



SEVENTH QUARTERLY PROGRESS REPORT

July | August | September **2023**



BUNYAD



KHUD MUKHTAR



AAGHOSH





Table of Contents

1) Background	02
2) Introduction and Context of the Action in the Past Quarters	02
3) Activities Carried Out During the Reporting Period	03
3.1) CCF Visited the Districts to Capture Success Stories of Aaghosh, Khud Mukhtar and Bunyad	03
3.2) Developed TVCs and Documentaries - Aaghosh and Bunyad	04
3.3) Aaghosh IEC Materials Progress: Shifting from Illustrations to Pictures, Spotlighting the Consumer Journey	04
3.4) Khud Mukhtar's Journey: Illustration to Reality, Beneficiary Pictures and Asset Value of Rs 150,000 Enrich Updated IEC Materials	05
3.5) Launch of Bunyad Campaign	05
3.6) Designed PHCIP Corporate Collateral Materials	06
3.7) Designed Promotional Collateral for PHCIP Call Center	06
3.8) PHCIP Social Media Posts	07
3.9) PHCIP Website	08
4) Progress	09
5) Appendix	10



1. Background

The **Punjab Human Capital Investment Project (PHCIP)**, a World Bank-funded project initiated by the Government of Punjab, aims to support the implementation of key investments in health, education and social protection for human capital development in Punjab. A multi-sectoral, three-component project, PHCIP aims to improve the quality of life for underprivileged and vulnerable households - its development goal is to enhance access to and usage of quality health services, as well as implement economic and social inclusion initiatives in targeted regions through educational and monetary interventions. The Project is being implemented in **12 districts of Southern Punjab** with the support of three implementing agencies, namely the School Education Department (SED), Primary & Secondary Healthcare Department (P&SHD) and Punjab Social Protection Authority (PSPA) as being the lead implementer.

PHCIP comprises of three main components: Component-I: Quality of and Access to Upgraded Healthcare Services (Aaghosh), Component-II: Economic Inclusion (Khud Mukhtar) and Component-III: Social Inclusion for Education (Bunyard). The objective of the Punjab Human Capital Investment Project (PHCIP) is to upgrade existing Government health facilities and increase the utilization of quality health and education services, as well as economic and social inclusion programs among poor and vulnerable households in selected districts of Punjab.

The Project targets the following areas of services:

Quality of Healthcare Services: Any individual can visit a primary healthcare facility to avail healthcare services under H&N CCT. To qualify to become an Aaghosh beneficiary, eligibility includes being a pregnant or lactating woman, or a parent of children up to 2 years of age from BISP beneficiary households, as identified through the National Socio-Economic Registry (NSER). The NSER is currently being updated; however, until the new NSER data becomes available, the Project will use existing data to target beneficiaries. Beneficiaries enrolled on the basis of the old NSER will continue to stay in the program for a period of two years, even if the new NSER exits them from the BISP program.

Economic Inclusion (EI): An eligible beneficiary of the Labor Market Readiness (LMR) package is a parent whose age is between 18 and 29, with at least one child under 5 years of age, from BISP beneficiary households, as identified through the NSER. An eligible beneficiary for the livelihood support grant will be a beneficiary who has completed the LMR package.

Social Inclusion for Education (SIE): Any child living in the target communities is eligible to be enrolled in ECCE.

In the capacity of being the Creative Communications Firm for PHCIP, Spectrum VMLY&R has remained dedicated to the partnership since December 7th, 2021. Over the course of the preceding quarters, Spectrum VMLY&R has consistently and enthusiastically undertaken a multitude of tasks, all meticulously tailored to meet PHCIP's distinct requirements. These tasks have ranged from extensive diagnostic research to the development of comprehensive brand guidelines, from the creation of compelling print materials to the production of captivating audio-visual content, and beyond. With the start off of this seventh Quarterly Report, we aim to present a comprehensive overview of the progress achieved during the last quarter, spanning the period from July to September 2023. This report offers a detailed and insightful account of the creative and communication designs that have been expertly crafted to further support PHCIP's mission and goals.

