

《我是房产销售冠军》

图书基本信息

书名：《我是房产销售冠军》

13位ISBN编号：9787300166810

10位ISBN编号：7300166814

出版时间：2013-1

出版社：中国人民大学出版社

作者：[美]拉尔夫·罗伯茨（Ralph R. Roberts），乔·克雷纳克（Joe Kraynak）

页数：270

译者：兰渊琴

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《我是房产销售冠军》

前言

《我是房产销售冠军》

内容概要

[内容简介]

“美国房产经纪第一人”拉尔夫·罗伯茨30年房产销售终极秘籍首度揭秘，深刻解析“一年卖掉600套房子”的行业传奇。这是一部能够帮助你成为顶尖级销售人员成功指南，充满智慧，卓有成效。

在本书中，作者拉尔夫将会为你呈现他在30多年销售职业生涯中积累的四部分课程——房产销售的修炼课、房产销售的使命课、房产销售的营销课和房产销售的创新课。其内容不仅仅局限于房产销售的基础知识，还包括“10-10-20技巧”“成功电话销售的4大规则”和“将弹性需求变成刚性需求”等许多灵活实用且独一无二的策略主张与技巧。通过这些传授，作者希望读者意识到，每个人都能成为不只是优秀的销售人员，而且是伟大的销售人员——真正的超级明星，你的梦想一定能够成为现实。

作者拉尔夫认为，成功所包含的意义远远不止专业上的成功，而且是指生活上的成功，实际上，它更是传达了一种平衡感。通过将这些课程付诸实践，你将能获得一个平衡的人生。你可以用较少的时间和努力取得较多的销售和利润，你会有更多的时间去追求梦想，与你珍视的人分享高品质的时光，并为社会做出贡献。总之，你的生活将变得更有价值也更加充实。

[编辑推荐]

《时代周刊》“美国房产经纪第一人”拉尔夫·罗伯茨30年房产销售终极秘籍首度揭秘。

作者拉尔夫·罗伯茨创造了一年销售600套房子的行业传奇，这一销售纪录几乎是一般房产经纪人一年业绩的100倍。

“60分钟打100个电话”、“10-10-20技巧”、坚持不懈地推销自己、将弹性需求变成刚性需求、改善社交的10大方法、正确结单的6大步骤……作者在30多年职业生涯中创造的许多独一无二的销售技巧与策略主张，在书中将一一与你分享。

本书作者为你精心呈现的四部分课程（房产销售的修炼课、房产销售的使命课、房产销售的营销课和房产销售的创新课），将帮助你成为不只是优秀的销售人员，而且是伟大的销售人员——真正的超级明星。

作者拉尔夫认为，成功所包含的意义远远不止专业上的成功，而且是指生活上的成功，实际上，它更是传达了一种平衡感。作者希望通过阅读本书，你能够获得一个平衡的人生，你的生活也变得更更有价值也更加充实。

《我是房产销售冠军》

作者简介

拉尔夫·罗伯茨 (Ralph R. Roberts)

缔造了一年销售600套房子的行业传奇，这一销售纪录几乎是一般房产经纪人一年业绩的100倍。他的客户包括花旗银行、美国国际集团、美国联合航空公司、大华银行等世界知名企业；

被《时代周刊》誉为“美国房产经纪第一人”，被美联社、CNN以及众多财经媒体大加推崇；

经验丰富的导师、培训师、咨询顾问及作家，在房地产销售及预防房贷诈骗事件方面享誉盛名，撰写并与人合著了多部包括“阿呆系列”在内的风靡美国的成功书籍，如“阿呆系列”之《进阶销售》(Advanced Selling for Dummies)、 “阿呆系列”之《跨文化销售》(Cross-Cultural Selling for Dummies) 及《像巨人一样走路，像狂人一样销售》(Walk Like a Giant, Sell Like a Madman) 等。

兴趣广泛，富有激情，热衷于销售及与人分享，在30多年的职业生涯中创造了许多独一无二的销售技巧与策略。

乔·克雷纳克 (Joe Kraynak)

