

# 二手房销售高手的36项技能训练

作者：陈信科, ePUBw.COM

本书由“ePUBw.COM”整理，ePUBw.COM 提供最新最全的优质电子书下载！！

## 前言

作为房地产经纪人，我从事这个职业已有15年了，抚今追昔，我对于房地产市场有着诸多的感慨：

首先，在中国人的观念中，“家”有着无可替代的位置。每逢中秋等传统节日，在外游子们都是如此思念“家”中的亲人；即使中国高铁建设全球领先，春运一票难求的现象却还是如此明显……何为家？除了亲人，一个属于自己的天地，一套属于自己的房子，也是家的一部分，这就是中国人心中的那份“房子情结”。对于中国人而言，房子并不只是一个遮风避雨的居住场所，其本质代表着人的一种心结，一种归属感。因为只有拥有了自己的房子，才能让自己和家人有生根、安定之感。累了、困了、倦了，第一个念头就是回到自己的“窝”。不管外面的世界多么喧嚣，只要走进家门，心里就踏实了，因为回家了。

其次，“家”观念、“房子情结”造就了中国房地产市场持续一二十年的繁荣，也造就了房地产经纪人职业的崛起。走在大街小巷，房产中介门店遍地开花；翻开日报晚报，房源信息广告俨然成了报社的主打战场；走进人才市场，招募房地产经纪人的广告比比皆是……但总体而言，房地产经纪人职业在国内尚属于起步阶段，由于行业发展不够规范，人员素质也良莠不齐。随着行业的规范和发展，市场呼唤着专业的房地产经纪人，不合格的经纪人将遭到淘汰，优秀的经纪人将越来越受欢迎。

最后，“同工不同酬”在房地产行业体现得淋漓尽致。何谓“同工不同酬”？有些经纪人月入几万甚至十几万，而有些经纪人只能领取微薄的底薪。进入这个行业虽然容易，但是要做得更好、做出成绩却并非易事。在一般人眼里，经纪人提供的只是信息服务。事实上，房地产经纪人的工作并不仅仅是信息匹配，他们更重要的工作是依靠专业素质促进买卖的成交。这里所说的专业素质，包括对房地产专业知识的精通、对客户心理的把握、对销售技能的掌握，等等。

作为业内人士，本人也积累了一些经验与技巧，并愿意将其奉献给广大同行朋友们。本人深知，活学活用的案例指导远比枯燥的理论更有利于提高专业水准。为此，本人在编写过程中充分结合了自身多年的从业心得，吸收了众多优秀房地产经纪人的成功经验，收集了几十个生动真实的案例，总结了二手房销售过程中的诸多常见问题，从开发房源与客源、与客户沟通洽谈、带客看房、房源推介、异议处理、促成交易等诸多环节，全方位展示了房地产经纪人应对各种问题的方法、技巧和话术。

由于水平有限，书中难免有不足之处，恳请广大同行朋友们批评指正。

陈信科

本书由“ePUBw.COM”整理，ePUBw.COM 提供最新最全的优质电子书下载！！

## 第1章 房源、客源一个都不能少

### 技能1 当业主不愿将房源委托给我们时

好房源对于房地产经纪人而言就是生命线。俗话说“手中有粮心里不慌”，只有把好的房源握在手里，当客户有需求时我们才能在第一时间进行匹配，才不会贻误战机。可是，在二手房市场火爆的时候，优质的二手房房源有时候真可以称得上是“香饽饽”，一露头大家就会拼命争抢，好房源可不是那么好入手的，这就要求房地产经纪人拥有如下技能。

在卖方市场下，房地产经纪人的难题已经由卖出房子转向找到可出售的房子了。业内人常说“好房源是

成功的一半”，这话一点也不假。不信，你注意观察一下，大家相互之间是不是经常打探“有没有好房子卖”。可以这么说，在这个房地产火爆的年代，房源就是房地产经纪人从业的本钱！为此，我们必须学会开发房源的技巧。

## 1.收房源

所谓收房源，是指经纪人坐在门店里等着业主主动上门登记房源。虽然说二手房交易的中介费按规定是分别向买方和卖方收取的，但在实务中，卖方通常会要求“实收”，也就是说中介费实际上是由买方完全承担的。因此，登记房源对业主并没有什么损失，很多业主为了尽快卖出房子，通常也是乐意到中介门店去登记房源信息的。

