# 签约总结：站在客户的角度,赢得客户的信任

来源：网络 作者：翠竹清韵 更新时间：2024-09-13

*第一篇：签约总结：站在客户的角度,赢得客户的信任签约总结：站在客户的角度，赢得客户的信任学生情况介绍：郭同学，南京理工大学，大三主专业英语88 辅修会计 87 雅思7.0 在学GMAT 申请19年9月英国。妈妈比较强势，在第一次电话中很...*

**第一篇：签约总结：站在客户的角度,赢得客户的信任**

签约总结：站在客户的角度，赢得客户的信任

学生情况介绍：郭同学，南京理工大学，大三主专业英语88 辅修会计 87 雅思7.0 在学GMAT 申请19年9月英国。妈妈比较强势，在第一次电话中很不客气，表明自己什么都知道了解，只需要回答她的问题即可，以下是针对家长的一些问题的一些解答。

1、你好，鑫泉的常青是吧？我是一个朋友介绍的，麻烦你给全方位介绍一下英国硕士申请”……

此环节主要是Q&A环节，抓住对方需求。当时客户觉得咨询了很多家，就不让我总结。表示自己很专业了，所以在此环节，我就用一些冷门知识，比如 帝国理工的maths的在线测试 以及录取比率等以及 商学院认证体系这些平时不会主动咨询的问题，先压住客户的气势。

2、“你好，常青老师，我看你家网上评论不太好啊”……

我们98年做留学，无法让百分百的客户满意，市面上任意一家中介您去看，都会有多多少少的负面评价，针对到个体，咱们在大中介品牌的基础上，毕竟是人与人之间的对接服务。您抽时间可以过来，看看我这边的专业度，案例等等，结合公司的团队实力下，此环节主要是突出自己的优势。负责任，积累口碑客户的态度。

3、“你好，常老师，我每天事情都挺多的，你们不能上门服务么？”……

咱们这边公司有很多案例纸质版的册子，想让您全方位了解清新。再者，您过来也可以直观看到公司的环境，大家的工作状态，方便您客观比较评价对比。我们平时来访客户较多，也希望您理解。

4“你好，常老师，我觉得中介公司都差不多，什么新东方、金吉列我都咨询过”……

家长，从结果导向看，服务内容流程大同小异，但是我们是人力成本最高的团队，精确分工。把最大的便利和优质的服务给到客户。帮助客户赢我们才能赢。我们工作的标准是超越客户期待。鑫泉98年成立，老板是山西阳泉人，是有乡情存在的。咱广告打得不多，我这客户50%来源于老客户介绍。咱们把成本都在打造优质团队上了。咱们是踏踏实实做留学的。新东方是语培起家，15年才到太原。案例数量您可想而知。JJL文书有外包的情况，这点您从服务扣款协议就可以看出，我们的英国项目是不成功全退的，在客户层面上人性化，也最大限度让我们会尽一切努力将孩子的留学办好。

5“你好，常老师，把你们家的历史申请LSE 的数据都整理出来给我看一下”……

首先我了解到家长要数据的原因是因为之前别的机构都说每年可以走LSE40多个学生，主要我用学校招生比率。录取要求等让家长自己得出数据不真实。同时也做了一般详细的lse商科分析，对于背景，硬件条件，发给家长。发了案例。让家长信任我们是真实的，不是夸大报数据的。

总之，不管家长提出的疑问是什么，站在他们的角度去想问题，解决问题。就会赢得家长的信任。

**第二篇：如何赢得客户的信任**

如何赢得客户的信任

1、专业水准。无论客户是什么身份，什么背景，在您从事的领域他肯定没有您专业，那么，表现的更专业一点吧。严谨的工作作风，专业的建议都是赢得客户的基础。

2、为对方着想。没有人会对一个自私自利的人信任的，您只有真正为对方的利益着想，才能得到尊重。

3、适当地说“不！”态度温和，原则坚定。您如果答应了客户所有的要求，他一定知道您肯定是大多数都做不到。反之，如果对其中1、2个问题说不，他就知道，其他99%的问题您都能够解决。

