# 房地产销售建议（含五篇）

来源：网络 作者：落日斜阳 更新时间：2024-06-05

*第一篇：房地产销售建议做为房地产销售，给你几个建议：1、了解你所销售的项目的一切数据资料（如：答客问等项目资料）2、掌握地产行业内“术语”、“专业用词”的各种含义（如：什么是容积率、什么是跨宽、什么是荷载等等术语）3、不提出销售政策以外或...*

**第一篇：房地产销售建议**

做为房地产销售，给你几个建议：

1、了解你所销售的项目的一切数据资料（如：答客问等项目资料）

2、掌握地产行业内“术语”、“专业用词”的各种含义（如：什么是容积率、什么是跨宽、什么是荷载等等术语）

3、不提出销售政策以外或你不能做主的承诺

4、在业务上，多向你的前辈、销售经理问“为什么”

5、在工作执行上，绝不向命令下达者问“为什么”

**第二篇：房地产销售建议**

房地产销售建议:售楼员应避免的18个

不良习惯

1、言谈侧重道理，像神父教说圣经。

2、说话缺乏耐性，面对低水平客户时，千万不要因客户的无知显出不耐。

3、随时反驳型，不假思索一律反驳客户的疑虑。

4、内容没有重点。

5、自吹自擂，卖瓜说瓜甜，自信时应要适时表现自谦。

6、过于自贬。

7、言谈中充满怀疑态度。

8、随意攻击他人。

9、强词夺理。

10、口若悬河。

11、超过尺度的开玩笑。

12、懒惰。

13、答应客户无法达成或超出自己权限范围的问题。

14、欺瞒。

15、轻易的对客户让步。

16、电话恐慌症。

17、陌生恐慌症。

18、电话访问过度甚至“骚扰”。

**第三篇：房地产开盘销售建议**

XXXX地产开发公司各位领导：

承蒙信任，委托我司全权代理销售“XXX”项目。开发商以数以千万元的金额投资，这个数额是非常庞大的，所谓‘一指错，全盘皆落错’。现我司进驻售楼部已两月有余，为免除后期不必要的麻烦和不能承担的后果，现特将项目进展、需开发商配合进展的和将可能发生的结果在此客观的完全反应分析给开发商各位领导，以便对所反映的问题和产生的结果及时做出调整。

一、项目分期滚动开发的开发模式，为避免在客户心中形成心理抗性，在入市初期，即在一期销售期间，应主要以树立项目形象、突出较强的物业品质感、快速实现销售为目的。因此，我司建议，入市期的价格制定上不宜过高，采取分批推售的方式，逐步积聚人气，待销售条件成熟（具备一定的知名度和项目工程形象）后，才开始逐步提升价格，并视各阶段推广及销售情况，逐步调整推售产品和价格，以达到为销售目标提供助力。

二、目前来客量不足。原因在哪里？由于本项目体量在目前所处区域内不算小，而且距离正式开盘时间尚早，蓄势期时间很长。所以我司认为本项目的推广重点应放在项目销售前期，在项目正式销售前，加强推广力度，尤其是加强以开发商形象为中心的宣传力度，为项目走出市场冷空气的重围，开盘热销垫定坚实的推广基础。现我司各项工作均已到位，麻木车、导视灯箱，折页、户外、帐蓬等各项方案都已提交开发商负责人，希尽快落实！每个营销推广的制定都是环环相扣的,第一步没有走好,势必影响整个策略的推行。前期开发商形象宣传，决定项目能否启动市场，撕开市场缺口，迅速占领市场主导地位非常关键。

三、销售局面的打开和销售进度的保证需得到工程进度强有力的支撑，否则将会对销售预期造成较大的影响。县城很小，开车绕几个弯，几个楼盘早已熟悉得很。客户如第一次来接触，看过沙盘模型，如工地还没动静，他认为没什么看，这样的产品形象一旦传播开发，将很难扭转。