2. Introduction and Context of the Action in the Past Quarters

Upon taking on the role of PHCIP's creative and communication partner, Spectrum VMLY&R's primary objective was to develop a strategy aligned with the Project's goals and target beneficiary profiles. The Agency placed strong emphasis on creating a unified brand image for PHCIP, ensuring that all Project materials shared consistent visual elements such as style, colors and fonts. This approach aimed to enhance brand recognition across various communication materials. Simultaneously, the Agency prioritized using straightforward language and easily understandable illustrations to effectively communicate with beneficiaries who may have limited literacy.

In addition to the initial tasks, the Agency successfully delivered a wide range of creative and communication materials for PHCIP and its three components – Aaghosh, Khud Mukhtar and Bunyard. These materials encompassed the creation of brand guidelines, refinement of illustrations for Aaghosh and Khud Mukhtar, development of the Bunyard logo, suggestions and finalization of the third component's name, crafting taglines and positioning statements for all three components, and designing various promotional materials such as posters, flyers, brochures, tri-fold flyers, and other Information, Education and Communication (IEC) materials. Each component received its distinct color scheme and illustrations to maintain individuality.

Furthermore, the CCF team established PHCIP's corporate identity in the digital sphere by building the Project website from the ground up, including its structure, design and content. The team also worked on PHCIP's presence on social media platforms, including Facebook and Twitter, to raise awareness,



educate the digital audience about PHCIP's work across its three components, and actively engage with the audience. During this period, the CCF team created content such as success stories, work plans, health and hygiene awareness materials, community letters, FAQs, Helpline number 1122 materials, and proposed branding designs for rickshaws and hoardings related to the Aaghosh and Khud Mukhtar programs.

Moreover, during the last quarter specifically, the PHCIP team made a significant update by increasing the cash benefit from Rs. 17,000 to Rs. 23,000 to better support Aaghosh beneficiaries during these challenging economic times. The CCF team also effectively communicated this upgrade to the audience through IEC materials, helping earn trust and fostering a positive public perception of the Aaghosh program. Additionally, IEC materials were created for the Bunyad campaign, incorporating illustrations. This design approach significantly enhanced the campaign's visual appeal and engagement with the audience.

Looking ahead to the seventh quarter, the CCF team's focus has been on the following deliverables.

3. Activities Carried Out During the Reporting Period

In addition to the Diagnostic & Inception Report, the Project encompassed a variety of creative communication deliverables. Spectrum VMLY&R continued to progress in the development of these anticipated deliverables during the seventh quarter. Listed below are the specific deliverables that were the focus during this period.

S. No.	Activities	Progress
3.1	CCF Visited the Districts to Capture Success Stories of Aaghosh, Khud Mukhtar and Bunyad TVC	Approval Awaiting
3.2	Developed TVCs and Documentaries for Aaghosh and Bunyad	Delivered/ Approval Awaiting
3.3	Aaghosh IEC Materials Progress: Shifting from Illustrations to Pictures, Spotlighting the Consumer Journey	Delivered/ Approval Awaiting
3.4	Khud Mukhtar's Journey: Illustration to Reality, Beneficiary Pictures and Asset Value of Rs 150,000 Enrich Updated IEC Materials	Delivered/ Approval Awaiting
3.5	Launch of Bunyad Campaign	Delivered
3.6	Designed PHCIP Corporate Collateral Materials	Delivered
3.7	Designed Promotional Collateral for PHCIP Call Center	Delivered
3.8	PHCIP Social Media Posts	On-going
3.9	PHCIP Website	On-going

3.1 CCF Visited the Districts to Capture Success Stories of Aaghosh, Khud Mukhtar and Bunyad TVC

In the seventh quarter, the CCF team's objective was to document Phase 2 of the success stories of Aaghosh and Khud Mukhtar. The purpose was to gather more relatable stories of individuals who have benefited from these programs. The PHCIP team collaborated with the CCF team to chart a roadmap based on targeted regions, and identify the beneficiaries whose stories would be covered.

The content gathered during this field visit played a crucial role in the creation of social media & website content, with a focus on still photography. This content was subsequently shared across various platforms to highlight these success stories.

The CCF team embarked on a journey to the designated regions of PHCIP, beginning in Dera Ghazi Khan for three days to cover the Aaghosh Program. The CCF team documented the stories of pregnant and lactating women, as well as cash agents who offered Alpha/Omni services. The CCF team displayed Aaghosh banners in cash agents' stores and participated in covering the Lady Health Workers' training sessions to raise awareness about the Aaghosh program.