收房源看起来很容易，貌似只要坐在店里等着房源从天而降就可以了。但是，不同的门店、不同的房地产经纪人所能收到的房源信息量也是不同的。

首先，门店的地理位置很重要。一般情况下，业主会按照“就近”“顺便”的原则选择中介门店登记房源，因此很多门店收到的主动登记的房源主要是门店所在小区或者周边的房子。

其次，门店的名声要好。由于二手房交易纠纷颇多，风险不小，为了保险起见，业主们往往会根据公司的声誉选择中介门店。

最后，经纪人的服务态度要好。如果业主主动给你“送钱”却连最起码的服务都得不到，你说他们还会愿意把赚钱的机会给你吗？

## 2.淘房源

民间既然有“淘书”“淘古董”的做法，当然也就会有“淘房源”的做法。简单地说，所谓淘房源，就是通过各种信息渠道去获取房源。

### （1）上网。

随着互联网的兴起和普及，网络已经成为人们传播、获取各类资讯的重要渠道。网络上的房源不但数量多，而且更新速度快，其中不但有各个中介公司的房源，还有不少业主自己发布的房源。

如今，“上网”已经成为众多房地产经纪人的每日必修课。一有闲暇工夫，大家就会打开电脑，登录一些专业房地产网站搜寻各类房源。除了各类专业网站的房源频道，更精明的房地产经纪人还会充分利用“业主论坛”。

仔细观察一下就不难发现，很多社区论坛的房产版都是整个网站有效信息量最大、人气最旺的网友聚集地。在业主论坛里，经常会有业主发布卖房广告，看到这些信息后，我们可以主动打电话给业主，动员他们将房子委托给我们卖。

### （2）看报。

报纸广告也是房地产经纪人常用的信息来源，几乎每份地方性的生活类报纸如日报、晚报等，都会密密麻麻地刊登好几版房产广告，其中最多的就是各个中介公司发布的房源信息，其中也会有业主的售房信息。

相对于网络而言，报纸上的房源信息更为可靠，这是因为在报纸上发布房源信息，通常是按照版面大小或信息数量收费的。为了节约成本，大家一般都会发布真实的房源信息。细心的经纪人能从其他中介公司的房源广告中淘到自己需要的房源。

### （3）扫街。

在现实中，不是所有人都有上网或在报上发布信息的习惯，尤其是一些上了年纪的业主，他们更愿意采

取直接的房产交易意愿表达方式，比如直接在窗户、阳台上贴出大大的红纸，上面写有“出租”“出售”两个黑字，并附有联系电话，这种方式在转让“车库”的时候更为普遍。

在平常外出时，我们不妨多多留意观察，说不定惊喜就在眼前呢。当看到有“出租、出售”字样的信息时，我们要千方百计地跟对方取得联系，说服业主把房子委托给我们卖。很多房地产经纪人都有“蓦然回首，房源就在眼前”的经历：

客户请求帮忙买一套房子，可是由于要求太高，经纪人马达找了好久都没有合适的。突然有一天，马达在外出的时候，发现在某个地方贴着一份“转让房产”的广告，仔细看看上面的条件，和购房客户的要求还挺吻合。于是，马达记下了电话号码，与房东取得了联系，最后在自己的业绩上又添了一单。

### 3.买房源

世上无本买卖毕竟不多，只要有利可图，花费些成本去做生意又何尝不可？于是，“买房源”也就顺理成章了。

#### (1) 刊登广告。

市场经济越发达，广告市场也就越大。在当今这个媒介发达的年代，刊登广告的渠道有很多，比如报刊、相关的行业网站或业主论坛、路牌等。此外，我们还可以在大厦和住宅小区出入口等处的宣传栏上张贴宣传海报，或者通过寄发、当面派发宣传单引起客户关注，进而获取房源信息。

#### (2) 有奖征集。

很多公司在设计公司标志、活动主题的时候，都会采取面向社会“有奖征集”的方式，这种做法当然也可以运用到收集房源上来。通过采取有奖征集房源的办法，对于一些能够提供有效房源信息的个人，我们可以给予信息费作为奖励，以调动信息提供者的积极性。