四、项目的各项技术指标和数据的确认落实，是售楼部开展工作的前提，销售的误差所带来的损失为我司或任何同事都不能承担的后果。后期修正所带来的麻烦，给项目形象的打击也是致命的。我们目的只在乎为开发商创造更理想的销售业绩；令发展商用最小的资金达到最大的效益；为发展商及楼盘打下知名度及品牌；塑造楼盘与众不同的个性、卖点。因为所有的卖点需要销售人员去解释，而客户也恰恰是需要被引导的，故现场销售人员的整体专业口径一致，对销售的最终结果必然有非常重要的影响。

五、现我司负责人长时间留守销售现场，留意售楼部来电来客情况，销售人员的接听电话技巧，引导客户情况，对楼盘的熟悉情况，销售情况是否与计划相符，更重要的是关注客户关心的问题。

1、多数来访客户会提到开发商五证问题。由于通城不大，各竟争对手和意象客户对开发商较了解，都会在各部门打探到一些信息。这在无证的情况下，我们售楼部采取的已确定房源认购，未确定房源认筹的策略无法自圆其说，是一大阻碍。

2、通城房地产起步较晚，人们的消费意识较落后，只认可眼见为实，对期房不是很认可，多数客户还没谈到价格政策这个环节，瞅了工地，就起身开溜，所以，目前客户关心的还不是价格高与低的问题。这两点也是对销售人员信心的一种打击。

六、我司认为引进一家优秀的物管公司，一、区别于其它项目的优势和卖点，；

二、安排一到两个保安在售楼部展示物业和项目形象，对我们君临时代这一高尚社区的销售有着非常重要的意义。希尽快落实！

七、银行按揭从到分行接洽、申报到市行或省行申批通过是一个漫长的过程，和房管部门也需提前沟通，确定各项程序和收费标准。

**第四篇：房地产销售**

房地产销售流程介绍

（一）(1)

第一节寻找客户

一、客户的来源渠道

要想把房子销售出去，首先要寻找到有效的客户。客户的来源有许多渠道，如：咨询电话、房地产展会、现场接待、促销活动、上门拜访、朋友介绍等。

客户大多通过开发商在报纸、电视等媒体上做的广告打来电话，或是在房展会上、促销活动中得到项目的资料，如果感觉符合自己的要求，则会抽出时间亲自到项目现场售楼处参观，或是通过朋友介绍而来。

一般而言，打来电话的客户只是想对项目有一个初步的了解，如果感兴趣，才会来现场参观；而通过朋友介绍来的客户，则是、对项目已经有了较多的了解，并摹本符合自己的要求，购房意向性较强。

