

2023年房地产销售实训报告(通用8篇)

整改报告是对一个组织、企业或项目在一定时间内存在的问题及解决情况进行概括和总结的一种书面材料。范文中的竞聘报告通过详细的案例和个人经历，充分展示了申请者的实力和潜力，为自己赢得了宝贵的机会。

房地产销售实训报告篇一

针对___产业城一期标铺、家居大卖场、小商品城20__年需回款3亿元的销售目标，制定如下市场分析及销售计划。

二、机会与问题分析

项目以百盟集团为背景，拥有充足的商业支持力以及丰富的专业市场运作经验。也得到了市场和__人民的一致认可，这点从第一次开盘能达到1400多组认筹中就足以证明。

1. 机会与挑战分析

基于__百盟的影响力，__人民对百盟是抱有很大希望、对于__产业城的顺利开业也是充满期待的。但由于几年来，__市先后出现__万象城、__等模仿百盟的商业模式先后面世，带走了一批投资户及自营户，但由于他们的不专业、不负责任，也伤害了一批投资户及自营户。我们现在要做的就是找回客户的信心，然他们重新回到百盟的怀抱。

2. 优势与劣势分析

___光彩产业城从地段、规模、规划、物流、仓储、办公配套以及政府支持力无论是__还是__，甚至__都是独一无二的。但目前在项目整体包装、推广上面，并没有将项目本身大气、航母般的气势诠释出来。对于一个近百万方的超大项目，几个板块同时启动，无论是规划、施工、宣传、策划、人员等

都是极大的挑战。在3个多月，103天的时间内完成3亿元的回款不是问题，但目前市场的预热、形象的出街、沙盘模型的制作、各媒体资源的确定、蓄客、各种政策的制定及人员等等工作都没有启动，要完成3亿元回款的目标，在目前看来，困难是巨大的。

3. 问题分析

截止到今天，总共认筹112组，离10月28日开盘仅有33天时间，按现在平均每天3、4组的来访量，到10月28日可增加105组新客户来访。70%成交率，可增加74组认筹。加上之前的累计认筹189组。认筹全部认筹也才增加105组认筹，按照70%的转筹率，可完成实际成交132组，50万/套，开盘可完成6598万销售额。这是经过半年时间的准备才达到成绩。如果想在短短3个月时间完成近5个亿的销售额，3个亿的实际回款，按目前的来电及来访量显然是不行的。完成的开盘商业地产一般都遵循“销售未动，招商先行”的原则，目前已经签订的商户也是投资客以及自营客比较关心的。公布已进驻的商户信息，不管是对招商、还是对销售，都可以起到积极的推动作用。

三、目标

1. 财务目标

一期标铺、小商品城、家居大卖场年内完成销售额5亿元，完成回款3亿元

2. 市场营销目标

一期标铺剩余可售近500套，全部销售可完成2.5亿元销售额，可完成实际回款1.5亿元。小商品城以及家居大卖场两个板块须完成2.5亿元销售额，完成实际回款1.5亿元。反推成交套数为1000户，完成认筹1428组，完成来访2040组，按103天的