#### (3) 与物管部门合作。

物业管理几乎存在于现代城市的每一个小区里，尤其是新建的小区。即使是一些没有专门物管部门的老社区，至少也拥有与物管部门类似的“管理处”。

对于这些从事小区日常管理的人员，我们要尽可能地与他们交朋友，因为他们手里很可能掌握着一些有效的房源信息甚至客户资源。有些业主由于不相信中介或者觉得麻烦，就选择将房源信息挂在他们觉得更为可靠的物管部门，因为有些人在买二手房时会主动到物业寻找房源；还有一些业主考虑到以后客户看房方便，在准备卖房的时候就会先跟物业打个招呼。换个角度说，即使这些管理部门没有我们想要的信息，处理好和他们的关系也会对我们的经纪工作有所帮助，最起码在我们带客户看房时他们不至于强加阻拦。

### 4.盯紧新小区

新楼盘交房的时候，除了业主之外，恐怕最忙的就是房地产经纪人了。其实，从一个小区完工交房的前半年起，众多中介公司、房地产经纪人往往就已经开始盯上这个小区了，大家都会从实地探访、网络资料收集等多方面了解小区情况，到了交房日期，业主前来领钥匙的时候，他们早早就在此等候，拉着大家登记房源信息了。

### 5.直接接触

除了上述各种获取房源的途径，有些房地产经纪人还会采取直接开发的方式去获取房源信息，就像保险业务员通过各种方式开发客户一样。

如果获悉某位业主准备出租或出售其物业，我们也可以主动上门找其了解情况。此外，我们还要多到房展会、售楼处等处转转，在那里也会有很多购房者（他们有的实际上已经有了不止一套房子）。

房地产经纪人这个行当的入门门槛相对较低，从业人员的素质也是参差不齐，这就造就了很多业主对我们会有些偏见。业主不愿意委托经纪人卖房，主要是出于对房地产中介行业的不了解以及由此产生的不信任。作为一名房地产经纪人，我们所要做的，就是要让业主放下戒备，帮业主摘掉对我们二手房中介的有色眼镜。

业主做出“要自己销售，不用找中介”的意思表达，一般发生在我们主动打电话给业主询问房源的时候。电话沟通有一个弊端，就是双方很难捕捉对方的心思。所以，这个时候我们一定要顺着业主的意思来进行说服。在遭到业主拒绝之后，不能轻易放弃，更不能死缠烂打招惹业主的厌烦，而应该站在业主的角度上去思考。

首先，要让业主了解我们所在公司的资质。对于成交量等方面的信息，我们在沟通时最好能够举出一些实例来证明，否则口说无凭，业主是不会轻易相信我们的。

其次，要向业主说明“跳过”二手房中介自行成交的不利和风险：二手房市场和一手房市场不同，买卖双方大多都是非专业人士；二手房交易是一个烦琐的过程，需要办理许多相关手续，一旦跳过二手房中介自行买卖，非专业的买卖双方就必须亲自去处理这些事务，这会消耗双方极大的精力，降低交易的效率；此外，由于不熟悉相关事务，在交易过程中双方还很可能落入一些交易陷阱。

最后，也是最重要的一点，是要向业主说明我们二手房中介代理能够给业主带来的好处，例如，公司推广渠道多样、客源丰富，能够帮助业主更快地卖出房子并卖个好价钱，以及公司能为业主提供保洁、广告、重点推介等额外服务等，以此吸引业主。

当然，如果谈到最后业主依旧表示要自行销售，这也是常有的事，没必要为此感到懊恼。俗话说“买卖不成仁义在”，为了给业主留下一个好印象，也为了给自己留一个机会，我们可以向业主表示自己在二手房销售这方面比较专业，在这个行业已经工作好几年了，如果他有什么不懂的地方，可以随时打电话来询问，自己会为其提供一些有价值的信息。这样一来，业主在无形中就会对我们产生好感，说不定过几天就委托我们卖房了。

业主之所以拒绝我们，不外乎两种原因，一是对我们不信任，二是想省下中介费用，这就需要我们找准业主的顾虑所在，对症下药进行说服。

经纪人：“卢小姐，您好！我在网上看到您有一套九龙桂冠的房子要出售，想向您了解一下具体情况，可以吗？”

业主：“你说吧。”

经纪人：“请问您的房子多大？在几楼？”

业主：“125平方米，三室两厅，16楼。”

经纪人：“可以看得文屏山吗？”

业主：“可以。对了，你是不是中介啊？”

经纪人：“卢小姐，您可真厉害，一下就能听出来。是的，我是××房产的小张。”