自由人作家，撰写并合著了多部书籍，内容包罗万象。

《我是房产销售冠军》

书籍目录

前言 成为像我一样的超级明星

第一部分 奠基，从脚下开始：房产销售的修炼课

第01课 为今天、明天和你的未来工作

第02课 别做一块跳跳砖

第03课 胜利者创造销售，失败者制造借口

第04课 做个“积极先生”

第05课 明确你的目的地

第06课 没有“计划”，不成“销售”

第07课 把每一项工作都做成“流程”

第08课 别让琐事“锁”住你

第09课 先做最重要的工作

第10课 随时准备奖励自己

第二部分 最重要的是客户：房产销售的使命课

第11课 我是“销售”，而不是“订单接收员”

第12课 谁才是你真正的客户

第13课 你的成功就是我的成功

第14课 少许诺，多付出

第15课 让客户对你另眼相看的6大方法

第16课 将弹性需求变成刚性需求

第17课 约会潜在客户，做最认真的追求者

第18课 敢于对客户说“不”

第三部分 营销，做多少都不嫌多：房产销售的营销课

第19课 不光要到市场上去买，还要到市场上去买

第20课 不幸也是幸运

第21课 没事“找”事

第22课 你就是“品牌”

第23课 坚持不懈地推销自己

第24课 接触越多，机会越多

第25课 让我们一起“头脑风暴”

第26课 营销，做多少都不嫌多

第27课 用最好的技术做最好的营销

第28课 网络营销，开启新营销时代

第29课 口口相传，善用博客营销

第30课 巧用网络销售引导服务

第31课 诚信，社会化营销的关键

第四部分 突破正负0：房产销售的创新课

第32课 60分钟打100个电话

第33课 10-10-20技巧

第34课 成功电话销售的4大规则

第35课 顶级销售=顶级交际家

第36课 正确结单的6大步骤

第37课 找到你的“黄金搭档”

第38课 拥有你的“激情导师”

第39课 无心的选择决定你的成败

第40课 小点子，大机会

第五部分 Just Do It：成为房产销售冠军

第41课 重要的不是数字，永远是人

《我是房产销售冠军》

- 第42课 跟随成功的足迹前行
 - 第43课 学习，永远不应该停止
 - 第44课 做一名终生的学习者
 - 第45课 成为领域内的“就找他”
 - 第46课 向多文化市场扩张
 - 第47课 失败是成功的一环
 - 第48课 铂金规则，先舍后得
 - 第49课 建立自己的销售队伍
 - 第50课 管理 销售
 - 第51课 Just Do It
 - 第52课 如果你不做，答案永远是“不”
- 译者后记

《我是房产销售冠军》

章节摘录

版权页：插图：了解产品和市场十分关键。我不关心你卖的是什么，但我坚定地相信你必须了解你自己销售的产品或服务。不是一般地了解，而是要由内而外透彻地了解。这就意味着你必须亲自体验它。假如你是销售考维特的，你最好驾驶考维特；假如你卖吉他，你就应该会弹吉他。让我给你讲讲我们底特律的一个旅游代理帕蒂的事吧。她是密歇根最古老、最大的一家旅游代理培训公司的总裁。她自己本人也曾是一名旅游顾问。当我问帕蒂一个好的旅游代理需要做什么时，她回答说一个成功的旅游顾问首先必须去过很多地方：“你必须了解你推荐的那些目的地、游船以及度假胜地。”帕蒂曾经到访过50个不同的国家，而且在超过15条游船上航行过。基于这些经验，帕蒂可以给客户推荐游船航线、酒店或目的地，还能够告诉大家很多相关的知识。并不是许多旅游代理都拥有如此广泛的产品知识，然而它却是帕蒂获得成功的一个关键因素。要获得专业的知识可能比你想象的要容易一些。每年我搬家的时候，通常都可以降低销售佣金，因为我是自己的房地产代理。而对帕蒂来说，则可以利用航空公司和酒店等提供给旅游代理的深度折扣。有时候，旅游代理可以获得25%的机票折扣、50%的酒店折扣、游船费用可以低至每天35美元，提供这些折扣给他们，就是为了让它们能够亲身体验各个旅游项目。假如你是做销售工作的，而且有机会既做销售人员又做客户，我强烈建议你利用好这个机会。购买并且使用你所销售的产品会给你一个独特的视角，即客户的视角。当然，假如你销售的是心脏起搏器，那么你不可能为了获得客户的视角而给自己也安装一个，但是你可以改用另一种方法：与使用心脏起搏器的患者以及负责安装并维护心脏起搏器的外科医生进行广泛交谈。总之，跟产品或服务的最终用户距离越近越好。