周期，平均每天接待新客户来访20组。分为三个卖场同时接待，每个卖场每天接待新客户来访7组。

四、市场营销策略

目标市场：__市高收入家庭、个体户、公务员，年龄在35-55岁之间。

产品定位：低风险、低投入、高回报纯商业地产投资项目。

价格：价格稍高于市场水平。

配销渠道：

1、通过专业广告公司，对项目整体进行从新包装(包括户外广告、报纸广告、海报、楼书、宣传单张、折页、纸杯、手提袋等等)销售物料的设计制作。

2、通过专业的商业策划公司，对项目定位、推广、营销、各类宣传活动的方案的制定。

3、成立一支精英的销售及招商团队，招商与销售相结合，客户资源利用最大化。

4、服务：提供全面的商业物业管理。

广告：

1、针对10月28日一期标铺的开盘，设计一套新的广告画面及文案，着重宣传超大的商业航母，给客户提供最大的商业保障。

2、针对即将面的家居大卖场和小商品城，设计一套品牌型的广告画面，在逐步更换主题卖场、炒作、认筹、开盘等画面。

五、行动方案

- 1、10月10日前完成商业策划公司及广告公司的签订。
- 2、10月10日前完成各媒体资源的整合及筛选
- 3、10月18日前完成第一批广告画面的设计并制作发布
- 4、10月18日前分别完成家居大卖场及小商品城人员到岗经理及以上级别2人，销售及相关人员6人，共计18人。
- 6、10月30日家居大卖场或小商品城开始接受客户诚意登记(认筹)。
- 7、11月中下旬视认筹情况确定时间开盘
- 8、12月上旬家居大卖场或小商品城开始接受客户诚意登记(认筹)。
- 9、20__年1月中下旬视认筹情况确定时间开盘
- 10、11月10日前，一期标铺开始诚意登记
- 11、12月30日前，一期标铺视认筹情况确定时间开盘

六、控制

按照以上行动计划，每个月都有一次开盘活动。推出的产品过于可能对于自营户有区别，但对于投资户，几乎是一致的。要想每个板块都能完成开盘的销售任务，且不至于让客户无所适从，我们只能制造产品的差异化，尽量填补不同客群的不同投资需求。

房地产销售实训报告篇二

转眼间,入_x发展公司已经两年半时间了,_年是房地产起伏最厉害的一年,房价经历了由低至高,又由高至平稳的局面,令我
觉得房地产这个行业真是变幻莫测,很富挑战性。辗转间,又
到了_年底,对今年的销售和对行业的看法,作了如下总
结。(一)市场形势分析由_年10月4600元/平方的均价开售,客
户当时反应还是觉得偏贵。随着市场的变化,土地资源短缺,
土地价格随即飞涨,证券市场的全线飘红,加上外来投资者的
追捧,令楼价在短短的半年时间里,升幅达到70%。购房者亦从
开始的不接受到后期的抢购场面,可以说是到了房地产的销售
高峰。可是好景不长,由于全国范围的炒楼风气的兴起,令很
多真正想买房自住的老百姓对日益高涨的房价只能望楼兴叹。
出现了有房没人住,有人没房住的局面,属于泡沫经济的具体
表现。很多大城市更出现了天价房,每平方最高单价竟达到
了1_0元/平方,跟本无法想象。到了年底,国家为了防止经济
过热,陆续出台很多新政策调控楼市。整个楼市的价格又从高
企渐趋平隐,个别大城市更出现了不同程度的楼价下滑的情况,
由于银行政策的收紧,证券市场的不稳定,很多投资炒房者也
退出了市场,购房者的态度亦由热变冷,购房者亦持观望态度
购房,希望楼价会有所回落。回望过去,展望未来,本人觉得_x
的房地产市场还是比较健康的。_年的房地产市场,随着银行
放宽资金政策,证券市场或会回升,必定会带动经济发展。房
地产市场会健康发展,楼价应该会逐步回升,公司在_年亦会有
新盘推出市场,应该会有比较好的发展空间。

一、_公司_项目的成员组成:

---营销部销售人员比较年青,工作上虽然充满干劲、有激情
和一定的亲和力,但在经验上存在不足,尤其在处理突发事件
和一些新问题上存在着较大的欠缺。通过前期的项目运作,
销售人员从能力和对项目的理解上都有了很大的提高,今后
会通过通过对销售人员的培训和内部的人员的调整来解决这一问