业主：“对不起，我没打算找中介。”

经纪人：“卢小姐，是这样的，我家就住在九龙桂冠边上的骏景园，我对于这一片区非常熟悉，已经卖过十几套这里的房子，而且我手头上现在就有3个想买九龙桂冠房子的客户，如果您委托我们销售，相信我们很快就能帮您卖出去的。”

业主：“算了，现在的中介都不可靠，听说很多中介还吃差价。”

经纪人：“卢小姐，我想您可能是对我们中介人员有所误解。我不否认有些中介有过吃差价的行为，但我们是杭州十佳中介之一，至今还没有出现过客户投诉的事件。而且，我从事这一行业也有七八年了，相对来说经验还是比较丰富的，你们小区6号楼1308室的那套房子就是我帮忙交易的。”

业主：“喔，是吗？可是我还是觉得不够放心，还是自己卖好了。”

经纪人：“卢小姐，其实委托我们中介卖房对于业主来说还是很有好处的，例如，我们可以更快地帮您卖出房子，可以帮助您节省时间和精力……另外，二手房交易手续挺烦琐的，如果不够专业，很可能会出现一些风险。前几天报纸上还刊登了一条新闻，说一位业主自行将房子出售，由于对相关法律法规不熟悉，结果出了问题……”

业主：“找你们中介是不是还要交中介费？”

经纪人：“卢小姐，您放心，您可以采取实收的方式，就是您这套房子卖多少钱您就收多少钱，其余诸如中介费、相关税费都由买方支付。”

业主：“那我明天去你们公司看看。”

经纪人：“好的，您看是明天上午还是明天下午？”

业主：“明天上午10点吧。”

经纪人：“好的，卢小姐，明天上午我会在公司等您，我们公司在湖滨北路178号，就是湖明小学对面。”

业主：“好的。”

经纪人：“卢小姐，为了方便联系，我留个手机号码给您，如果您找不到我们公司，可以给我打电话。”

业主：“好的。”

……

即便业主表示要将房产独家委托给自己的朋友，我们也不能轻易放弃，我们应告知业主多在几家房产中介登记房源对他们并没有什么损失。很多业主为了能尽快卖出房子，通常也乐于到不同的中介门店去登记房源信息。为了让客户充分了解这一点，我们可以这样说服业主：

(1) 告诉业主多委托一家中介就多了一条推广渠道，客源就更多，房子卖得也会更快。

(2) 当业主犹豫不决时，我们可以用一些额外的条件来吸引客户，例如我们可以表示会将他的房子作为重点房源每天在报纸或者重要媒介上打广告，或进行重点推介等。

(3) 我们可以适当地告诉客户独家委托并非想象中那么好，例如，在独家委托方式下，在委托期间，即使卖方自行买卖成交，也仍然需要向代理方支付相应的佣金，而代理方即使不能按期卖出房屋，也不需要承担任何责任；在代理销售期间，业主只能降低房价而不能抬高房价；甚至有些房产中介还规定，超出约定房价的部分，双方要按一定比例分成。

这时，有一点需要记住，在讲述独家代理的弊端时，语气一定要诚恳，不要让客户认为我们是在刻意诋毁，这样只会起到相反的效果。

虽然我们深知一旦与朋友有经济上的往来就容易产生不必要的纠纷这个道理，但遇到打算将待售房产独家委托给自己中介朋友的业主，我们也不能将自己的观点强加于人。作为房地产经纪人，我们要善于引导，要帮这些业主比较两种方式的不同，引导他们做出更恰当的决定。

经纪人：“卢小姐，您有套未来海岸的房子要出售，是吗？”

业主：“是啊，怎么了？”

经纪人：“是这样的，卢小姐，我手头上刚好有两个客户想要购买未来海岸的房子，您看什么时候方便，我带客户去看房？”

业主：“不用了，我想独家委托给××房产。”

经纪人：“喔，是吗？××房产也是家大中介，挺有实力的，不过您为什么独家委托给他们呢？”

业主：“我有一个朋友在那里啊。”

经纪人：“喔，这种事情交给朋友办的确会让人比较放心，不过我听说您着急用钱，想将房子尽快卖出去……”

业主：“是呀。”

经纪人：“那您可知道怎样才能将房子尽快卖出去，并且卖个好价钱吗？那就是要多找些客户。客户越多，卖得就越快，您说是吧？”

