

سرشناسه : سیلانی، حسین، ۱۳۵۲ -
 عنوان و نام پدیدآور : شاه کلید کامیابی: بررسی سه موضوع کاربردی برای رسیدن به موفقیت / نویسنده حسین سیلانی.
 مشخصات نشر : تهران: نشر تعالی، ۱۳۹۵.
 مشخصات ظاهری : ۲۰۰ ص؛ ۲۱×۱۴ س.م.
 شابک : ۷-۵۵-۷۵۴۷-۶۰۰-۹۷۸: ۱۸۰۰۰۰ ریال
 وضعیت فهرست نویسی : فیبا
 موضوع : موفقیت
 موضوع : هدف و هدف‌گزینی (روان‌شناسی)
 موضوع : راه و رسم زندگی
 رده بندی کنگره : ۱۳۹۵ س۹ / م۸ / BF۶۳۷
 رده بندی دیویی : ۱۵۸/۱
 شماره کتابشناسی ملی : ۴۲۱۸۳۲۰



نام کتاب: شاه کلید کامیابی

نویسنده: حسین سیلانی

صفحه آرا: جعفر خدادادی

ناشر: تعالی

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۵

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۷-۵۵-۷۵۴۷-۶۰۰-۹۷۸

نشانی پست الکترونیک: taalibook@yahoo.com

نشانی اینترنتی: www.taalibook.com

نشانی مرکز پخش: تهران میدان انقلاب، ابتدای جمالزاده شمالی، کوچه شهید بزمه، کوچه صالحی، پلاک ۴

تلفن: ۰۹۱۲۲۰۲۷۴۲۵

قیمت: ۱۸۰۰۰ تومان

فهرست

۱۱	مقدمه
۱۳	فصل نیم
۲۱	فصل اول: هدف
۲۳	راز آفرینش
۲۴	هدف چیست؟
۲۴	رسالت چیست؟
۲۸	آشکار نهان
۲۸	ویژگی‌های رسالت (مأموریت) زندگی چیست؟
۳۹	آیا انسان موجودی منحصر به فرد است؟
۳۹	چگونه رسالت خویش را پیدا کنیم؟
۳۳	خودانگاره چیست؟
۳۵	موفقیت و خودانگاره
۳۶	نحوه شکل‌گیری خودانگاره چیست؟
۳۸	خودهای سه گانه
۳۹	خود ظاهری شما
۴۰	خودانگاره منفی شما
۴۱	خود واقعی شما
۴۲	برنامه‌ریزی مجدد خودانگاره منفی
۴۴	اندیشه نهائی
۴۵	تأیید طلبی، آری یا نه
۴۶	اصل قیمت
۴۹	هدف‌گذاری

- سه گام اساسی برای تحقق آرمان‌ها و آرزوها ۵۱
- رؤیایا (آرزوها) و اهمیت آن در زندگی ۵۱
- رؤیای بزرگ ۵۴
- هدف‌گذاری با استفاده از مکانیزم تعیین رؤیایا (آرزوها) ۵۸
- ارزش‌ها ۵۸
- گام اول: مهم‌ترین چیز در جهان ۵۹
- گام دوم: طوفان مغزی ۵۹
- گام سوم: رؤیای بزرگ ۶۴
- گام چهارم: ارزیابی موفقیت ۶۹
- گام پنجم: غلبه بر موانع ۷۲
- گام ششم: تعیین اهداف برای برنامه زمانی موفقیت ۷۳
- مشخصات یک هدف خوب چیست؟ ۷۴
- هدف باید مثبت باشد ۷۴
- هدف باید قابل اندازه‌گیری باشد ۷۴
- کانال حواس ۷۵
- بوم‌شناسی هدف ۷۶
- هدف باید به اندازه کافی بزرگ و دست‌یافتنی باشد ۷۶
- هدف باید قابل باور باشد ۷۷
- تکه تکه اش کن ۷۷
- حکاکی کن ۷۸
- قانون ۱۰۰٪ ۷۸
- انتخاب اهداف باید بر اساس آگاهی و بصیرت صورت گیرد ۷۸
- تکنیک هدف‌گذاری به روش اسمارت SMART ۷۹
- Specific مشخص باشد: ۷۸
- Measurable قابل اندازه‌گیری باشد: ۷۸
- Achievable قابل دسترس باشد: ۷۹
- Realistic واقعی باشد: ۸۰
- Timely زمان داشته باشد: ۸۰
- تجسم خلاق چیست؟ ۸۳
- مهم‌ترین عوامل موفقیت در تجسم خلاق چیست؟ ۸۶
- کدورت زدائی کنید ۸۶
- کلام نافذ ۸۸
- شوق وصال ۸۹