Subsequently, the CCF team proceeded to Bhakkar for a three-day visit aimed at documenting the experiences of those benefiting from the Aaghosh Program. During this period, the CCF team had the opportunity to interact with various individuals who were beneficiaries of the Aaghosh Program. They met a family, where a mother-in-law had two daughters-in-law registered as beneficiaries of the Aaghosh Program. She expressed her satisfaction with the Program's advantages and decided to enroll her second daughter-in-law in the Aaghosh Program once again. This decision was primarily driven by the Program's compelling benefits and the high-quality healthcare services offered. In this second phase of success story visits, the CCF team covered diverse stories and locations; in Bhakkar, they managed to document 3-4 stories during their stay.

The third spot was Mianwali. During this visit, lasting 2 ½ days, the CCF team focused on documenting the Bunyad program. They covered sessions conducted by social mobilizers, Parent Teacher Meetings, School Council Meetings, children attending Bunyad ECCE (Early Childhood Care & Education) schools, and the Bunyad ECCE schools themselves.



The fourth location visited was Muzaffargarh, where the team spent 3 days covering the Khud Mukhtar Program and 1 day covering the Aaghosh Program. In the case of Khud Mukhtar, the PHCIP team has so far distributed assets each amounting to PKR 150,000 to 24,000 beneficiaries, with 19,000 of them receiving cattle, as in these regions women mostly takes care of cattle. They captured and documented LMR trainings, success stories of beneficiaries based on profiling, including three who received cattle, a tyre puncture repairer, and a food hawker.

Subsequently, the CCF team visited Lahore for coverage of call centers, traveled to Islamabad for the interview of the CEO PSPA. It's worth noting that the CCF team had already documented 19 success stories in Phase 1, which are shared with the client for approval.



3.2 Developed TVCs and Documentaries for Aaghosh and Bunyad

The Agency team took on another significant task during the coverage of success stories, focusing on the development of TVCs (Television Commercials) and documentaries for both Aaghosh and Bunyad programs. These TVCs and documentaries were skillfully produced and edited before being submitted to the PHCIP team for approval.

In the case of Aaghosh, content was developed for three TVCs,

with the aim to raise awareness amongst the audience regarding the benefits of the Aaghosh program. The content highlighted how beneficiaries could access Rs. 23,000 at various stages, including registration, child immunization, and check-ups for expectant mothers. It also featured the role of cash agents in disbursing the funds, and emphasized the availability of the 1221 Helpline service to register any complaints encountered during the process. Additionally, the content was adapted into radio formats for wider dissemination and also was adapted into the Saraiki language to be more relatable and engaging for the regional audience.

For the Bunyad TVC and Documentary, the CCF team crafted content with an objective to introduce the ECCE (Early Childhood Care & Education) classes, now in 3,400 schools across 11 districts, and state the importance of Early Childhood Care & Education (ECCE) for a child's lifelong learning and development. The content showcased the benefits of the ECCE classes, emphasizing the nurturing and friendly environment in which teachers impart new learning experiences. In the Documentary, the CCF team ensured coverage of the ECCE school facilities and highlighted how students receive quality education for free. The documentary was also run at various corporate events for Bunyad.

3.3 Aaghosh IEC Materials Progress: Shifting from Illustrations to Pictures, Spotlighting the Consumer Journey.

In the last quarter, there was a focus on incorporating the Helpline number 1221 in various Aaghosh communication materials to raise awareness and educate the audience about its availability. This Helpline served as a platform for registering complaints or seeking information about PHCIP and its components - Aaghosh, Khud Mukhtar and Bunyad. Additionally, the CCF team worked on designing Aaghosh collaterals to inform the audience about the Conditional Cash Transfer (CCT) amount increase from Rs. 17,000 to Rs. 23,000.

Moving into the seventh quarter, the CCF team's primary task was the development of Information, Education and Communication (IEC) materials for Aaghosh. These materials played a crucial role in promoting the benefits of the Aaghosh Program. In the updated IEC materials for Aaghosh, the CCF team replaced illustrations with still photographs of beneficiaries,



taken during visits to Dera Ghazi Khan, Bhakkar, Mianwali and Muzaffargarh. The CCF team also undertook the redesign of various Aaghosh collaterals, including flyers, banners, standees, leaflets, posters, streamers, pregnancy posters and branding materials for rickshaws, Qingqi vehicles and ambulances.