题。

由于对甲方在企业品牌和楼盘品牌的运作思路上存在磨合，导致营销部的资源配置未能充分到位，通过前段工作紧锣密鼓的开展和双方不断的沟通和交流，这一问题已得到了解决。

二、营销部的工作协调和责权明确

由于协调不畅，营销部的很多工作都存在着拖沓、扯皮的现象，这一方面作为_公司的领导，我有很大的责任。协调不畅或沟通不畅都会存在工作方向上大小不一致，久而久之双方会在思路和工作目标上产生很大的分歧，颇有些积重难返的感觉，好在知道了问题的严重性，我们正在积极着手这方面的工作，力求目标一致、简洁高效。

但在营销部工作的责、权方面仍存在着不明确的问题，我认为营销部的工作要有一定的权限，只履行销售程序，问题无论大小都要请示甲方，势必会造成效率低，对一些问题的把控上也会对销售带来负面影响，这样营销部工作就会很被动，建立一种责权明确、工作程序清晰的制度，是我们下一步工作的重中之重。

三、关于会议

会议是一项很重要的工作环节和内容，但是无论我们公司内部的会议还是与开发公司的会议效果都不是很理想，这与我们公司在会议内容和会议的形式以及参加人员的安排上不明确是有关系的。现在我们想通过专题会议、领导层会议和大会议等不同的组织形式，有针对性的解决这一问题，另外可以不在会上提议的问题，我们会积极与开发公司在下面沟通好，这样会更有利于问题的解决。

四、营销部的管理

前一阶段由于工作集中、紧迫，营销部在管理上也是就事论事，太多靠大家的自觉性来完成的，没有过多的靠规定制度来进行管理，这潜伏了很大的危机，有些人在思想上和行动上都存在了问题。以后我们会通过加强内部管理、完善管理制度和思想上多交流，了解真实想法来避免不利于双方合作和项目运作的事情发生。

以上只是粗略的工作总结，由于时间仓促会有很多不是之处，希望贵公司能给予指正，我们会予以极大的重视，并会及时解决，最后祝双方合作愉快、项目圆满成功。

房地产销售工作心得总结范文模板

房地产销售实训报告篇三

不知不觉，进入公司已经有1年了。也成为了公司的部门经理之一。现在14年将结束，我想在岁末的时候写下了20__年工作计划。

转眼间又要进入新的一年20__年了，新的一年是一个充满挑战、机遇与压力开始的一年，也是我非常重要的一年。生活和工作压力驱使我要努力工作和认真学习。在此，我订立了本年度工作计划，以便使自己在新的一年里有更大的进步和成绩。

一、销量指标：

上级下达的销售任务30万元，销售目标35万元，每个季度7.5万元

二、计划拟定：

1、年初拟定《年度销售计划》；

2、每月初拟定《月销售计划表》；

三、客户分类：

根据接待的每一位客户进行细分化，将现有客户分为a类客户□b类客户□c类客户等三大类，并对各级客户进行全面分析。做到不同客户，采取不同的服务。做到乘兴而来，满意而归。

四、实施措施：

1、熟悉公司新的规章制度和业务开展工作。公司在不断改革，订立了新的制度，特别在业务方面。作为公司一名部门经理，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

2、制订学习计划。学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。适时的根据需要进行调整我的学习方向来补充新的能量。专业知识、管理能力、都是我要掌握的内容。知己知彼，方能百战不殆。

3、在客户的方面与客户加强信息交流，增近感情，对a类客坚持每个星期联系一次□b类客户半个月联系一次□c类客户一个月联系一次。对于已成交的客户经常保持联系。

4、在网络方面

以上，是我对20__年的工作计划，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导正确引导和帮助。展望20__年，我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，争取更多的单，完善业务开展工作。相信自己会完成新的任务，能迎接20__年新的挑战。

