

ابزارهای تأثیرگذاری بر افراد

نویسنده: رابرت بی. چالدینی

مترجم: کیخسرو ایزدیان

انتشارات سرو سیمین

۱۳۹۶

سرشناسه	چالدینی، رابرت بی.، ۱۹۴۵ - م
عنوان و نام پدیدآور	Cialdini, Robert B ابزارهای تأثیرگذاری بر افراد / نویسنده رابرت بی چالدینی : مترجم کیخسرو ایزدیان
مشخصات نشر	: هشتگرد: سرو سیمین، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	: ۳۰۴ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۹۶۲۰۰-۹-۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	عنوان اصلی: Influence: the psychology of persuasion, ۱۹۹۳.
یادداشت	کتاب حاضر نخستین بار تحت عنوان «قدرت نفوذ: شگردهای موفق تأثیرگذاری» با ترجمه‌ی ماندانا ناصر توسط انتشارات مکیال در سال ۱۳۸۸ منتشر شده است.
عنوان دیگر	: قدرت نفوذ: شگردهای موفق تأثیرگذاری.
موضوع	: تأثیر (روان‌شناسی)
موضوع	Influence (Psychology):
موضوع	: اقتناع (روان‌شناسی)
موضوع	Persuasion (Psychology):
موضوع	: تسلیم (روان‌شناسی)
موضوع	Compliance:
رده بندی کنگره	: ب ۱۳۹ / چ ۲۴ / ۴۷۷۴ BF
رده بندی دیویی	: ۱۵۴ / ۸۵۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۵۶۱۴۸۶

ابزارهای تأثیرگذاری بر افراد

نویسنده	: رابرت بی. چالدینی
مترجم	: کیخسرو ایزدیان
طراح جلد: پریا پیروی	
نشر	: سرو سیمین
چاپ	: اول ۱۳۹۶
تیراژ	: ۱۰۰۰
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۹۶۲۰۰-۹-۸
دفتر تهران: بلوار تعاون، بلوار فرساد شرقی، بلوار شهید نوروزی، پلاک ۵/۱، واحد ۱۶	
تلفن: ۰۹۱۲۶۷۱۹۶۲۷، ۴۴۱۵۳۳۰۲، ۴۴۱۰۴۱۸۰ همراه: ۰۹۱۲۶۷۱۹۶۲۷	
ایمیل:	sarvesimin.publication@gmail.com
صندوق پستی:	۱۴۶۶۵-۱۵۶۳
حق چاپ و تکثیر و نشر مکتوب و الکترونیکی برای نشر سرو سیمین محفوظ است.	

فهرست

۹	فصل اول
۹	تأثیرگذاری
۲۴	سخن و آوازه‌نگار
۲۶	فصل دوم
۲۶	عمل متقابل
۲۶	اصل قدیمی: از هر دست می‌گیری
۳۰	این قانون باعث می‌شود، دست با را داشته باشیم
۴۱	این قانون می‌تواند موجب انجام معاملات تجاری غیرمنصفانه بشود
۴۴	جبران از خودگذشتگی دیگران
۵۸	تعهد به انجام توافق صورت گرفته
۵۹	چگونه نه بگوییم
۶۶	فصل سوم
۶۶	تعهد و پایداری بر تصمیم‌ها
۶۶	غول‌های ذهنی
۷۷	احساس تعهد کلید ماجراست
۸۷	حرکت جادویی
۹۳	داوری عمومی
۹۷	تلاش مضاعف
۱۰۵	انتخاب درونی
۱۱۸	چگونه نه بگوییم
۱۲۷	فصل چهارم
۱۲۷	گرفتن تأیید اجتماعی
۱۲۷	حقیقت ماییم

۱۴۲	علت مرگ: عدم اطمینان
۱۵۰	خودتان را از قربانی شدن نجات دهید
۱۵۴	من مقلد از دیگران تقلید می‌کنم
۱۶۹	چگونه نه بگوییم
۱۸۰	فصل پنجم
۱۸۰	علاقه‌مندی
۱۸۰	دزدی که دوست ماست
۱۸۵	جذابیت ظاهری
۱۸۷	شباهت
۱۸۹	تعریف کردن از مشتریان
۱۹۰	ارتباط و همکاری
۲۰۳	ارتباط بین خبر خیر و خبر بد
۲۱۹	چطور نه بگوییم
۲۲۴	فصل ششم
۲۲۴	اقتدار
۲۳۶	ظاهربینی، نه محتواگرایی
۲۳۶	لقب
۲۴۱	لباس
۲۴۴	وسایل لوکس و تجملی
۲۴۵	چگونه نه بگوییم
۲۵۳	فصل هفتم
۲۵۳	کمیاب بودن
۲۵۳	اصل کم بودن کالا یا فرصت
۲۶۰	واکنش روانی
۲۷۳	شرایط مطلوب
۲۸۳	چگونه نه بگوییم
۲۸۹	منابع