The redesigned IEC materials strongly focused on illustrating the beneficiary journey, highlighting each step. To access the cash benefits, beneficiaries need to visit cash points provided by UBL Omni, Alfa Pay, or HBL Konnect. To facilitate the beneficiary journey and address any issues, the presence of the Helpline number 1221 was highlighted, where complaints can be registered and assistance can be obtained. Multiple design options were presented during this quarter for client approval.



Image 1: PHCIP Aaghosh Banner design 8x5ft, for further references see Annexure 5 images – I till XLII

redesigning the Information, Education and Communication (IEC) materials. The objective was to replace illustrations with the photographs of beneficiaries, as now we have developed a photo bank and can include informative messages about the Program. Notably, the Program has reached 75,000 households, providing assets worth Rs. 150,000 specifically benefiting BISP beneficiary families. To date, 24,000 individuals have benefited from the Khud Mukhtar program.

The redesigned IEC materials have been crafted to highlight the success stories of beneficiaries and underscore how the Program empowers individuals, fostering economic inclusion. These materials have also tailored to specific regions, such as for Rahim Yar Khan, to directly connect with the target audience. The IEC materials and Khud Mukhtar program information was incorporated in posters, flyers, leaflets, and brochures, which will be strategically placed in various localities to engage beneficiaries more effectively.

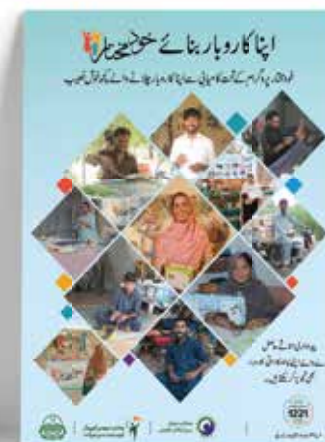
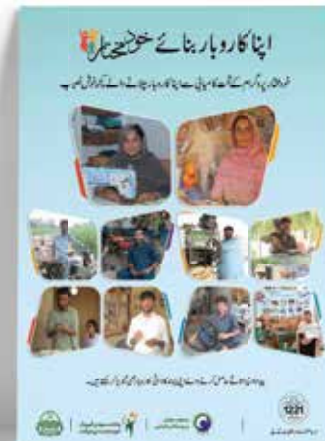


Image 2: PHCIP Khudmukhtar Posters design 17x22 for further references see Annexure 5 images – XLIII till LII

3.4 Khud Mukhtar's Journey: Illustration to Reality, Beneficiary Pictures and Asset Value of Rs 150,000 Enrich Updated IEC Materials

In the sixth quarter, the decision was made to incorporate the Helpline number 1221 into the Khud Mukhtar program. This initiative primarily involved the strategic placement of designed stickers on collaterals. These stickers were intended for placement at various consumer interaction locations, including public areas, offices and community centers.

Moving into the seventh quarter, the CCF team focused on Khud Mukhtar once again. This time, efforts were directed towards



3.5 Launch of Bunyad Campaign

During the sixth quarter, the CCF team's activities primarily centered on the design and development of Information, Education and Communication (IEC) materials to promote the Bunyad Program. These materials included banners, flipcharts, stickers, an A4 guideline book, and book covers, with the dual purpose of preparing for the Bunyad Public Information Campaign in the upcoming seventh quarter, providing support for the Social Mobilization team. The IEC materials effectively conveyed key messages to attract parents and encourage them to enroll their children in the Bunyad Program, highlighting its objectives, the significance of Early Childhood Care & Education, child protection, gender equity, and clean and green initiatives. Additionally, an A4 guideline book was created to offer comprehensive Program information, while book covers and stickers were designed to enhance branding consistency across communication channels, ultimately serving to promote the Program's objectives and engage stakeholders.

In the seventh quarter, the CCF team embarked on an impactful campaign launch, integrating photographs captured during the visit to Mianwali into various Information, Education and Communication (IEC) materials. These materials included banners, standees, flip charts and flyers, which not only conveyed key messages but also created visual appeal with the audience. Additionally, the CCF team focused on raising awareness about the importance of handwashing and hygiene among students through the design of brochures, aiming to instill behavior change and promote healthier lives among children.