房地产销售实训报告篇四

果让我选择一个词来形容20__-20__年，我一定会选择“动荡”。之所以选择“动荡”，是由于今年的2个项目有点无可奈何，也有点困难和那无形的压力。年初当我刚得到通知接任贵都国际花城项目经理的时候，感觉到茫然和无出着手，这个项目的前期我并不熟悉，开发商方面的沟通也不太顺畅，但凭这公司对我的这份信任，我接受了这个“挑战”。由于开发商前期的广告力度不够、市内售楼点不突出等原因，导致前来咨询的客户非常少。虽然2月份在__都市报做了1/2版的广告，登记了约有400组的咨询电话，但时间拖得太长(x月份才开始对外销售)，许多客户都遗忘了这个项目或是已在其它楼盘购买了住宅。

为此，公司与开发商进行讨论，决定为迎合“__”黄金周__广场房展会，推出80套特价房吸引购房者并发放金卡，结果当天在展会现场就有__-__的房源被意向订购，这也为__花城的公开认购积累了客户[x月份成功认购住宅83套，签合同20套。可是非常遗憾，因为开发商的不配合以及销售业绩达不到开发商的要求等原因，__花城于x月x日收盘。我永远记得这一天，当大家收拾好东西离开工作了三个月的岗位时，我看到大家的不舍与一点点的哀伤，而我也为自己交了一份不合格的答卷而自责与难过。

当大家都一片沮丧以及对往后去向茫然的时候，是x总用那温暖的笑容迎接我们这群没打赢胜仗的战士们，鼓励我们不要气馁。其实大家心里都明白，公司上到x总，下到设计人员都为这个项目花费了很大的精力[x总更是从策划方案、广告设计，细到文案用词都是倾力倾为，__姐与x总监每周固定要与开发商开例会。而当前线的战士带着不佳的战果回来时，得到的却是安慰与鼓励，这一次又让我深深感受到了百年“人性化管理”的魅力所在。

在还没完全调整好失落的心情时，公司又安排了新的任务给我——就__别墅的项目经理。说句心理话，当时我真不想过去，因为它的销售业绩不理想，因为公司及开发商对我的期望太高，因为我还没有从失败中调整回来。在这种情况下，由于我的工作状态不佳以及对新的工作环境、工作氛围的不适应，我遭到了开发商的严重投诉及不满，而销售员也因为我的低靡使得工作热情不高涨，销售现场有些“死气沉沉”。为此，开发商与我公司进行了一次开诚布公的会议。我在会上做了自我检讨与接受批评，暗下决心，一定要调整好工作状态，不让公司领导失望。之后我重新制定项目的规章制度，鼓舞大家的士气，重新培训他们的统一说词及销售技巧，指正每个销售员的优缺点，帮他们找回自信，再加上戴乐的协助，公司领导及开发商的配合，使得工作走上正轨，与开发商之间的沟通也越来越融洽。销售业绩也在提高。

与此同时，对于__别墅项目我们做了十分系统的客户资料分析，从成交客户的职业背景、认知途径、成交原因及未成交原因等多个角度进行了归纳总结，具体如下：

成交客户的职业背景分析：目前的成交客户中以政府公务员及私企老板占大多数，两者之和占总数近__-__的比例。

成交客户的认知途径分析：主要的认知途径还是朋友介绍及广告媒，两者占到__-__。因此，本项目今后还要加大客户维系力度，多与客户进行沟通。此外，上网了解的也占到一定比例，但比例太小，建议今后须加大网络宣传力度，毕竟本案的目标客户层次较高，网络对他们的影响力会比较大。

成交原因分析：“__-__花园”及“有绿化环境”是项目吸引客户的两大重要原因。同时，相对不高的价格，极高的性价比是吸引投资者的重要因素。

未成交原因分析：离__市区较远及周边生活配套不完善一直是本项目的劣势，此次分析也充分反映了这一点。

房地产销售实训报告篇五

转眼间，一周的销售实训结束了，给我留下的是无穷的回味和深刻的体会。这次的实训主题是“校园经济”。校园经济是面向学生、依托校园而发展起来的一种区域性经济。其主体是大学生，发展领域也主要来自于校园。这是个符合我们目前状况的实训，现在的我们面临着找工作或创业的选择。通过这次实训我们可以看到我们自身的关于创业的好点子，可以打开我们另一个通往成功的大门。

