|  |
| --- |
| **第二节 家装签单流程** |
| 我们从设计师的角度把签单分成四个时期，即接触期、洽谈期、施工期、售后期，这四个时期当中，有一些签单或发展新客户的关键点，设计师如果掌握的好，签单率将会大大提升。 接触期的签单关键点有两个，一是接待时，二是量房时。接待是在公司里进行，如果设计师在公司里与客户就进行了很好的沟通，取得客户的充分信任，那么就有两种可能：交订金、量房。有些设计师在与客户第一次交流时就充分打动客户，当场交订金也不是没有可能。  量房的过程也至关重要，量房时有两种情况，一种是多个公司同时量房，这时设计师就要有一种狼性，要不给其它设计师以任何机会，这是一个直接的竞争考验，能否在多数设计师当中取得客户的信任和好感，将决定最后成败。另一种情况是单独与客户量房，这种情况还可以分成两种情况，一是只有一个客户，二是客户约了朋友，朋友也恰恰就是另一个客户。这个过程如果把握好，则不仅能吸引客户，还能带来新的客户机会。  量房后可能出现两种情况，一是另约机会与客户沟通，二是当场领着客户回公司再次沟通。另约客户就会出现其它多种可能性，签单的机会就大大缩小了；如果能让客户直接跟你回公司，并当场出预算、平面图纸、设计方案，促使客户当场交订金，由签单的机会大大增加了。 所以设计师应当抓住每一个可能成交的机会，促使客户签单，而不是要等到多次沟通以后。  施工期和售后期是吸引客户介绍新客户的大好时机，设计师要善于把握。施工工期的开工交底是大好时机，设计师最好约定几个准客户去参观现场交底，通过开工动员会或交底仪式征服准客户，也可以要求客户带一些朋友（准客户）来参观，同时可让业务员去联系楼上楼下的邻居前来参观开工交底，这是发展新客户的关键点。 |