《我是房产销售冠军》

后记

第一次看到书名，我就想起了在外企做营销工作时那些追赶时间与进度的日子。是啊，对于普通人来说，一年365天，四个季节，春华秋实，花开花落。而对于营销人员来说，一年52周，每一周都有每一周的任务和目标，每个月都要开会回顾，每个季度都要总结。读着拉尔夫的书，那一幕幕仿佛又来到眼前。52周的成功销售，那是多少人的梦想啊！拉尔夫是令人羡慕的，他入行早，又得到良师的指点，很年轻就悟出了许多销售的秘诀。这些秘诀，如今在我看来如醍醐灌顶，真恨不得能令时光倒退，让我重返商场，将它们一一尝试。我相信拉尔夫，我相信作为一个踏着前人成功的足迹，跟随着众多导师的引领，自己又善于从错误中学习的人，他的话都是很有道理、值得尝试的。虽然有些方法听起来似乎有悖常理，比如铂金规则、开除最差客户，但是仔细想来又是满含哲理的。拉尔夫深谙古老的商业成功之道，那就是要拥有积极情绪，有计划、讲条理，注重关系培养，永远虚心，不放过学习机会，当然还要勤奋刻苦。信任前辈、尊重传统的拉尔夫是一个前卫新潮的人，他永远在潮流的前沿，是新技术新事物的积极使用者和倡导者。我相信，这也是他成功的另一个重要原因。墨守成规、与时代作对、不愿接受新事物的人是注定要被时代淘汰的。拉尔夫同时又是完美的销售人员与领导者的结合体，他用自身的经历和平实的语言，告诉我们独行侠的悲哀以及团队的优势。当今时代，成功的销售人员不再是挨家挨户敲门的推销员，而是兼任销售人员的指挥员。对于拉尔夫来说，成功的销售始于聘请助理，这一点，想来是出乎好多人的意料吧。如今，一个成功的销售人员不仅要擅长推销，还必须懂得人员管理，同时独具慧眼，可以广揽天下英才。虽未谋面，我已经通过《我是房产销售冠军：“美国房产经纪第一人”的成功之路》将拉尔夫当成了一个知心朋友。虽然不太可能重返商场，但我还是会把这本书当作生活中的良师益友，因为书中的很多方法不仅适用于销售，而且适用于生活的各个方面。正像拉尔夫所说的，成功所包含的意义要远远大于事业上的成功。拉尔夫带给大家的，是让我们获得成功人生的秘诀。他希望我们在读完本书后，能够获得一个平衡的人生，能够给予家人、朋友和自己更多时间，也能够为社会做出更大的贡献。毕竟，对于很多人来说，这才是真正的成功。读完本书，我跃跃欲试，很想照着书中所写去工作，去实现自己的很多梦想。我认为，拉尔夫能够实现他的所有梦想，我也能。相信你读完这本书也会有同样的感受。翻译的过程十分愉快，朋友们的帮助使得过程更加顺利。感谢湛庐文化财富汇编辑部的信任与支持，还要感谢John Holman、邓平模、蓝譞、唐媛岳、陈宁、张志龙的帮助，他们或帮助我更准确地理解原文，或帮助我明确书中的技术及专业词汇的正确译法，或对中文行文提出了宝贵的意见。

《我是房产销售冠军》

编辑推荐

《我是房产销售冠军》

精彩短评

- 1、有些观念态度方面的东西值得一看
- 2、样书审读
- 3、书本很干净，是全新的，发货很快
- 4、延伸阅读《销售时机》《大客户销售》《销售大师》《提问就是销售力》《销售的革命》
- 5、只是一个噱头而已，没什么用处，买错了，浪费钱。
- 6、有些理论确实在很多书里见过了，也行作者确实是把理论和实际结合起来并取得成功。在Tips里面有很多实用的小建议。
- 7、东西还可以，就是好像没什么条理。看看再说吧
- 8、笔记。先做最重要的工作.做一名终生的学习者.没事“找”事.你就是“品牌”.把每一项工作都做成“流程”。
- 9、因为销售和自己关系不大，所以暂时只找到对自己有用的东西
- 10、纯销售类书籍。方法很多而且相信都会很有效。经典之作。不过内容比较杂，如果想短期内吃透恐怕不容易。