二、接听热线电话

1．基本动作

(1)接听电话必须态度和蔼，语音亲切。一般先主动问候：“X X花园或公寓，你好”，而后再开始交谈。

(2)通常，客户在电话中会问及价格、地点、面积、格局、进度、贷款等方面的问题，销售人员应扬长避短，在回答中将产品的卖点巧妙地融入。

(3)在与客户交谈中，设法取得我们想要的资讯：

第一要件，客户的姓名、地址、联系电话等个人背景情况的资讯。

第二要件，客户能够接受的价格、面积、格局等对产品的具体要求的资讯。

其中，与客户联系方式的确定最为重要。

(4)最好的做法是，直接约请客户来现场看房。

(5)挂电话之前应报出业务员自己的姓名(有可能的话可给客户留下业务员自己的手机号、呼机号，以便客户随时咨询)，并再次表达希望客户来售楼处看房的愿望。

(6)马上将所得资讯记录在客户来电表上。

2．注意事项

(1)接听电话时，要注意按公司的要求做(销售人员上岗前，公司要进行培训，统一要求)。

(2)广告发布前，应事先了解广告内容，仔细研究应如何对客户可能会涉及的问题。

(3)广告发布当天，来电特别多，时间更显珍贵，因此接听电话应以2到3分钟为限，不宜过长。

(4)接听电话时，尽量由被动回答转为主动介绍、主动询问。

(5)约请客户应明确具体时间和地点，并且告诉他，你将专程等候。

(6)应将客户来电信息及时整理归纳，与现场经理、广告制作人员充分沟通交流。

(7)切记：接听电话的目的就是促使客户来售楼处，做更深一步的面谈和介绍。

第二节现场接待

现场接待作为销售环节中最为重要的一环，尤其应弓I起销售人员的重视。前期所有的工作都是为了客户上门做准备。

一、迎接客户

1．基本动作

(1)客户进门，每一个看见的销售人员都应主动招呼“欢迎光临”，提醒其他销售人员注意。

(2)销售人员立即上前，热情接待。

(3)帮助客户收拾雨具、放置衣帽等。

(4)通过随口招呼，区别客户真伪，了解客户来自的区域和接受的媒体(从何媒体了解到本楼盘的)。

(5)询问客户是否与其他业务员联系过，如果是其他业务员的客户，请客户稍等，由该业务员接待；如果不是其他业务员的客户或该业务员不在，应热情为客户做介绍。

2．注意事项

(1)销售人员应仪表端正，态度亲切。

(2)接待客户或一人，或一主一辅，以二人为限，不要超过三人。，(3)若不是真正客户，也应照样提供一份资料，作简洁而又热情的招待。

二、介绍项目

礼貌的寒喧之后，可配合沙盘模型等做简单的项目讲解(如：朝向、楼高、配置、周边环境等)，使客户对项目形成一个大致的概念。

1．基本动作

(1)交换名片，相互介绍，了解客户的个人资汛情况。

(2)按照销售现场已经规划好的销售动线，配合灯箱、模型、样板间等销售道具，自然而又有重点地介绍产品(着重于地段、环境、交通、配套设施、房屋设汁、主要建材等的说明)。

2．注意事项

(1)此时侧重强调本楼盘的整体优点。

(2)将自己的热忱与诚恳推销给客户，努力与其建立相互信任的关系。(3)通过交谈正确把握客户的真实需求，并据此迅速制定自己的应对策略。

(4)当客户超过一人时，注意区分其中的决策者，把握他们相互间的关系。

(5)在模型讲解过程中，可探询客户需求(如：面积、购买意图等)。做完模型讲解后，可邀清他参观样板间，在参观样板间的过程中，销售人员应对项目的优势做重点介绍，并迎合客户的喜好做一些辅助介绍。