4、保持联系。不能人走茶凉。有人买卖做完了，客户也就画句号了，这样是永远没有发展的。春节一个短信、生日一句祝福，这些小温情一定会让您的客户成为您永久的资源的。

5、注意形象。华丽留给宴会，休闲让给假期。工作时请注意，您不是漂亮的女人，也不是帅气的美男，您是工作者。得体的装扮，优雅的谈吐，会让您的客户对您信心大增的。

一：自信＋专业

“自信等于成功的一半”，自信心对营销人员非常重要，它直接展示你的精神面貌，无形中向客户传递了你的信心。试想一位营销人员对自己和公司都缺乏信心，要让客户信任和接受你是很难的。所以在和客户交往中一定要树立这样的信念：自己是优秀的，相信自己能取得最终成功的；我们公司是优秀的，相信我们的产品和服务也是能让客户赞许和受益的。以这样的信念和客户交往，你的言谈举止将处处加深客户对你的信心。

但我们也应该认识到营销人员必须具备自信的同时，一味强调自信心显然又是不够的，因为自信的表现和发挥需要一定的基础――“专业”。也就是说当你和客户交往中，你对交流内容的理解应该力求有“专家”的认识深度，这样让客户在和你沟通中每次都有所收获，进而拉进距离提升信任度。另一方面自身专业素养的不断提高，也将有助于自信心的进一步强化，形成良性循环。而我们的自信缺失了“专业”，往往就会给客户留下“华而不实”的印象，逐渐产生逆反和排斥心理。

所以我们不仅要自信，更要专业。

二：坦诚细微不足，体现真实自我

“金无赤足，人无完人”是至理名言，而现实中的理财人员往往有悖于此，面对客户经常造就“超人”形象，及至掩饰自身的不足，对客户提出的问题和建议几乎全部应承，很少说“不行”或“不能”的言语。从表象来看，似乎你的完美将给客户留下信任。但殊不知人毕竟还是现实的，都会有或大或小的毛病，不可能做到面面俱美，你的“完美”宣言恰恰在宣告你的“不真实”。

美国著名的心理学家纳特?史坦芬格做过这样一个实验：要求四名前来求职的人，要一边做自我情况报告的录音，一边用小型的煮炉煮牛奶。

第一位求职者声称：自己学习成绩优秀，而且有出色的社会活动能力。他在报告最后特意提到牛奶煮得很好。

第二位求职者的报告的内容与第一个人相差无几，但他在报告的最后说，他不小心碰翻了煮炉，牛奶也煮煳了。

第三位的情况和前面两位不同。他说自己的学业很糟糕，而且社会组织活动能力不怎么样，但他的牛奶煮得相当棒。

第四位的自我报告和第三位相似，并且牛奶也煮得差劲。

史坦芬格认为，所有求职者都可以归于上述四类人之中，第一类人：十分完美，毫无欠缺；第二类人：非常完美，略有欠缺；第三类人：欠缺，有小长处；第四类人：毫无长处。

表面上看来，似乎第一类人成功的几率应该更大，但现实的天平却倾向于第二类人。所以，一个营销人员想要赢得客户的信任，大可不必去极力掩饰自我，而应适当承认细微不足，使人觉得亲近，更容易被人接受。

三：帮客户买，让客户选

现实工作中，许多营销人员都会在阐述自身优势时，强调自身是客户的唯一或上佳选择，这在一定程度上表达了必胜信心，但同时也会给客户附加了压力。因为在这样的氛围下，你“先入为主”的结论往往使客户不能和你做轻松沟通，提出选择的建议。因此丧失进一步沟通的机会，彼此不欢而散。

所以当我们详尽阐述自身优势后，不妨不要单方面急迫下结论，而是建议客户多方面了解其他信息，并申明相信客户经过客观评价后会有做出正确选择的。这样的沟通方式能让客户感觉到他是拥有主动选择权利的，和你的沟通是轻松的，体会到我们所做的一切是帮助他更多的了解信息，并能自主做出购买决策。从而让我们有机会和客户拥有更多的沟通机会，最终建立紧密和信任的关系。