《我是房产销售冠军》

精彩书评

章节试读

1、《我是房产销售冠军》的笔记-第1页

工作的意义是获得更加愉快的生活，而不是让人逐步变态。

2、《我是房产销售冠军》的笔记-第104页

“怕麻烦”使人进步，因为“怕麻烦”才有了流程化、才有了发明创造。

我认识一些专业人士，他们在工作中禁止使用“难题”这个词，而要求团队所有成员把出现这个词的地方都换成“挑战”。我认为这种做法其实有点儿过于严重了。我对使用“难题”这个词没有意见，因为对我来说，每一个难题都为我们提供了一个发明创造、加强伙伴关系以及开拓新生意的机会。每一个发明都是出于解决某些问题的需求而出现的：有人为了更便捷地将物体从一个地方拖到另一个地方而发明了轮子；有人为了防止被淋湿或阳光暴晒而发明了雨伞；当人们厌倦了费劲地穿脱衣服时，他们发明了扣子、拉锁、暗扣、钩子以及尼龙搭扣。

确实有很多“难题”是单靠提高效率无法解决的，但是我们可以靠创造性解决它。当我给自己制定了每年销售300套房屋的目标后，一个难题出现了——我发现我根本不可能带多么多的夫妇去看房子。为了解决这个问题，我开始一次带两对、三对甚至四对夫妇看房。我只需要买一辆大一点儿的车子，再让助理处理好增加的手续方面的工作，就能将效率翻两番。

我不擅长写作，而作为想写书的人来说，这也是一个难题。于是我同专业作家合作，合著了十多部书籍。

你还可以帮你的客户解决“难题”。当你发现自己由于潜在客户买不起你的产品及服务而不得不拒绝他们时，其实你还可以帮助他们解决一个难题——看看能否给客户id提供融资服务。为了使更多的人买得起你的产品，财务部门可以成为你的另一个收入来源。

3、《我是房产销售冠军》的笔记-0

R:你当然可以营销你为之工作的公司以及正在销售的产品，然而这些实体只是一些周边利益，你把它们放进你的宣传内容是因为它们是你销售内容的一部分。只有宣传你自己，才能够确保长期的成功。这样一来，即使需要换公司或者开始销售其他产品，你还是可以保留那些投入到营销方面的时间、金钱以及精力给你带来的利益。TIPS客户从你这里买你的产品之前，他们必须先买你的账，也就是说他们必须了解你、信任你，了解你卖的产品，相信你将公平地对待他们、尊重他们。你开展个人营销活动的目的永远应该是描绘一个积极高大的个人轮廓，持续不断地加强你既学识渊博又值得信任的形象及事实。

I：销售产品其实就是在销售自己，当我们销售产品时候，公司的其他能提供价值的产品也可以搭配着介绍。

A1：对于猎头公司来说能提供的价值比较单一，对于很多公司来说能提供价值的只要research环节。

A2：深入挖掘一个环节，暂时研究职业规划试试。

4、《我是房产销售冠军》的笔记-第2页

周例会应该做的事，很考验管理者的能力。

5、《我是房产销售冠军》的笔记-第98页

假如你是做销售工作的，而且有机会既做销售人员又做客户，我强烈建议你利用好这个机会。购买并且使用你所销售的产品会给你一个独特的视角，即客户的视角。

当然，假如你销售的是心脏起搏器，那么你不可能为了获得客户的视角而给自己也安装一个，但是你可以改用另一种方法：与使用心脏起搏器的患者以及负责安装并维护心脏起搏器的外科医生进行广泛

《我是房产销售冠军》

交谈。总之，跟产品或服务的最终用户距离越近越好。

《我是房产销售冠军》

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：www.tushu111.com