

<<地产销售经理兵法>>

图书基本信息

书名：<<地产销售经理兵法>>

13位ISBN编号：9787112115204

10位ISBN编号：7112115205

出版时间：2010-1

出版时间：中国建筑工业

作者：克而瑞(中国)信息技术有限公司 编

页数：269

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<地产销售经理兵法>>

内容概要

本书对地产销售的关键环节作出详细论述的同时，还配以大量的案例对全书内容加以说明和论证，较其他同类书相比更加注重实操性，并提出很多独创性的销售建议，能够更好地帮助销售团队快速销盘，并将需要根治的销售弊病全面汇总，警醒销售管理者和执行者避免出现类似情形。

一本兼具实用性和趣味性的图书必然注重内容和形式的双重包装，本书在强调内容的同时，也增加很多设计元素以提炼文中的核心亮点，引起读者注意。

<<地产销售经理兵法>>

作者简介

克而瑞（中国）信息技术有限公司是一家专门从事房地产信息技术系统研发的高科技公司。公司以中国房地产海量信息数据库为基础。

面向开发商、投资商、基金公司、金融机构、评估机构、营销机构等各类房地产上下游企业，提供全面、精准的产品服务。

<<地产销售经理兵法>>

书籍目录

第一章 培养自身核心技能，引领团队速销楼盘 技能一 提升销售经理的职业素质 一、销售经理的三种工作态度 二、销售经理的六项沟通技能 三、销售经理的八大专业技能 技能二 加强销售经理的工作能力 一、执行能力：营销策略制定及市场推广 二、管理能力：销售活动的各项管理职责 三、销售能力：个人的销售技能和专业能力 四、培训能力：对销售人员的技能培训 五、对外协调：协调本部门与相关部门的沟通合作

第二章 摸清项目滞销病因，避免误区重蹈覆辙 第一类弊病 地产销售前期筹备没有针对性 一、目标客户定位分类粗糙 二、无视差异化竞争 三、竞争对手妨碍楼盘销售 四、地产广告采用密集战术 五、认为“低开高走”无往不胜 六、不重筹备，只强调开盘 第二类弊病 销售团队管理没有与时俱进 一、成立队伍，但不培训建设队伍 二、销售工作无管理 三、在销售工作中实行高压政策 四、不给予销售人员公司正式员工的待遇 五、为了迅速实现销售误导销售人员 六、以高佣金刺激好成绩 七、销售经理的团队管理方式过于主观 第三类弊病 销售人员在售楼过程中暴露问题 一、销售人员频繁地应对来自客户的难题 二、销售人员现场缺乏严格训练，易犯错误 三、不能正确地面对客户的抱怨 四、不能正确地面对客户的拒绝 五、销售人员对所推售项目抱怨很大 第四类弊病 开发商片面理解营销策略 一、崇拜论：一部分营销策划者制造一股崇拜风 二、无用论：一朝被蛇咬，十年怕井绳 三、经验论：坚持“一招鲜吃遍天”的策划套路 四、技巧论：把营销策划等同于出点子 五、炒作论：大肆进行新闻炒作、广告造势 第五类弊病 没有提出有针对性的地产推广策略 一、营销非营销，到处皆推销 二、追求单赢而不是多赢 三、主观臆断代替市场调研 四、对产品理解浅薄 五、卖点雷同，创意疲软 六、卖点越多越好卖 七、有一个好概念就可以卖出好价钱

第三章 制定销售制胜法则，破解销售问题难点 第四章 组建精干销售团队，发挥集体作用效能 第五章 包装卖场独具匠心，燃起客户购房热情 第六章 维护客户服务体系，巩固并扩大客户群

<<地产销售经理兵法>>

章节摘录

插图：工作一：现场观察客户成交情况很多销售人员天天在接待顾客，但因为他们没有市场敏感度，也没有这个总结能力，所以他们往往只看到局部细节，却不能总结出一些更有价值的顾客共性问题，所以，销售经理要亲自在现场观察顾客成交情况。