四：成功案例，强化信心保证

许多企业的销售资料中都有明显篇幅介绍公司的典型客户，理财人员应该积极的借助企业的成功案例，消除客户的疑虑，赢得客户的信任。在借用成功案例时，不应只是了解客户名称。而应详尽熟悉客户的资料，包括公司背景，产品使用情况，联系部门，相关人员，联络电话及其他说明等等。如单纯告知案例名称而不清楚具体细节的情况是会给客户留下诸多疑问的。比如1：怀疑你所介绍的案例不一定确实，2：所介绍的案例不一定是成功案例。所以细致介绍成功案例，准确答复客户询问非常重要，用好成功案例能为你建立客户信任发挥关键作用――“事实胜于雄辩”。

知己知彼，百战不殆。促销人员必须知道并可灵活应用的知识

一、你的产品是什么，有什么优势的地方

目的：你的产品是干什么用的，能给你的顾客带来什么好的地方，促进他们沟通。或者你的产品和其他同类的产品有什么优势的地方。

三、你的顾客是谁？

目的：说白点吧，叫做对人说人话，你的顾客是谁，他们是什么消费习惯和购买习惯？这个叫做消费者特性，当你了解你的顾客，尤其是他们的心理的时候，你就知道该怎么推荐了。客户分析的要素：

1、客户当时的心情

愉悦、平静、烦躁、痛苦

不同的状态采用不同的出击时机及方式。

2、知识层次及经济实力 知识层次决定说话的方式

经济实力决定推荐的产品价格和数量

3、对产品的认知认同度 不了解这类产品

了解认同这类产品但不了解我们的品牌 怀疑产品的功效及安全 不认同这类产品 反感这类产品

4、客户的消费观

感性消费：从众消费、喜欢新鲜事物，喜欢贪小便宜，凭感觉消费，消费金额可超过自己的消费支付力

理性消费：必须综合了解产品是否安全有效，并满足自己的需要了，才会确定购买意向。消费金额控制在自己消费习惯及能力范畴内 “变态”消费：抠门，总想以最低的价格买最大化的产品。

5、理财产品在客户心目中的地位 不同的理财产品有不同的。是针对不同需求的人群而设计的，所以要了解针对人群的特点。了解不同理财产品的基本特点，（优点及缺点，常见的问题）才能与你的客户有共同语言。客户性格： A、平易近人型 B、大大咧咧，随意型 C、孤芳自赏，不可一世型 D、外冷内热型 E、冷漠不易接近型 F、谨小慎微型

判断出客户的性格特征，才能选取最好的接近方式。

四、赢得顾客的信任怎么做

顾客的信任来自你的亲和力，产品的质量，企业的形象，产品给他们带来的好处，你的服务态度。所以我们要做的是：

1、通过细致贴心的服务给你服务与看到你服务的客户留下良好的第一印象。为接近客户得到客户初步信任做准备。

要求：形象、精神面貌、标准动作，礼仪（语言、微笑、举止），捕捉客户潜在需求并最快满足他需求的能力

2、能够为客户（客户认可的）提供理财专业意见。

要求：充分了解客户资金的现状，客户的认知水平。提供客户需要的专业意见。客户认可了你的专业能力，才更可能信任你推荐的产品。

3、充分了解理财产品，清楚简洁的用客户愿意听的方式推荐产品。

一个优秀的推销员赢得客户的办法：

1、多了解你的客户的信息，2、保持与你的客户的联系，就算不能成交，大家可以成为很好的朋友，当他哪天有需要你的产品的时第一时间会想到你。

3、赢得客户的信任，你必须作足自己应该做的功课，从你个人来说，这样你会更自信，因为你很了解你的产品，你的企业，你的顾客需要和顾客的心理。

4、重新认识自己，要懂得自我欣赏，一个推荐员要懂得对自己好点，要让自己的生活健康，多参加一些运动，从你能改变的东西开始改变，比如你的仪态，服装打扮等，给自己一些自信。有空可以多照镜子练习一下你的“演技”。

