

买房的人应该都清楚,接触楼盘的第一步是置业顾问,他们巧舌如簧,并且善于交流与沟通,很多置业者的决策都是在他们的层层诱惑之下。置业顾问对楼盘销量起到了关键的作用,开发商方面自然对他们要求严格,入职时也是精挑细选,经过了专业的培训后,他们中的很多都成为口才精英。想知道置业顾问常用的伎俩吗?且听记者给你慢慢说来!

买房子有妙招 解析置业顾问的常用伎俩



置业顾问的常用伎俩

目光犀利善用“鸳鸯刀”

售楼员练刀首先要练“眼”,其实就是要学会从客户衣冠上准确地判断出客户经济实力。从衣着看,是国产名牌还是世界名牌,哪个牌子属第几等级,搭配得如何;从言谈举止看,还可根据来人“坐骑”判断他的身份和购买力。

擅长这种方法女售楼员比较多一些。很多女售楼员通过辛勤客户拜访,让人人同情、男人怜惜。在地理条件、销售价格差不多情况下,消费者

往往会选择其所代理楼盘。这种打法比较正规,常见于各项目售楼处。

解招:鸳鸯刀一短一长,一刀上刻着:无敌,另一刀上刻着:仁者。售楼员往往利用性别优势博得消费者的同情心,然后通过专业知识帮助消费者买到适合的房子。

这种“刀”比较仁慈,销售人员基本上是靠专业知识来与消费者对话,对消费者的影响也比较小,即使消费者多花点钱也愿意。

快速签约犹如小李飞刀

这种方法其实有很多,如短时间内灌输大量的生僻词语给消费者,让消费者觉得自己落伍。然后争取消费者信任,不让客户有充分考虑权衡的时间,使客户匆匆购房。

在客户洽谈时间里,售楼人员互相配合打假电话,或假装成顾客,要买客户想要的那套房,制造房子很抢手的场面。如客户对某套房有了初步意向后,过几天售楼处会打电话告知:此套

房有人要购买,如果要马上来付定金。

解招:小李飞刀之所以能排在兵器榜上,就是一个字一快。但小李飞刀有一个秘诀就是,不看准破绽决不下手。如果不是兵器榜排名第一的“龙凤双环”上官金虹非要看看小李飞刀有多快,恐怕小李飞刀早就挂了。快速签约的招数对房地产的外行和老年人比较有效,但是对准备充足的青年人和行家很难奏效。

要点一:让被动的人是他而不是你

其实置业顾问和你最开始的一段对话,往往决定了他水平的高低,说白了就是这个时间段以内是否可以让你对他产生好感和信任是至关重要的,如果一旦你对这位置业顾问的第一印象的心理分数很高,那么这次交易的主动权可能就在他的手上了。

要求购房者去学习这些复杂的交流技巧显然是不现实,而且也没有必要的,这里可以建议冷对待,毕竟你是顾客而对方是服务人员,不管开始他的表现如何你都冷淡应对就行了,当然你自己的态度也不能过于无理取闹,礼貌但不做任何实质性的回应、微笑而不回答,让对方无法对你作出一个准确的心理评估,让他的说话技巧没有用武之地、无的放矢。

当然,如果你来到销售中心发现置业顾问都是一些个漫不经心,懒懒散散甚至态度恶劣的人,完全可以直接放弃这个项目,因为连销售房源都做得如此糟糕的楼盘,你能住得舒心么?

要点二:话多者,非智也

在置业顾问的培训教材里面“用心聆听对方说话”是一个重点,以求在对方说话的时候掌握对方的心理,收集对自己有利的信息。

我自己在很多销售中心都看到,有的购房者喜欢大谈特谈,什么楼市历史、销售案例、经典楼盘一大堆东西滔滔不绝地脱口而出,显然为了买房做了些功课的,他的想法当然是通过这些话语让置业顾问觉得自己很专业、很内行。

这个办法用来对付一些刚刚出道的菜鸟置业顾问或许有一定效果,但是对于一些杀场老手来说很有可能是适得其反。当然了,也不是说让各位进到销售中心,一句话都不说装哑巴,这样叫别人如何给你服务?开始谈的时候话可以尽量少一点,拣重点的说,把你的实际需求简简单单几句话说出来就行了,剩下的话让对方去说,期间可以适当地对楼盘提出一些简短且实际的问题,而且问一句话就行,不要有多余的东西。总之,让“聆听对方说话”这条置业顾问的行业准则为自己所用。

还要注意的,是善于交流的人,除了话语以外,其目光和微笑往往也是犀利的武器,千万不要被对方(特别是帅哥美女)那柔和的目光和怡人的微笑所控制,实在不行就拿一份楼盘资料低头看,听他讲的就行了。

要点三:不要过于表露你的需求

高级的营销说简单一点就是“不是在向客户推销什么,而是在帮对方找他想要什么”。

这个要点其实是一个老生常谈的话题了,简而言之就是你再喜欢也不要表露出来,为砍价留下余地,但是这个要点其实做到非常困难。

网上搜索一下,其实有很多所谓最后“推脱”的技巧,什么要和家里人先商量一下、什么其他人拿到了更好的优惠、什么

如何面对置业顾问

已经看上附近的楼盘等等,这些技巧实际效果能有多少很值得怀疑,因为你都可以在网上找到的东西,难道以卖房为生的置业顾问会找不到?很负责任地告诉大家,他们不仅找得到,而且肯定早就研究了与之对应的办法,你用这些公式化的东西来推脱反而让他们可以拿出与之对应的方案来解决,吃力不讨好。