业主：“是啊，没错。”

经纪人：“那您就应该多找几家中介挂盘啊，这样客户多了，就容易卖出去了。”

业主：“说得倒也是，可是我担心中介多会很麻烦，动不动就会被打扰。”

经纪人：“您放心，卢小姐，我不否认有些中介太不顾及客户的感受，但我们是杭州市十佳中介，在这个片区已经扎根好几年了，这里面好多业主都是通过我们买卖房子的。”

业主：“那也是，那好吧，你们也帮忙多找找客户。”

经纪人：“好的，卢小姐，您放心，我们一定会将您这套房子作为主推房源的。您的房子户型结构好，装修又不错，只要价格合适，一定卖得很快的……”

## 技能2 当客户不愿通过我们买房时

虽说好的房源对房地产经纪人而言至关重要，但再好的房源如果匹配不到合适的客户，我们还是一分佣金也拿不到。所以说，好房源跟好客户，一个都不能少。不过，购置房产属于大宗买卖，客户不可能像买件衣服或者日用品一样轻易做出决定，我们要想成功“抓住”客户，也不是件简单的事。

如今房产中介门店遍布大街小巷，其中不乏雇员万人、门店数百家的大型连锁中介公司，客户不会总是那么碰巧就走进你这家门店找你买房子，因此，主动出击寻找客源才是房地产经纪人掌握先机、开拓市场的秘诀。

### 1.通过网络搜寻求购信息

由于在网上发布信息成本低、速度快、传播效果好，网络已经逐步成为人们传播各类资讯的新兴渠道。既然业主、中介公司会在网络上发放房源，同理，需要买房、租房的人也会利用网络这个平台发布求购求租信息。

经常上网搜寻房源的人应该不难发现，在一些相关的房产论坛，尤其是较为热门的地方性社区、生活网站，经常会有网友在专门的房产板块发布求购求租信息。一旦看到这些信息，我们千万不要错过，要尽快记下电话号码和详细资料，然后主动打电话给他们，告知手里有符合他们要求的房源。

精明的房地产经纪人一定会注册几个人气较旺、有效信息量大的当地社区论坛，因为大部分网站的房产板块为了保护会员的信息资料，只允许特定会员浏览帖子，有些求购信息甚至需要“回复可见”，所以不

注册的话你是无法获得一手资料的。

## 2.通过刊登广告发布房源信息

“姜太公钓鱼，愿者上钩”终究只是个神话传说，如果你没有把房源信息发布出去，相当于要钓鱼却不用鱼饵，这样鱼怎么会自愿上钩呢？更何况，钓鱼的不会只有你一个，看看旁边，一群人虎视眈眈地盯着这片鱼塘呢！

在现阶段，刊登广告发布房源信息是中介公司及房地产经纪人最常用的一种方法。相比其他获取客源的方式，广告的时效性更强、效果更明显，但成本相对较高。因此，房地产经纪人一定要针对特定的目标人群和地域市场选择相应的广告方式，以提升宣传效果。此外，在发布广告时，要注意使用一些能吸引客户眼球的关键词，如“免税”“精装”“赠送全套家电”等，这些关键词往往是购房者在购房时的关注点。

### （1）报纸广告。

一般情况下，中介公司会统一安排在各个城市的生活类报纸，如早报、晚报上发布房源信息。在报纸上刊登广告是按照版面面积大小或信息数量收费的，所以在报纸上发布的房源信息一定要优质且真实可靠。

### （2）网络广告。

相对于报纸广告，在网站上刊登广告发布房源费用低廉且快速方便，在各大房产网站、论坛社区不断地发布房源信息是房地产经纪人每天的必修课之一。

### （3）户外广告。

户外广告也称街头广告，在各个小区的入口宣传栏、公司写字楼的门口或人流量较大的场所张贴宣传海报以及派发传单，也能吸引不少购房者。海报和传单的制作和发放方式比较灵活，排版设计的时候可以要求广告公司做到图文并茂，对一些关键字进行加粗放大，以期吸引客户观看，而不至于随手丢掉。

## 3.外出“挖”客户

在市场经济时代，公司之间互相“挖角”已非常普遍，美国的谷歌、苹果等六大公司还专门同司法部达成了一致协议，同意不再限制彼此之间互相“挖”员工。员工可以“挖”，房源可以“挖”，客源当然也能“挖”。