5、要懂得去总结经验，因为这个你个人的人生的财富。很多时候业务不单单是个人的问题，中国的环境复杂，有可能是客户的问题，你做了100％，但是还是没搞定，有时候原因不在你，但是还是没有结果，这个时候你要懂得去提前预知这些影响你成交的障碍点。下次不会碰到了。或者去避免。

6、长期以往，坚持下来，当你成交一个单子的时候，要懂得去释放自己，做业务的都有压力，要懂得去享受你的成就感觉。

**第三篇：如何赢得客户信赖**

汽车4S店销售与管理—如何赢得客户信赖

当我们以真诚的态度和深入调查的精神向消费者了解他们对现在很多企业的信任程度及其产生原因时，从消费者的脸上我们看到的大多是充满失望的表情，当然还伴随着对商家的一系列不满和抱怨，比如追求浮华、甚至言过其实的广告宣传，流于形式的“客户满意度调查”，手续繁琐的售后服务程序……

而对于商家来说，消费者的这些评价似乎让他们个个觉得满腹委屈——几乎所有的商家都声称：自己始终在为满足客户需求的问题上坚持不懈地努力；为了赢得客户的信赖，我们总是尽可能地做好各个环节的工作，等等。

现代企业之间的激烈竞争迫使企业必须想方设法赢得客户信赖，而大多数企业确实也在一直努力。可是，究竟哪里出现了问题？为什么客户的反映与企业的努力会出现如此悬殊的偏差？问题可能存在于企业活动的任何一个环节，只要企业在处理客户关系的过程中没有将真正将工作做到实处，那么无论企业多么标榜自己的真诚、付出多少努力，最后都将无法得到客户的充分信赖，最终企业只能被客户所抛弃。众所周知，在日常的经营活动中，任何一家企业都希望能拥有一个忠实的客户群体，因为有了这个群体，不仅使日常的工作省心、省事、省力，而且对新品牌的引入与推广及销售市场的良性循环也起到了至关重要的作用。但很多时候都是事与愿违，事物并不是朝你所想象方向去发展，很多企业已经意识到，拥有忠实的客户群体远比人们想象中的要难得多。要想获得客户忠诚，首先要赢得客户的信赖。虽然各个企业都十分清楚地意识到了这个问题，可是在建立客户信任度、赢得客户信赖的具体工作过程中，各项工作所发挥的实效却总是不尽如人意。为了更充分地提高客户对企业的信赖程度、增强客户忠诚度，企业必须要找到自身失去客户信任的关键——各项工作的决策与具体执行都没有真正落到实处。关于这一关键问题的产生和具体解决途径，我们认为，应从以下几方面进行深入分析：

一、企业失去客户信任的主要原因

企业不能获得客户信赖的原因有很多，在现代企业的生产经营活动过程中，导致企业失去客户信赖的主要原因有如下几种：

1.对客户需求缺乏深入了解

不了解客户的真正需求，这是很多企业失去客户信赖的重要因素之一。虽然一些企业标榜自己始终是从客户的实际需求出发，实际上，他们的这种标榜只是对企业品牌及其产品或服务的一种宣传，当他们的市场宣传手段与客户的真正需求相脱离之时，留给客户的便是被愚弄的感觉。因为，很少有客户会认为，一家无法满足其实际需求的企业是值得他们信赖的企业，这些企业的产品和服务自然也不会得到客户的认可。

当企业对客户的需求缺乏足够了解之时，如果企业还不能及时而清醒地意识到这一点，而只是自顾自地继续以所谓的“市场宣传”手段来迷惑客户，那么客户就会自然而然地走到竞争对手那里。