所以,个人建议大家干脆就不要去搞一些花哨的东西,要推脱就直接推脱,“感觉价格还是贵了点,再看看吧。”简单而直接地说出来,等同于把一个实际问题丢给置业顾问“你降点我就买。”大家都清楚明了,再不行可以直接走人,现在的楼市存量大、新房少、观望情绪浓厚,可选择性大得很,大可不必担心你心仪的房子被人买走。而且,对方说不定比你还心急,即便他的表情很淡定。

要点四:正视自己的潜在“购买欲”

引发客户的潜在购买欲是营销学研究的一个大方向,好比现在盛行的电视购物,他们往往会抓住长期在家看电视的家庭主妇的心理,而通过一些夸张的演示和言语,让对方稀里糊涂地拿起电话来订购商品;还有早些年的“八星八箭”和“劳斯丹顿”也都是一样的道理。

人其实多少都存在一定潜在的购买欲,或许你自己都没有发现,不过一旦爆发出来往往是很强大的,有过催眠经验的人应该都知道,通过一些催眠术和心理干预其实可以激发出人类的很多潜在能力,从而做到很多平时看来完全不可思议的事情,虽然置业顾问销售房子没有到催眠这么严重的程度,但是一个好的销售人员肯定是具备激发客户购买欲望的能力。

如果要分析,置业顾问一般会通过控制和迎合你的说话节奏,把握你的心理动态,以及一些细节方面的处理(比如记住你的名字等),然后设法了解你的兴趣,并从这个兴趣入手配合适当的语言艺术,寻找和你的共鸣,并循序渐进地激发出你的一些想法和欲望,但是我个人的感觉是了解这些信息的意义不大,字面上来看很好理解的东西在实际的情景中其实很难照顾周全。

从心理学上来讲,人都是有潜在欲的,那么与其否定,不如正视,最好的办法就是首先从观念上确定,自己有购买欲,在遇到喜欢的东西就有掏钱的冲动,在承认自己确实存在这些心理状态的前提下,其实遇到很多问题后可能会更加淡定了。

本来感觉写到这里就差不多了,不过文章最后好歹还是总结一下,所谓买房砍价,无非就是用个合理的价格买个你想用来当家的地方(即便是投资需求,最终目的说到底还是这个),仅此而已,除开这个需求一切都是那晴空的浮云,不管置业顾问的心理战术多么的强大,宣传的辞藻多么的华丽,反正确定自己的需求坚持到底也就差不多了。

奇葩建筑

近日,网络上爆出一张奇葩住宅小区照片,江苏省昆山市一由“魔方方格”组成的“云立方”社区让过往行人眼花缭乱。无独有偶,在世界各地都有许多充满奇思妙想的建筑家,为我们建设了一栋栋“奇葩建筑”,下面就让小编带您领略一下全球十大奇葩建筑的奇妙吧。



中国富豪在美国哪些地方置业 过去六年纽约居首

2008年以来获中国机构投资房地产最多的美国10个州



越来越多的中国人在很多美国城市拥有房产。

据外媒报道,房地产咨询公司高纬环球发布的一份报告显示,在过去六年时间里,纽约州吸收了来自中国大约67亿美元的投资,位列美国最吸引中国投资者的十大州之首。

报告显示,希望建立全球性房地产投资组合的中国大型机构投资者通常会在纽约、洛杉矶和伦敦寻找目标。就在本月,希尔顿全球酒店集团同意将旗下旗舰酒店纽约华尔道夫酒店出售给一家中国保险公司,售价19.5亿美元。经纪商称,该交易创下美国酒店销售最高价,但单房价并非最高。

而资金储备较少的中国投资者也希望参与国际房地产投资,它们将目光投向其他城市。房地产咨询公司高纬环球近期的报告称,过去两年,越来越多的投资者寻求投资芝加哥和休斯敦等美国内陆城市、以及马德里和法兰克福等欧洲城市的办公楼和酒店。

有媒体报道称,在纽约的超级豪华住宅市场,曼哈

顿上东城可眺望中央公园的超级富豪区,现在售价2000万美元以上的住宅,买主绝大多数是中国人。曼哈顿中央公园东侧第五大道和公园大道之间,从49街到79街的公寓,约有三成都空着没有人住,业主都是外国人,绝大多数来自中国。

高纬环球大中华区研究主管林荣杰表示,中国投资者在美国全国范围内进行投资配置,不只专注于主要地区的精选资产,而是更多地关注价格更低、潜力更大的城市。

统计显示,在过去六年,纽约州吸收了来自中国大约67亿美元的投资,位列美国各州之首。加利福尼亚州排在第二位。据媒体报道,加州房地产买主约有14%是外国人,比率之高仅次于佛罗里达,而在加州购房的外国人中,中国人占比又是最高的。

伊利诺伊州和得克萨斯州分别以3.62亿美元和3.05亿美元位列第三和第四,后者主要得益于休斯敦吸引的投资。