三、带看现场

在售楼处作完基本介绍，并参观样板间后，应带领客户参观项目现场。

1．基本动作

(1)结合工地现况和周边特征，边走边介绍。

(2)按照房型图，让客户切实感觉自己所选的户别。

(3)尽量多说，让客户始终为你所吸引。

2．注意事项.(1)带看工地的路线应事先规划好，注意沿线的整洁与安全。

(2)嘱咐客户带好安全帽(看期房)及其他随身所带物品。

第三节谈判

一、初步洽谈

样板间及现场参观完毕后，可引导客户到谈判区进行初步洽谈。

1．基本动作

(1)倒茶寒喧，引导客户在销售桌前入座，给其项目资料，并对项目的价格及付款方式做介绍。

(2)在客户未主动表示时，应该立刻主动地选择一种户型作试探性介绍。

(3)根据客户所喜欢的单元，在肯定的基础上，作更详尽的说明。

(4)根据客户要求，算出其满意的楼层单元的价格、首付款、月均还款及各种相关手续费用。

(5)针对客户的疑惑点，进行相关解释，帮助其逐一克服购买障碍。

(6)适时制造现场气氛，强化其购买欲望。

(7)在客户对产品有70％的认可度的基础上，设法说服他下定金购买。

2．注意事项

(1)入座时，注意将客户安置在一个视野愉悦的便于控制的空间范围内。

(2)个人的销售资料和销售工具应准备齐全，以随时应对客户的需要。

(3)了解客户的真正需求，了解客户的主要问题点。

(4)销售人员在结合销售情况，向客户提供户型和楼层选择时，应避免提供太多的选择。根据客户意向，一般提供两、三个楼》层即可。

(5)注意与现场同仁的交流与配合，让现场经理知道客户在看哪一户型。

(6)注意判断客户的诚意、购买能力和成交概率。

(7)现场气氛营造应该自然亲切，掌握火候。

(8)对产品的解释不应有夸大、虚构的成分。

(9)不是职权范围内的承诺应报现场经理通过。

上述程序完成之后，客户会拿齐资料回去考虑，此时销售人员可留下其联系办法(最好询问客户何时联络方便)，并表达希望其能尽快做出决定的意思(表达方式不宜太过直白，要严禁过分夸大销售状况)，最后，应送其出门与其道别。个别意向很强的客户可采取收取小定金的方式，向其声明他所中意的单元可为其保留(保留时间以不超过3天为宜)，此种方式有助于客户更早的做出购买的决定，采取这种方式的时机由销售人员根据现场情况自行把握。

二，暂未成交

1．基本动作：

(1)将销售海报等资料备齐一份给客户，让其仔细考虑或代为传播。

(2)再次告诉客户联系方式和联系电话，承诺为其作义务购房咨询。

(3)对有意的客户再次约定看房时间。

(4)送客至大门外或电梯间。

2．注意事项

(1)暂未成交或未成交的客户依旧是客户，销售人员都应态度亲切，始终如一。

(2)及时分析暂未成交或未成交的真正原因，记录在案。

(3)针对暂未成交或未成交的原因，报告现场经理，视具体情况，采取相应的补救措施。

第四节、客户追踪

一、客户追踪

1．基本动作

(1)繁忙间隙，依客户等级与之联系，并随时向现场经理口头报告。

(2)对于A、B等级的客户，销售人员应列为重点对象，保持密切联系，尽一切可能，努力说服。

(3)将每一次追踪情况详细记录在案，便于日后分析判断。

(4)无论最后是否成交，都要婉转要求客户帮忙介绍客户。

2．注意事项

(1)追踪客户要注意切入话题的选择，勿给客户造成销售不畅、死硬推销的印象。

(2)追踪客户要注意时间的间隔，一般以二三天为宜。

(3)注意追踪方式的变化：如可以打电话，寄资料，上门拜访，邀请参加促销活动等。

**第五篇：房地产销售文本**

和美家地产优质房源

关于本人：

和美家地产邢天娇，优秀的经纪人，入行已经一年多，主要负责会展周边市场拥有此片区充足的房源，对房产有自己独到的见解，只要您准备在此片区内选择房产，我们承诺为您提供专业的服务以及为您寻找理想舒适的家。

免费卖房，免费售房，免费看房，免费评估，产权代办，公产及三联单更名等业务

红旗小区使用面积 24米南向中装一室6楼无税 25.9万 首付8万

和平小区使用面积 31米南向简装一室半7楼 无税 26.5万首付8万

红旗小区使用面积 40米南向中装两室3楼 无税41万 首付 15万

和平小区使用面积 41米东西中装两室4楼 无税 39.8万 首付14万

红旗小区使用面积 29米南北简装 一室半 7楼 无税 25.5万首付8万

红旗新区使用面积 38米南向简装 两室 3楼 无税 43.3万 首付 19万

红旗新区使用面积 38米南北简装两室 6楼 个税 42.5万首付 18万

红旗小区使用面积 40米南北 中装两室 6楼 无税 40.5万 首付 16万

宇轩花园二期使用面积35米南向中装两室8楼顶无税26.8万首付10万

给您提供专业的市场分析和购房帮助，省钱省心购买到最称心的房子！！！

联系方式：\*\*\*

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找