2.企业文化中缺少务实精神

有人用“人心浮躁”来形容现在的社会风气，在这种浮躁的环境下，曾经催生过一些昙花一现的流星企业，但是流星划过天空的那一瞬之后，那些企业就从此销声匿迹。缺少务实精神的企业文化是导致一些企业失去客户信赖的又一重要因素。在这类企业中，由于始终没能形成务实的企业文化，企业内部各个工作

岗位的员工就很难在眼前的工作岗位上踏踏实实地付出努力，他们更多地是带着较强的个人功利主义从事各项活动。

当企业内部无法积淀积极务实的企业文化之时，当企业内部员工缺少应有的、务实的职业精神之时，企业的各项生产和经营活动就会变得相当短视。无论是企业整体，还是其各个部门，以及大多数员工，都会以一种十分短浅的眼光只关注眼前利益的实现，而不会考虑到企业长期的持续性发展。

在这种浮躁的企业文化下，企业为了短期利益的实现往往会不惜损害客户的利益，这样的企业自然不会得到客户的信赖。

3.忽视客户的意见和不满

对客户提出的意见及表达的不满敷衍了事，这也是企业失去客户信赖的又一原因。

客户如果愿意花费时间和精力表达他们对企业的不满甚至抱怨，这对于企业来说其实并非一件坏事。至少，这证明客户仍在关注你的企业，以及你的产品和服务，如果企业愿意针对他们的意见和要求进行改进，客户对企业的信任程度往往会大幅提升。然而，在实际生产经营活动中，却只有为数很少的企业能够认识到这一点，并能重视和理解客户的意见和不满。大多数企业不是对客户提出的意见和不满置之不理，就是以十分消极的态度加以对待，甚至一些企业认为，这是客户在存心找他们的麻烦。事实上，当客户连这样的“麻烦”都不愿意找时，企业也就彻底失去了客户的信赖。

有些企业似乎已经认识到了这一问题的严重性，所以他们采取了一些办法去对客户的需求进行调查，结果，这类调查往往成为流于形式的摆设。这是因为，在调查过程中，企业更多地考虑的仍然是对企业产品或服务的宣传，而不是真正地试图了解客户的真实意见。

事实上，许多调查实际上就是企业伪装的一种推销行为，它们只会浪费客户的宝贵时间，因为企业根本不会真正对调查表上客户提出的意见进行认真斟酌。比如，一些企业的客户信息调查表中会向客户询问对企业的哪些产品或服务感到不满，以及客户认为消除这些不满的方式是什么，等等。虽然在调查的过程中，调查员们总是表现得相当郑重其事，可是当接受调查的客户认真填写完这些表格之后，这些表格往往就会被企业的档案整理人员束之高阁，甚至被当作废纸处理——客户的真实意见根本就没有得到企业的重视。久而久之，客户也认清了企业的这类把戏，他们不会再相信企业会真正考虑他们的意见，因此，当企业再企图通过这类形式了解客户的真实想法之时，客户往往会拒绝合作。

二、如何建立和增强客户的信赖感

1.深入挖掘客户的真实需求

为了建立和增强是客户对我们的信赖感，企业必须及时而深入地挖掘客户的真实需求。想要真正了解客户的真实需求并不难，关键是企业首先要做到以诚相待，同时要采取科学的方法对客户需求进行准确的预测和充分的理解。

在对客户需求进行充分了解的过程中，企业首先需要在其内部树立一种深入挖掘客户需求的意识。要使企业内部的所有工作人员，都明确客户对相关的产品和服务都有着一定需求，而且只有在客户的这些需求得到真正满足之后，他们才可能建立对企业的信赖。

其次，企业需要培养内部员工的观察能力和分析能力。如果没有良好的观察能力和分析能力，那么客户的真实需求就很难被真正理解，这将直接导致客户的不满。

另外，企业还必须通过培训等手段不断提高内部员工的专业知识，只有具备了很高的专业度，才有可能在深入了解客户真实需求的基础上赢得客户信任。

最后需要提醒的是，客户在购买过程中所表现出的需求种类和方式往往都有其一定的个性，而且每一类客户的需求往往都不是单一的，客户需求通常都会以几种基本需求的综合出现，而且其出现的方式也会随着客户的主观个性以及各种客观环境的变化而变化。在此情况下，企业对于客户需求的了解和挖掘就必须充分考试各种主客观因素的变化，而且还要持续不断地针对客户的真实需求开展各种卓有成效的活动。