这次是一个团体作业，我们团体一共有五个人，当得知这次实训的主题，我们各抒己见，看我们的创业从哪方面入手，最后根据我们团体五个人的特点和意见，我们确定我们的卖点是早餐。可能早餐对于我们来说，并不是什么新鲜事。但是作为一个在校居住的大学生，每天面对食堂一样的早餐或是外面我们认为不健康的早餐，还有一点就是现在的大学生都有睡懒觉的习惯，那样就会忽略吃早餐。但是早餐对每一个人来说都很重要，不能忽略。根据这些意见，我们的“早点来”早餐店就应运而生。我们的早餐店最重要的一个功能就是亲自把早餐送到消费者的手里。

做策划书之前，我们计划好了实训每天的任务，根据计划，我们在努力，每天都认真完成任务。首先我们分析了这次营销的环境，只有先分析好营销环境，才能制定好营销战略与策略。分析营销环境时，我们五个人，一起考虑，每个人都说出自己的看法，不管正确与否，然后统一意见。环境分析完，我们也对这次确定的市场有了进一步的了解。接下来就是调研与预测，主要是问卷设计，接着根据问卷的填写意见，再进行问卷分析。问卷设计，主要是确定我们是否有市场，大家对于这样一个市场是否有兴趣。跟据被调查人的意见，可以改良我们的产品，可以看清楚市场。面对回收的问卷，我们看到了很多诚恳的意见。

我们对我们的市场充满了信心，甚至有一些同学问我们是不

是真的要开店。听到询问声，我们信心十足，觉得当初我们的想法是可行的，而且大家都非常重视早餐，只是有时由于时间的关系而放弃吃早餐。从一份一份的问卷中，我们看到潜在的大市场，并且前景很乐观。然后我们制定了我们的目标市场并对其进行细分。这样才能更好的根据市场确定下一步。紧接着就是营销策略组合，这步是最关键的，需要从产品、价格、分销渠道、促销这些方面分析，每一个分析都要从实际出发，才能更好地把我们的产品推向市场。在进行“4p's”分析时，我们团体的五个人都在尽自己的努力，想尽办法努力开拓我们的市场。只有大家齐心协力才能发挥更好。当然，要做好一个策划，还需要对我们的创业进行预算，虽然没有真正接触过企业的创业，没有看过企业的财务报表、财务分析等等，但是我们还是根据我们已有的市场，对我们的资金进行了一个预算。最后就是总结，通过总结，可以看到我们面对市场该从哪里入手，我们还有哪些不足的地方。

这次的实训，把书面上的知识运用到了实际，这样不仅加深我们对营销的理解，巩固了所学的理论知识，而且增强了我们的营销能力。通过团体合作，我们懂得了合作的重要性以及懂得了怎样去配合一个团体，这为我们以后面对社会打下了基础。这次的实践经历使我们终身受益，给我们积累了经验，能够让我们更好地面对未来。

房地产销售实训报告篇六

为期三天的培训已经结束了，回顾当天的学习收获，我感慨很多，收获也很多，体会也有很多。首先感谢公司给了我这一次外出培训学习的机会，通过这次得学习让我学到了不少关于销售和人生的知识，相信能在以后的道路上给我指引正确的方向。

通过这次培训，让我对销售有了更深一层的认识，首先，一间店的业绩不是靠个人的能力和销售就能支撑得起的，它靠的是我们这一个团队合作的力量才足以支持。团队是什么？按

照老师所说的，团队是一个有口才的人领导一群有耳朵听的进去的人一起协同合作的团体.它是为了实现某一目标而由相互协作的个体所组成的正式群体.而我们身为这个团队中的成员，每个人都有自己的意义和价值，都有自己的工作和职责，而我们所要做的，不但要做好自己分内的工作，担负起自己的责任，而且，更重要的，是要和其他同事发挥团结合作的精神，紧密合作，共同创造辉煌的业绩.这样的销售才会进入良性循环，销售方面才会令人更容易接受，整个团体才会有活力，每个人的热情才会持续不减，这样对于我们，对于整间店铺只会有益而无害.