### （1）在新楼盘外“站岗”。

新楼盘的售楼处是“挖”客户的一个好地方。近年来，关系户瓜分好房的事情屡见不鲜，市面也经常爆出开盘开盘前就被内部认购的消息，很多人都是抱着一堆钱等在那儿都买不到房子，这些人就是潜在的二手房购买者。只要你早早地在新楼盘外“站岗”等候，一旦你的房源符合他们的要求，是有可能达成交易的。

### （2）加强个人观察能力。

客户究竟在哪里？客户可能就在擦肩而过的人群之中。客户几乎无处不在，只要你平时多加观察，就不难找到他们。

购房对大多数人来说是一项重大的花销，为此，客户在购房时总会显得特别谨慎，并早早地开始做准备，例如经常到一些房展或售楼处、工地现场、中介店面转转。如果你平时就是一个善于观察的人，就会注意到他们，就会把他们当作潜在客户去接近，机会就这么来了。

其实，在我们身边，就有很多打算购房的客户。如果你勤于观察，就会发现在小区的各个角落，经常有人在讨论房价，或某个楼盘，这些人就很有可能成为你的客户，他们在等你去发现他们、接近他们。

夏天，一个闷热的中午，房地产经纪人小叶发现一个中年妇女从店前经过，往店里张望了一下。警觉的

小叶立即上前打招呼：“大姐，进来喝杯茶吧。”征得对方同意后，小叶把客人迎进店内，倒了杯水，热情接待了这位女士。一个月后，这位女士带着家人找到了小叶，从他手中购买了一套楼中楼。

#### 4.通过老客户带来新客户

房地产业一直把“早期房东是楼盘的最佳销售人员”这句话奉为经典。据很多楼盘的营销人员介绍，在楼盘销售淡季时，各家楼盘都会采取利用老客户带来新客户的促销政策。其实，这对于二手房销售同样适用。一个客户的背后往往隐藏着若干个潜在客户，只要让客户满意了，一个老客户就有可能带来多个新客户。这就是经济学中的“滚雪球效应”，一旦获得了起始的优势，雪球就会越滚越大。

##### (1) 让老客户推荐他人。

对于过去的老客户，我们应定期电话回访。大家都知道，中国人喜欢和熟人做生意。买房不仅投入大，风险也高，为了安全起见，大家通常都会找自己或者亲朋好友熟悉的房地产经纪人。如果我们先前接待的客户对我们印象不错，一旦他们身边有亲朋好友想买房，就极有可能把我们介绍给他们。“我认识××房产公司的中介小陈，他人不错，你可以去找他。”这么简单的一句话，可抵得上我们几小时的推介。

##### (2) 建议老客户换房或再次购房。

现在买房投资的人很多，专职炒房的人也不在少数，虽说房子是大宗消费品，但是买了一套房子紧接着再买一套的大有人在。而且，就算是自住的客户，也有可能由于经济条件的好转或家庭条件的变化而选择换房。作为房地产经纪人，不可放过此类机会。

##### (3) 将业主变客户。

正如轩尼诗XO广告语所说的“世事无绝对”，随着生活条件的变化，以前找你卖房的业主很有可能会变成现在找你买房的客户，同样的，以前找你买房的客户也可能变成找你卖房的业主。虽说这样的概率在短期内并不高，但是每一次的变化都能为你带来新的机会。

房价高，对于房地产经纪人而言是好事也是坏事。好的方面在于，房子的总价越高，我们能拿到的中介费用就越高；而不好的方面就是很多客户会对高涨的中介费望而却步，容易产生“绕开中介方，自行买房”的想法。

当客户向我们抱怨“你们的中介费太高了”，并以此来拒绝我们的委托请求时，从严格意义上来说其实不算是一种拒绝，这可能是一种积极信号的释放，说明他已经接受了除中介费这个因素之外的其他各个方面。

无论遇到怎样的情况，只有弄清楚了客户的真实想法，我们才能做到“兵来将挡，水来土掩”。

- 如果客户只是单纯地认为中介费用过高，我们首先要表示充分理解客户的这个想法，以拉近彼此的距离。之后，我们可以巧妙地将客户关注的中介费问题引导到其他同样重要的因素上来，例如优质的房源、专业的保障、高质量的售后服务等，让客户认为付出中介费是有价值的。