另外，销售经理亲自接待客户，这样的好处有以下几点：第一，宝剑只有常用才有锋芒，经常展示一下自己的实力，会保持个人的销售力；第二，销售经理在别人不能成交的时候促成交易，会增加个人的说服力和威信；第三，经常与顾客接触，会掌握第一手的信息，从而保持对市场的敏感度。

工作二：直接指导售楼员接待成交销售人员最喜欢什么样的销售经理？

有的强调专业能力，有的强调管理能力，有的强调性格，实际上，销售人员最喜欢的是会帮他们赚钱的销售经理。

怎么帮他们赚钱？

就是直接指导销售人员接待顾客，在他们无法成交的关键时候，销售经理力挽狂澜促成交易；在他面对多位顾客忙不过来的时候，销售经理出马帮他接待一位客户；在他们需要领导出面给顾客信心的时候，销售经理出面一锤定音；在他们面对顾客死缠硬磨要求优惠的时候，销售经理出面给一点折扣。这些都是帮销售人员赚钱，也是在帮自己赚钱，更是在履行自己的职责。

工作三：监察销售人员的工作纪律任何一个有战斗力的团队都是纪律严明的团队，所以强调工作纪律是必不可少的。

销售人员大多是年轻人，所以也总有人挑战纪律，比如工作场所抽烟、上班时间睡觉、着装不规范、迟到早退等，这些也都需要有人来监管。

当然，这些基础的监管工作并不一定要销售经理本人来亲自执行，完全可以授权给销售组长或者资深销售人员来做，这样既可以减轻自己的工作量，也可以给下属锻炼的机会，一举两得。

工作四：处理突发性事件售楼部也不是总风平浪静，不排除有时候顾客来“砸场子”，比如：因为销售人员的话不能兑现，或者因为顾客的房子住着有问题，或者因为顾客认为开发商有舞弊行为，或者因为顾客遭到冷遇，总之有很多原因导致顾客在售楼部大吵大闹，这时候，销售经理是第一个要挺身而出的人。

面对突发事件，销售经理必须临危不乱、遇事不惊，首先是控制事态进一步扩大，然后能自己解决的尽量自己解决。

既要大胆行事，也要敢于承担责任，如果事先经过专业培训就更好了。

<<地产销售经理兵法>>

编辑推荐

《地产销售经理兵法》：中国房地产高效管理经验特训营。
专训赢在售楼部的一线经理，精英培养：弊病根治·销售策略·团队建设·卖场包装客户服务。
找准楼盘滞原因，为楼盘速销做足功课，迅速实现楼盘绝对销，掀起项目楼盘抢购狂潮。
一个项目的市场成功，50%靠产品定位设计，30%靠营销推广策略，20%靠销售组织执行。
而往往这20%的执行力却有着80%的产品推动力。

《地产销售经理兵法》4大独门利器利器1：理论+实践《地产销售经理兵法》对楼盘销售的关键环节作出详细的理论叙述。

同时还配以大量的案例对全书内容加以说明和论证。

《地产销售经理兵法》与其他同类书相比更加注重实操性。

利器2：借鉴+吸收《地产销售经理兵法》提出很多独创性的销售建议。

能够更好地帮助销售团队快速售楼。

并将需要根治的销售弊病全面汇总。

避免销售管理者和执行者再犯类似错误。

利器3：内容+形式一本兼具实用性和趣味性的图书；必然注重内容和形式的双重包装。

《地产销售经理兵法》在强调内容的同时，也增加很多设计元素，提炼内容的核心亮点。

引起读者注意。

利器4：总结+独创《地产销售经理兵法》将楼盘销售过程中的宝贵经验总结出来，毫无保留地教授给读者。

同时提出许多独门秘笈。

为楼盘畅销开辟新路。

<<地产销售经理兵法>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>