作为个人而言，除了要遵守店铺的营销流程外，更重要的是要努力提高自身的沟通能力，要有一定的沟通技巧，要做顾客喜欢的导购.

还有最重要的一点，我们要富有感染力，我们每一天都穿工衣、工鞋，爱上我们自己的商品，在为顾客介绍商品的时候，我们的眼神、语调、手势等肢体语言都是一种无形的感染力，这样更容易拉近与顾客之间的距离，从而让顾客更相信我们为他所介绍的商品.

总而言之，这次的学习是快乐的，收获是愉悦的！

□

房地产销售实训报告篇七

首先感谢公司给了我一次外出培训学习的机会，通过这两次的学习让我学到了不少关于销售，人生知识，相信在以后的道路上能给我指引方向，少走弯路。

传统意义上的销售，是通过一切手段把东西卖出去，把钱收回来，这里的一切手段包括坑蒙拐骗，所销售的业绩是短暂和偶然的，当然没有战术，没有方法的销售也是低效率的销

售。如同拿挺机枪在马路上乱突，倒下的战利品，没倒下的也不知其所以然。

现实中，销售精英们往往是精准销售，有战术，有体系，有制度，有方法，如同战争里面的狙击手，往往是一颗子弹干掉一个敌人。

通过这次培训让我对销售有了更深的认识，首先是一个企业的销售由三个部分组成，老板营销力，团队营销力，和个人营销力，老板负责营销系统，团队负责营销管理，个人讲的是沟通技巧，一个企业的销售应该按照这个大方向来执行，这样销售才会进入良性循环，产品销得好，企业有生命力。

作为个人应该在遵守公司营销系统和营销流程外，努力提高个人沟通技巧，其中沟通技巧主要有两点需要注意，第一就是在销售沟通初期，能够把销售目标模糊化，客户信息清晰化；第二点是献殷勤，其中有个词语叫做感动，尽量多的给客户制造意料之外的事情。老师提到，营销有98%是经营人性，只有2%经营商品。

如何提高客户满意度这一点老师也有全面阐述，服务好坏，满意与期望值有关，客户的期望值与承诺有关，所有要尽可能少的可以给承诺太多。结合到现实中，许多客户对我们公司的仪器设备挑三拣四，服务如何如何不好，仔细回想一下和当初的承诺就不难找到原因。

在介绍产品时，应该把加一些负面信息和数字信息，这样能够快速提高客户的兴趣，比如某某厂因为环保超标罚款1000万rmb[]某厂在海关被查等等。

何老师认为每个业务都应该有自己独特的魅力，不管是正派还是歪门邪派，做业务最怕没个性，这点我认为很对，现实中个性业务太少，普通业务太多，太平凡，太普通，很难独树一帜，这样就容易引起客户视觉疲劳。在个性培养中我觉

得还有很多地方需要提高。

学习是快乐的，收获是愉悦的！再次感谢公司给予我这次学习的机会，我将在今后的生活中学以致用，不断提高业务技能，提升业务方法，真正发挥出学习的用处！

□

房地产销售实训报告篇八

做为一名普通的销售人员在跟进客户方面应具备的房地产销售技巧说起，也许我们在很多时候也会常说以下几点，问题是在于能将它投入到真正的行动去的人太少，所以有个很简单的事实，成功的是少数人。因为他们都是始终如一的去做，将它变成一种习惯。

首先，我想从自己做为一名普通的销售人员在跟进客户方面应具备的房地产销售技巧说起，也许我们在很多时候也会常说以下几点，问题是在于能将它投入到真正的行动去的人太少，所以有个很简单的事实，成功的是少数人。因为他们都是始终如一的去做，将它变成一种习惯。