只有真正地站在客户需求的立场上考虑企业未来的发展并开展各项生产经营活动，企业才有可能赢得客户的满意和信赖，企业未来的发展才更具竞争力。

2.建设务实的企业文化

建设务实的企业文化是解决企业内部诸多问题的重要途径，也是企业赢得客户信赖的重要方式。从企业与其内部员工存在的各种矛盾来理解：在企业当中，如果缺少一种被企业员工和领导人所共同接受的企业文化，那么这个企业的人才活动和企业的发展永远都是两张皮，二者之间是脱离的，永远没有互相促进、互相推动的可能。即使有些企业建立了所谓的企业文化，但是如果这种企业文化不是建立在务实的基础之上的，那么这种文化就如同虚设，企业不仅达不到留住人才并在人才的努力推动下持续发展的目的，而且还会使人才产生被愚弄、被轻视的感觉。同样，当我们把着眼点放在企业与客户的关系上时，我们同样会发现建设务实型企业文化对于增强客户信赖的重要意义。如果企业能够建立一种求真务实的企业文化，始终坚持脚踏实地地为客户提供优质的产品和服务，那么在企业生产和经营和各个环节当中，客户就会充分感受到这种来自于企业的脚踏实地的工作作风。如果企业在市场宣传、产品销售或售后服务过程中，始终坚持以务实的精神为客户提供一流的产品和服务，在任何一个环节都不对客户进行欺骗和隐瞒，那么客户对企业的信任程度自然会与日俱增，而企业在客户心口中的形象也会自然而然地得到有力提升。培养务实的企业文化，表现在企业与客户的关系上，实际就是要把客户需要的各项需求落到实处。做到这一点并不容易，它既需要企业内部系统的管理体制，也需要其内部所有员工的共同努力。不过，一旦持之以恒地做到这一点，那么企业实现可持续发展就不再仅仅是一个口号。在这方面，我们可以借鉴美国一家百货公司的做法：

诺德风百货公司是美国鞋业的零售巨头，它的顾客回头率达到87％。该百货公司除了鞋子好，销售人员态度好，更重要的是凡是在诺德风买鞋的顾客都会得到一张精美的小卡片，小卡片上有一句祝福的话，员工会在抬头处签上顾客的名字，落款处签上员工自己的名字和联系电话，那么顾客下一次来诺德风百货公司购物，只要拿出小卡片就可以找到上次那个销售员，而且找同一个人买鞋还有折扣。

3.关注客户的不满

客户对企业的不满既包括他们表现出的不满，也包括潜在于客户内心深入的不满。一些企业将客户的不满视作讨厌的麻烦，事实上，只有一少部分客户愿意花费时间和精力向企业表达他们的不满，而另外的大部分客户在对企业产生不满之后，他们往往会默不做声地寻找那些令他们感到更加满意的企业。

值得企业深思的是，那些愿意花费时间与精力表达他们不满的一少部分客户恰恰是愿意给企业解释机会的客户。通常，只有在他们的不满不被企业重视和得不到有效解决的时候，他们对企业的信赖才会逐渐丧失，而一旦当他们提出的意见或不满获得企业的重视并得到有效解决的时候，他们就会重拾对企业的信任，甚至这种信任程度还会得到一定程度的提升。