For the Early Childhood Care & Education (ECCE) classes, the CCF team went a step further, creating compelling collaterals such as classroom banners and Bunyad-branded stickers for tablets, ensuring visibility and engagement within the educational setting.

Furthermore, the CCF team designed digital backdrops that invited people to participate in three days of open house sessions, featuring Bunyad beneficiaries. This approach aimed to attract parents, whose children are up to 5 years of age, to attend these sessions, ultimately making a meaningful impact by providing valuable information and creating an environment conducive to positive growth and learning.



Image 3: PHCIP Bunyad Banner design 3x6ft, for further references see Annexure 5 images – LIII till XCVI

3.6 Designed PHCIP Corporate Collateral Materials

In the seventh quarter, the CCF team focused on designing impactful corporate materials. These aimed at illustrating the essence of PHCIP and its three core components, along with showcasing its remarkable achievements and positive impact in the target regions. The CCF team crafted a corporate booklet, including attention-grabbing title and back pages, as well as informative A4-sized inside pages dedicated to highlighting the benefits, growth and reach of the Khud Mukhtar and Aaghosh programs. These pages effectively emphasized the stories of beneficiaries and the substantial numbers of individuals who have benefitted from these programs. Multiple options of PHCIP infographic ads were also developed to visually convey the Project's scope, and highlight tangible benefits it has brought to the beneficiaries. Across these corporate materials, the central communication message strongly stated is: "Ab Badlay Gi Zindagi" (Life Will Change Now). This message is aimed at inspiring and engaging beneficiaries by showcasing the transformative impact of PHCIP and its components, ultimately leaving a lasting impression of positive change and empowerment.



Image 4: PHCIP Corporate collateral materials, for further references see Annexure 5 images – XCVII till CV



3.7 Designed Promotional Collateral for PHCIP Call Center

In the seventh quarter, under the directive of PSPA, the CCF team continued efforts in promoting the Social Protection Helpline number 1221, and its invaluable benefits for consumers. This included highlighting round-the-clock availability, tailored particularly for the Aaghosh Program. Our promotional materials emphasized that this Helpline facility is proficient in both the regional language Saraiki and the national language Urdu, ensuring accessibility and convenience for consumers in asking questions and seeking information about the Program. This approach has not only created a sense of accessibility, but has also empowered beneficiaries by providing them with the necessary resources and support in languages familiar to them, ultimately making a significant impact on their ability to engage and understand the programs.



Image 5: PHCIP Call center collateral materials

3.8 PHCIP Social Media Posts

In the last quarter, the CCF team was actively engaged in establishing PHCIP's digital presence on platforms such as Facebook and Twitter. Our primary objective was to educate and engage the digital audience about the various initiatives under the PHCIP project, particularly in the Southern Punjab regions. Here are the key activities we performed in the seventh quarter, and their impact and achievements:

The CCF team strategically curated and shared informative and educational content related to the three core components of PHCIP – Aaghosh, Khud Mukhtar and Bunyad. This content aimed to disseminate beneficiaries' stories and highlight the positive impact of the PHCIP project.

Focusing on the Bunyad Program: In this quarter, the CCF team laid special emphasis on featuring the Bunyad Program's efforts in building ECCE classes and its quality teaching approach. We effectively communicated the benefits of this Program, which facilitates the admission of children under 5 years into ECCE classes. This approach has helped attract a larger audience interested in early childhood education.

Aaghosh Program Awareness: We also dedicated efforts to showcasing the Aaghosh Program and its beneficiaries. By sharing personal stories, we have demonstrated how the Program has positively influenced the lives of these individuals, underscoring the Project's overall benefits.

Breastfeeding Awareness Campaign: The CCF team initiated a campaign to raise awareness about the importance of breastfeeding among pregnant and lactating women. This campaign was conducted in honor of World Breastfeeding Day, running from Tuesday, Aug 1, 2023, to Monday, Aug 7, 2023. It aimed to educate and encourage the importance of breastfeeding for child health & immunity.

World Population Day: On this day, Tuesday, Jul 11, 2023, we actively promoted PHCIP's mission to enhance child health and encourage early education, emphasizing how these factors contribute to happier families.