۹۰	روی ابرها قدم بزن
۹۰	باور داشتن
۹۱	گام هفتم: فعال کردن منابع
۹۱	انواع منابع قابل دسترس
۹۱	پتانسیل ذاتی
۹۲	منابع انسانی
۹۲	دارائی‌های دیداری
۹۲	دارائی‌های غیر دیداری
۹۲	ایر دارائی‌ها
۹۳	مدیک کن

۹۷	فصل دوم: تغییر
۱۰۰	علامت تغییر
۱۰۱	علت مقاومت در برابر تغییر
۱۰۱	چگونه مرز شکن باشیم
۱۰۱	صندوقچه اسرار
۱۰۲	مغز قدیم
۱۰۲	مغز میانی
۱۰۳	مغز منطقی
۱۰۳	اولویت مغز قدیم چیست؟
۱۰۵	اولویت مغز میانی می‌باشد؟
۱۰۶	الگوی صحیح تغییر چیست؟
۱۰۸	ضعف فیل
۱۰۹	عطش فیل
۱۱۰	چه باید کرد
۱۱۰	نکته اول: نقاط روشن را بیابید
۱۱۲	نکته دوم: گام‌های اساسی را مکتوب کنید
۱۱۲	نکته سوم: به مقصد اشاره کنید
۱۱۳	کارت پستال مقصد چیست
۱۱۴	نکته چهارم: احساس را پیدا کنید
۱۱۶	نکته پنجم: تغییر را کوچک کنید
۱۲۰	نکته ششم: به آدم‌ها اجازه رشد دهید
۱۲۵	نکته هفتم: محیط یا موقعیت را عوض کنید

۱۲۷	نکته هشتم: عاداتی ایجاد کنید.....
۱۳۴	نکته نهم: افراد را رهبری کنید.....
۱۳۶	نکته دهم: به تغییر تداوم بخشید.....
۱۴۰	الگوی تغییر با استفاده از نظری رابرت دیلتز در آنال‌پی.....
۱۴۱	تغییر در سطح محیط.....
۱۴۲	تغییر در سطح رفتار.....
۱۴۳	تغییر در سطح توانایی‌ها (مهارت).....
۱۴۴	تغییر در سطح بارها و ارزش‌ها.....
۱۴۴	باور چیست و چرا در ما شکل می‌گیرند؟.....
۱۴۴	منشأ باور چیست؟.....
۱۴۶	تغییر در سطح ارزش‌ها.....
۱۴۸	تغییر در سطح هویت.....
۱۴۸	هویت چیست؟.....
۱۵۱	تغییر در سطح معنویت (رساله).....
۱۵۱	هم‌سوئی چیست؟.....

۱۵۵	فصل سوم:
۱۵۷	ارتباطات.....
۱۵۸	تعریف ارتباطات.....
۱۵۸	چرا ارتباطات مؤثر؟.....
۱۵۹	ویژگی افراد موفق.....
۱۵۹	راه‌های نفوذ در دیگران.....
۱۵۹	راپورت (Rapport) چیست؟.....
۱۶۰	انواع ارتباطات.....
۱۶۰	ارتباطات کلامی.....
۱۶۰	ارتباطات غیر کلام.....
۱۶۱	میزان اثرگذاری ارتباطات غیر کلامی و غیر کلامی.....
۱۶۲	راهکارهای کاربردی جهت استفاده بهتر از زبان بدن.....
۱۶۲	اجرای نمایش پانتومیم.....
۱۶۲	تماشای تاتر و فیلم‌های خوب.....
۱۶۲	حرکات آیینهای.....
۱۶۳	همگام شدن (آیینه دیگران) Pacing.....
۱۶۳	همدلی چیست؟.....