- 如果客户是因为其他中介开出的佣金较低，希望通过抱怨来压低价格，那我们就要先确定客户是否确实是通过与其他中介公司比较之后才提出中介费太高的问题，并具体询问客户是与哪家中介公司比较后才觉得价格高的。只有通过这样的提问，我们才能做到心中有数，同时应向客户说明二手房中介服务的收费标准是由物价局通过的，有些公司虽然在中介费方面给了客户一些优惠，但他们的服务质量不一定有保证。

有一点必须注意，那就是在谈论竞争对手的时候一定要客观，不能刻意诋毁，否则可能会让客户对我们的为人表示怀疑，甚至因此而断送了他的机会。

不管客户的抱怨出于何种原因，为了得到客户的认同，我们都必须向客户灌输中介费“物有所值”甚至“物超所值”的观念。我们可以举一些反面例子，例如有些客户为了省一点中介费而找了小中介，结果

在交易过程中出现了诸多问题，例如，手续方面有纰漏，与业主恶意串通欺骗客户等。在这个阶段，请务必记住，我们不能在客户有购买意向甚至看房之前就主动表示可以降低中介费，否则会让客户误以为还会有更大的杀价空间，这会让自己过早地陷入关于中介费价格谈判的僵局，处于被动地位。

客户：“3%？中介费那么贵，我还不如自己找房子。”

经纪人：“卢小姐，我理解您的感受，一些客户刚开始也和您的反应一样。但是听了我们的分析之后，他们发现这个钱是值得花的，最后也都委托我们买房了。”

客户：“喔，那你分析分析。”

经纪人：“卢小姐，其实买房找中介就和买保险找保险经纪人的道理是一样的，因为我们对市场行情和房价更为了解。二手房交易是个复杂的流程，不熟悉的人操作起来十分麻烦，我们不仅能提供一系列的咨询服务，还能提供包括估价、贷款、产权过户、合同等一条龙服务，这能让您省下更多的时间和精力，避免您多付冤枉钱。”

客户：“听说××房产才收2%的中介费呢。”

经纪人：“嗯，您说的没错，有些中介公司的中介费确实较低。您去过他们门店吗，是否清楚他们的实力？”（先别着急进行反驳，引导客户说出对手的更多信息。）

客户：“去过，门店不大。”

经纪人：“卢小姐，是这样的，有些中介公司为了招揽客源，的确在中介费方面给予了很大优惠。其实我也知道，您在乎的不是这点钱，而是希望钱花得有价值，能找到一套合心意的房子，您说是吧？我们是厦门十大中介机构之一，门店分布范围广，房源丰富，服务质量更有保障。我的一位客户就跟我说过，他之前找的那家中介公司，虽然中介费收得很便宜，但是房源太少，一个多月了也没带看几套房源，而且对交易手续的办理也不够专业，他担心出问题，后来他找到了我们，很快就买到了称心的房子。”

客户：“听你这么一说，好像有点道理。”

经纪人：“如果您没有其他问题的话，我们现在就签委托协议吧？”

客户：“好的。”

房地产中介是近年来发展最快的行业，然而由于我国法律对房地产中介服务的内容、流程、收费标准等都没有明确的界定和规范，房地产经纪入职门槛低，人员良莠不齐，致使行业竞争无序、丑闻不断，最终导致社会上对中介普遍持有负面看法，甚至已有“防火防盗防中介”一说。再加上有些新闻媒体为了追求曝光率，对小事件进行夸张或虚假的报道，更使二手房中介给部分客户留下了不好的印象，这种不好的印象有时会影响客户购买二手房的信心，在委托中介买房的时候也是疑虑颇多。那么，我们该如何面对这种偏见呢？

俗话说“王婆卖瓜自卖自夸”，只是一味地向客户保证自己的公司有多正规、声誉有多好是行不通的。此时，我们最好用例证的方法来说服客户，利用人们的从众心理，以其他客户的经历作为例子，让客户知道有同样想法的人最后还是选择了委托中介买房，让他们清楚选择中介是一个明智的决定。在此过程中，我们所引用的例子最好是真人真事，有书面的证据更好。在向客户讲述的时候，我们可以先用“我理解您的想法/顾虑”拉近与客户之间的距离，然后用“一开始，很多人/有人也和您一样，认为二手房交易的猫腻很多，不是很放心……”来列举一些和客户相关的例子，最后用“但是他们最后还是选择了委托中介买房……”来打消客户的疑虑。