1：房地产销售技巧最基本的就是在接待当中，始终要保持热情。销售工作就是与人打交道，需要专业的沟通技巧，这使销售成为充满挑战性的工作。对待客户要一视同仁，不能嫌贫爱富，不分等级的去认真对待每一位客户，我们的热情接待使他对我们的楼盘也充满了好感，那么我们的目的也就达到了。

2：接待客户的时候不要自己滔滔不绝的说话，好的销售人员必然是个好听众，通过聆听来了解客户的需求，是必要条件；同时也应该是个心理学家，通过客户的言行举止来判断他们内心的想法，是重要条件；更应该是个谈判专家，在综合了各方面的因素后，要看准时机，一针见血的，点中要害，这是

成交的关键因素。

3: 机会是留给有准备的人: 在接待客户的时候, 我们的个人主观判断不要过于强烈, 像“一看这个客户就知道不会买房”“这客户太刁, 没诚意”等主观意识太强, 导致一些客户流失, 对一些意向客户沟通的不够好, 使得这些客户到别的楼盘成交, 对客户不够耐心, 沟通的不够好, 对客户没有及时的追踪导致失去客户等等。还是那句老话, 机会只留给有准备的人。

4: 做好客户的登记, 及进行回访跟踪。不要在电话里讲很长时间, 电话里都说了, 客户就觉得没有必要过来了。

5: 经常性约客户过来看看房, 了解我们的楼盘。针对客户的一些要求, 为客户选择几个房型, 使客户的选择性大一些。多从客户的角度想问题, 这样可以针对性的进行化解, 为客户提供最适合他的房子, 让客户觉得你是真的为他着想, 可以放心的购房。

6: 提高自己的业务水平, 加强房地产相关知识及最新的动态。在面对客户的问题就能游刃有余, 树立自己的专业性, 同时也让客户更加的信任自己, 这样对我们的楼盘也更有信心。客户向你咨询楼盘特点、户型、价格等等的时候, 一问三不知, 客户就根本不会买你推荐的楼盘。

7: 学会运用房地产销售技巧。对待意向客户, 他犹豫不决, 这样同事之间可以互相制造购买氛围, 适当的逼客户尽快下定。凡事心急人不急沉着应战也许客户就要成交了, 但是由于一些小小的原因, 会让他迟迟不肯签约, 这个时候是千万不能着急的, 因为你表现出越急躁的态度, 客户越是表示怀疑。你可以很亲切地问一下客户还有什么需要解决的问题, 然后再细心地和他沟通, 直到最后签约。当然, 在解释的时候, 所要表现出来的态度就是沉着, 冷静, 并且没有太过于期待客户能够成交。

8: 与客户维系一种良好的关系，多为客户着想一下也是一种房地产销售技巧，这样的话，你们可以成为朋友，他的亲朋好友都可能是你的下个客户。

9: 如果这次没成功，立即约好下次见面的日期。我们的销售并不能够做到百发百中，每次新客户过来都能成交。毕竟现在的经济形势是不会出现这样好的结局的。假设这次没有能够现场定房成功，那么在客户要离开的时候，不妨试着与他约定下次来现场的日期，这样你可以更加了解客户的需求，也可以帮助你确定客户的意向程度。

10: 记住客户的姓名。可能客户比较多，不一定能够记得所有的客户姓名，但是，如果在你的客户第二次来到现场的时候，你能够立刻报出他的姓名，客户会觉得你很重视他，也能表现出你的专业态度。不妨去强化记忆一下，实际上在每次接待完客户以后多想想接待过程，再加上平时的回访工作，你是可以记得的，至少是他的姓氏！

以上就是我的房地产销售技巧，我以后要这样做，不能纸上谈兵，引用一句话：能说不能做，不是真本领！

最新房地产销售工作心得总结范文大全