因此，关注客户的不满实际上就是为赢得客户的信赖而努力。那么，我们应该采取怎样的方式让客户切身感受到我们对他们所提出意见的关注呢？又该如何证明我们解决客户不满的诚意呢？显然，利用那些流于形式的各种调查是解决不了问题的，即使我们要采取客户调查的方式去关注客户的不满，我们也要讲究一定的方式。首先，我们要保证在客户自愿的前提下对客户展开调查，而不要使这种调查本身就引起客户的不满；其次，我们必须切实保持这类调查的真实度和可信度，不要制造虚假的数字和内容去编造企业的客户忠诚度和满意度等；另外，我们还必须使得这样的调查对实践具有切实的指导意义，要真正关注客户在调查表格中填写的各项内容，对客户提出的有代表性的意见进行积极有效的反馈，并对客户提出的合理意见加以借鉴。除了让客户填写各类调查表格，企业还可以通过其他方式关注客户的意见，比如星巴克的精神纽带法。

星巴克是全球品牌百强，全世界最大的咖啡零售商。星巴克允许员工和顾客在上班时间闲聊，他们可以交流一下最近在听什么歌，也可以发发有关排队、堵车或者坏天气的牢骚。星巴克认为员工上班时间这样的闲谈也是工作的一部分，可以把员工和顾客变成朋友，而顾客只要喜欢上了这个新朋友，就会常来星巴克。这也就是为什么，星巴克可以做到每天开5家分店，每天卖出超过1万杯的咖啡的原因。

总而言之，在日常的营销工作中，赢得客户信赖是获得客户忠诚的关键。虽然所有的企业都立志于拥有更多的忠诚客户，可是在赢得客户信赖方面，大多数企业做得都不够好。而企业若想在日益激烈的市场竞争中实现可持续发展，就必须认真建立和不断增强客户的信赖感。这是一个需要循序渐进的过程，让我们从现在开始，从每一件小事开始，共同努力，持之以恒。

**第四篇：客户签约须知**

客户签约须知

所有签约客户前往售楼部签约时，请您在认购书上约定的合同签署日期前准备好以下签约资料前往销售中心签署《商品房买卖合同》，当日支付购房款、税费等相关费用。若您所提供的资料不够完整或不符合要求，请在签署合同后三日之内将资料补交于售楼处或指定的按揭银行。

特别提醒:请您务必在三日内将资料补齐，逾期我司将严格按照双方签署的《商品房买卖合同》约定向您收取滞纳金。

一、一次性付款客户签约时需带资料

签约时请一定记得带齐您的大定、定金票据、购房者身份证原件（注：签约乙方一定要用中文名），并在签定《商品房买卖合同》的当日将全部房款一次性全部付清。

二、按揭贷款方式:请您根据自己的情况提前安排好时间准备各种资料（主贷人为购房人）：

单身：身份证原件（复印件）、单身证明（当地民政局办理）、户口簿、收入证明、认购书、首付款收据。

已婚：夫妻双方身份证原件（复印件）、结婚证、夫妻双方户口簿、收入证

明（双方都开收入证明）、认购书、首付款收据。

注：如单身必须本人到场签字，已婚则一定要夫妻双方全部到场，如配偶

方不能到场，则需要公证处出据的公证委托书。

私营客户需要提供：工商营业执照、税务登记证、近三个月的完税证明；开办公司的自雇人士：公司营业执照、组织机构代码、税务登记证、近3月的税票；如借款人系公司股东，还需提供公司章程（以上要件均提供复印件）●特别说明：

收入证明要求：您提供的月收入应该是您月供款的俩倍以上，这部分月供款包括您之前所有的银行未结清贷款，所以请注意您的月收入应该是您所有未结清贷款月供的两倍以上；如果个人收入证明在一万以上的则需要额外提供一些资产证明,资产证明包括债券、银行存款、车辆购置凭证、个人所得税证明等。（收入证明上收入上8000元以上，需出其个人所得税纳税证明）

如果您之前的贷款有过逾期的情况请务必付清逾期欠款，并请贷款银行出据付款明细并盖章。否则本次贷款银行将会因此怀疑你的信用记录，因乙方自身原因造成本次贷款不能审批成功者,由客户自行承担。