- ۱۶۳ همدلی چیست؟
- ۱۶۴ دلسوزی چیست؟
- ۱۶۵ راه‌های رسیدن به همدلی چیست؟
- ۱۶۵ گوش دادن فعال (پویا)
- ۱۶۶ نکات ضروری جهت گوش کردن فعال
- ۱۶۷ درک چهارچوب ذهنی دیگران
- ۱۶۸ کنترل احساسات و هیجانات
- ۱۶۸ راه کارهای کنترل احساسات منفی
- ۱۶۹ هم‌انگی و همگامی
- ۱۷۰ کتورهای لازم جهت همگام شدن با دیگران چیست؟
- ۱۷۰ طرز فکر
- ۱۷۱ نظامی تجسیمی و شناسایی کانال‌های ترجیحی مخاطب
- ۱۷۲ حالات
- ۱۷۲ حالت نفس کشیدن
- ۱۷۳ تن صدا
- ۱۷۴ سرعت کلام
- ۱۷۴ حالت خلق و خو
- ۱۷۴ زبان
- ۱۷۵ محتوای کلام
- ۱۷۵ همگام شدن چه اثرات و نتایجی را به دنبال خواهد داشت؟
- ۱۷۶ هدایت کردن یا رهبری Leading
- ۱۷۷ روش شناسایی ورود به مرحله رهبری کردن چیست؟
- ۱۷۹ کلام آخر
- ۱۸۴ پایه گذاران ان‌ال‌بی
- ۱۸۵ ان‌ال‌بی چیست؟
- ۱۸۶ تعاریف ان‌ال‌بی
- ۱۸۶ اهداف ان‌ال‌بی چیست؟
- ۱۸۷ فواید ان‌ال‌بی چیست؟
- ۱۸۸ شاخه‌ها و حوزه‌هایی که ان‌ال‌بی در آن ورود کرده است

مقدمه

یک روز یک خبرنگار از آقای وارن بافت، دومین ثروتمند جهان که حرفه تخصصی او بورس و املاک و مستغلات می‌باشد سوال کرد که: «با توجه به تجربه و تخصص شما، بهترین جایی که یک شخص می‌تواند در آن سرمایه‌گذاری کند تا سود سرشاری از آن برد کجاست؟» ایشان در جواب این خبرنگار این چنین گفت: «بهترین جایی که هر شخص می‌تواند در آن سرمایه‌گذاری کند، سرمایه‌گذاری روی خودش است.»

بیرون ز تو نیست آنچه در عالم هست از خود بهای هر آنچه خواهی که تویی به شما خواننده عزیز تبریک عرض می‌کنم، به خاطر این که شما جزو آن دسته افراد هستید که برای خودتان ارزش قائل شدید و خواستید که از خودتان شخص ارزشمندتری بسازید و با آموزش و یادگیری، تغییرات مهم و اساسی در خود و دیگران ایجاد نمایید. از شما بسیارم که حاضر شدید بهای ایجاد تغییر خود را بردارید و با وجود همه مقاومت‌هایی که چه بیرون از شما و چه درون شما وجود دارد، این کار را انجام می‌دهید.

به شما خواننده عزیز در همین ابتدا، قول می‌دهم که در صورت خواندن و به کار بردن مطالب این کتاب، قادر خواهید بود که در زندگی خود تغییرات شگرف و بزرگی را به وجود بیاورید و از خود، انسان ارزشمندتری بسازید.

حسین سیلانی

زمستان ۹۴

