 72：主动填写客户确认单
- 8.6 细节 73：向领导申请价格
- 8.7 细节 74：同事和领导协助逼定
- 8.8 细节 75：放出最后优惠
- 8.9 细节 76：激将客户或最后一天优惠
- 8.10 细节 77：生意不成仁意在
- 8.11 细节 78：临门一脚：先下定，不想要可以退

9 跟进篇

- 9.1 细节 79：礼貌送行，再次介绍项目优势
- 9.2 细节 80：确定客户需求和问题
- 9.3 细节 81：确定客户再次到访时间或再次沟通时间
- 9.4 细节 82：关注客户微信朋友圈，第一时间点赞和点评
- 9.5 细节 83：把握好客户跟进的方式、时间和理由
- 9.6 细节 84：不要乱群发项目广告微信

9.7 细节 85：根据客户需求程度、购买力和决策力将客户分类管理

9.8 细节 86：不要只和客户谈房子，多谈生活，和客户成为朋友

9.9 细节 87：通过朋友圈、微信偶尔向客户释放产品卖得好，要涨价的信

息

9.10 细节 88：项目一有利好或礼品就通知客户

9.11 细节 89：有时要冷一冷客户

9.12 细节 90：也要联系客户同行家人或朋友

9.13 细节 91：关注客户朋友圈内容，了解客户真实情况和需求

10 维护篇

10.1 细节 92：客户购买后表示感谢

10.2 细节 93：了解客户生日、纪念日或小孩信息，第一时间发出祝福微信

或短信

10.3 细节 94：逢节佳日发祝福微信或短信，项目有礼品通知客户

10.4 细节 95：见到客户主动打招呼

10.5 细节 96：将客户按经济能力进行分类

10.6 细节 97：不客户采用不同的维护方式

10.7 细节 98：客户有问题第一时间给予处理

10.8 细节 99：客户乔迁，送花篮、恭喜客户