三、特殊情况处理：

1、本人无法到场：委托代理人除携带以上相应资料外还应携公证委托书、代理人身份证前往。

2、国内单位购房受委托人在签署合同时需同时出具如下资料：

① 购房单位营业执照副本原件及加盖公章的复印件（1份）；

② 法人代码证原件及加盖公章的复印件（1份）；

③ 《授权委托书》原件（2份）；

④ 法定代表人和受委托人身份证原件及复印件（1份）；

⑤ 若单位属于股份公司，还须出具公司章程和董事会决议原件（1份

3、购房者为未成年人时：除提供签约资料外，请提供全家户口本或独生子女证或医院出

生证或派出所出具的监护关系证明

4、国外护照没有中文的情况：需要到相应翻译社翻译护照、结婚证，并到公证处进行公

证，公证护照、结婚证、中文名。

5、国外单身：护照/台胞证原件（复印件）、单身证明、收入证明、定购单、首付款收据。

6、国外已婚：护照/台胞证原件（复印件）、结婚证、收入证明、定购单、首付款收据。

7、签约人不在国内如何签约：签约人在国外的中国大使馆出一份公证委托书，委托国内XX人为其办理一切购房手续，被委托人拿着委托书即可办理相关手续事宜。（如果签约人为夫妻必须一起去办理）

四、付款手续提示：

●支付定金、购房款、税费，维修基金等款项的方式有：现金、刷卡、转账支票、汇票

1、现金：为保证客户的资金安全，收取现金的截止时间为每天17：00前；

2、刷卡：国内银联卡均可（注意检查卡片为正常卡片，是否存在卡片消磁等异常情况）；

3、转账支票、汇款：以款项到达我公司账户日（银行出具的到账通知单的日期）为收款日，请务必在汇款单上写明业主姓名及户位。若以非业主本人名义汇款，请出具汇款证明，以向我公司证明该汇款是属于业主购房所需的款项。

4、缴款票据的开立：现金、刷卡方式可即时开具，其它缴费额方式均需待您支付的款项到我公司账户后方能开具。

公司名称：

开 户 行：

帐号：

如有疑问，请您与您的置业顾问联系。咨询电话：

注：以上资料的解释权归“\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*”所有，资料内容如有调整，恕不另行通知；如受国家相关政策调控影响或由于法律、法规、行政管理部门、银行、公积金中心等国家相关部门的政策发生变动时，相关规费的收费标准按国家规定执行。

**第五篇：客户签约须知**

客户签约须知

感谢您对杭州好美家房地产开发有限公司的信任与支持，我司全体员工将以此为动力，努力打造好杭州大世界·家艺展广场这一项目，使您对我司的支持得到丰厚的回报。

我们将按照之前共同达成的预定协议书的约定，请您在收到本通知函后，即2024年月日前至本公司售楼处签定《商品房买卖合同》同时请带齐有关个人证明资料、购房款及相关费用。

一、资料：（年龄未满18周岁以及年龄60周岁以上的合同主体人，银行不予受理按揭贷款业务，且借款人及其配偶必须拥有一套（含）以上自有产权商品住房或自有产权公房。）

1、夫妻双方身份证（原件）

2、户口本（原件）

3、结婚证（原件，未婚者请到当地民政办开据单身证明）

4、购房定金收据

5、《定金合同》

6、夫妻双方收入证明（夫妻双方月收入之和须是月按揭还款的两倍以上），或辅助证明如银行卡明细、营业执照复印件等。

7、拥有自有产权商品住房或自有产权公房的需带房产证原件，没有房产证的到物业所在地乡镇政府开具证明

二、您若是选择一次性付款方式，在签定《商品房买卖合同》时需带齐以下资料：

1、夫妻双方身份证（原件）

2、户口本（原件）

3、结婚证（原件，未婚者请带户口簿）

4、购房定金收据

5、《定金合同》

以上各款项内容请您根据自己的付款方式给予明确，并在签定正式合同时务必带齐，以免给您造成不便。

如有不明之处，请致电0571-85045555，\*\*\*葛小姐垂询，谢谢您合作。最后再次感谢您的支持和厚爱！

杭州好美家房地产开发有限公司

2024年月日

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！