不管客户受到抹黑二手房中介这种言论的影响有多大，作为从业人员，我们所要做的就是引导，我们可以借其他客户的亲身经历引导客户认识房地产经纪人存在的意义和价值。

客户：“我一直听说二手房交易猫腻很多，我看我还是再考虑一下，暂时还是不麻烦你们了。”

经纪人：“郑先生，我理解您的顾虑。您刚才进门时看到的那位穿灰色西装的先生，他是来签合同的。最初他的想法和您一样，也是担心二手房买卖猫腻多，他没有选择中介机构，而是自己与卖主对接，在与卖主沟通的过程中，他发现对方难以让人信任，为了保险，他调查了卖主夫妻的单位情况，还要求卖主复印家庭户口，弄得对方很不高兴，结果没成交，因为房子差点耽误了孩子的婚期。最后，经朋友介绍，他找到我们，一个月内就把房子定下来了。他一直感慨，当初就应该把这些事让中介做，自己虽花些手续费但省了很多事。”

客户：“我也知道会省事，不过，听说价格……”

经纪人：“郑先生，这个您就更可以放心了。房子的价格是由业主定的，我们二手房中介只是一个桥梁，为你们买卖双方提供服务，牵桥搭线。当然了，作为中介，我们要兼顾双方利益，不会只顾及某一方利益的。而且，到时候签合同，是业主同您以及我们中介三方一起坐下来签的，您和业主面对面接触，这里面还有什么猫腻呢？”

（客户的沉默不语说明他已经被说服。）

经纪人：“郑先生，您要是没有其他疑虑，我们现在就签委托书吧？”

俗话说“多个朋友多条路”，可是，在买房置业的时候，全权委托给做中介的朋友并非明智之举。出于对朋友的信任，客户在交易的时候对于房款和产权交接这些重要问题往往不严格把关，有些甚至还没有办完交房手续，就在朋友的催促下缴清了房款，最后“丢了朋友又赔钱”的事屡见不鲜。

当客户表示要找朋友买房时，我们应该这样去说服客户：

首先，我们要站在客户的角度思考问题，对他的想法表示理解，可以说“我明白您的想法，买房子找朋友确实比较放心”，以此拉近彼此间的距离。

之后，我们可以客观地为客户分析找朋友买房的弊端，例如会不好意思一直跟朋友议价，不好意思让朋友一直同业主谈价，会过分相信朋友而忽视了一些细节问题等。必要的时候，我们还可以引用一些例子，表示以前有客户经历过此类事情，增加言语的可信度。

最后，我们可以向客户表示多委托一家中介对他并没有任何损失，客户反而能因此获得更多利益，例如有更多的优质房源供其选择，在房子的各方面条件上都有机会对比，这样才能买到一套物美价廉的房子，等等。

很多人都认为熟人好办事，打官司、办执照、找工作甚至生孩子都要找熟人，更别提买房子这么一件大事了。只要有朋友做中介或者朋友是经营中介机构的，自从有了买房的打算那一刻起，客户的第一选择肯定是找朋友帮忙。

遇到打算找中介朋友买房的客户，我们只要把这其中的利害关系讲述清楚即可，客户自然会做出正确的选择。这个时候，我们还可以通过其他人的案例来加以说明，以增强我们说法的可信度。

经纪人：“卢小姐，我完全明白您的想法，熟人好办事嘛。但是不知道您想过没有，买房实在是一笔很大的交易，其中牵涉很多手续和金钱问题，有时候您并不好和朋友争论或者过多地要求什么。例如朋友告诉你这已经是最低价了，您却在另一家房产中介发现同样的房子开价就便宜一万元，这样一来，您最后不仅丢了朋友还会闹得满心不愉快。”

（客户沉默）

经纪人：“其实，如今大家买房都是委托给好几家中介公司，这样一来，不但可选择的房源更多，价格也有得比较。您委托我们代理和委托朋友买房并不会有冲突，现在都讲究公平竞争嘛。如果您在我们这儿买到最合适的房子，相信您朋友也会替您高兴的。”

欢迎访问：电子书学习和下载网站 (<https://www.shgis.cn>)

文档名称：《二手房销售高手的36项技能训练》陈信科 著.epub

请登录 <https://shgis.cn/post/849.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