Showcasing the Khud Mukhtar Program: Lastly, we highlighted the success stories of Khud Mukhtar beneficiaries, and illustrated how this Program positively impacted their financial conditions.

The impact of these activities has been notable. We have effectively reached and engaged with our target audience, raising awareness about PHCIP and its various components. By sharing real-life stories and promoting important events such as World Breastfeeding Day and World Population Day, we've not only educated the digital audience, but also encouraged community involvement and support for the Project's objectives.



Image 6: PHCIP Social media post design related Aaghosh - Breastfeeding Awareness Campaign and Bunyad Program, for further references see Annexure 5 images – CVI till CXXIII

section of the website. These banners are a part of section that effectively showcases all Project developments and progress achieved to date, keeping visitors informed about the Project's evolution.

FAQ Section Enhancement: Another significant achievement was the design of banners for the FAQ section. These banners were strategically created to address the questions and concerns of website visitors, providing helpful information and assistance regarding the PHCIP Project.

Thumbnails for Beneficiary Success Stories: To create engagement for the visitors and emphasize the impact of the Aaghosh and Khud Mukhtar programs, the team designed video thumbnails. These thumbnails feature success stories of Program beneficiaries, making the narrative more relatable and inspiring.

The impact of these activities has been substantial. The website now boasts visually appealing and informative banners that capture the essence of the Project's mission and accomplishments. By showcasing beneficiaries and promoting the social protection service, we have enhanced user engagement and awareness. Furthermore, the Knowledge Management banners and FAQ section improvements have contributed to a more comprehensive and user-friendly website experience. Lastly, the video thumbnails have effectively conveyed the positive impact of PHCIP's programs through real-life success stories, further connecting with the website's visitors.

3.9 PHCIP Website

Since the inception of the Project, the CCF team has consistently updated the PHCIP website with comprehensive information, documenting the Project's journey, achievements and the dedicated efforts of our team in effectively executing Project deliverables. The CCF team continued to update the PHCIP website with valuable content and enhance its visual appeal. Here are the key activities performed, along with their impact and achievements in the seventh quarter, specific to:

Designed Web Banners: During the seventh quarter, our primary focus was crafting eye-catching web banners for the three program components – Aaghosh, Khud Mukhtar and

Bunyad. These banners included slider banners, leaderboard banners, and video thumbnails. They prominently featured the beneficiaries of these programs, providing a human touch to the Project's online presence.

Promoting Social Protection Services: The banners also played a pivotal role in spreading awareness about the social protection service Helpline number 1221. We highlighted how the PHCIP team is actively assisting consumers by guiding and resolving their concerns and queries related to the PHCIP Project and its various components.

Knowledge Management: In addition, the CCF team designed leaderboard banners for the Knowledge Management



Image 7: PHCIP Website Banner of promoting Social Protection Services, for further references see Annexure 5 images - CXXIII till CXLVIII



4. Progress

S. No.	Activities	Progress
1	Diagnostic Review Report on the Media & Information Use Habits of the Target Audience/Key Beneficiaries of Each Component	Delivered
2	Inception Report with Detailed Work Plan, including Advisory Inputs	Delivered
3	Branding & Visibility Guidelines - Designing	Delivered
4	PHCIP Communications & Visibility Materials	Delivered
5	Standardized Event Management Materials & Exhibits - Designing	Delivered
6	Design of PHCIP Webpage	On-going
7	Development of Content for Social Media, PR & Media Coverage on a Monthly Basis	On-going
8	Public Information Campaign for Aaghosh	Delivered

5. Appendix

With reference to above mentioned deliverables.



Images I, II, III, IV & V: Aaghosh Streamer Designs reference to activity 3.3



آغوش پروگرام کے تحت
بروقت ویکسین لگوانے پر **1000** روپے وصول کریں



2 سال سے کم بچوں کے
مرکز صحت پر 8 وارنٹی معائنوں
اور نفاذی لیکے لگوانے پر
ہر بار **1000** روپے



یو این کوئسٹل سے پیداہتی
سرٹیفکیٹ نمائیں
1000 روپے وصول کریں

جزیہ معلومات اور رہنمائی کے لیے قریبی مرکز صحت یا آگوش ہاپ نمبر 1221 پر رابطہ کریں۔

یو این کوئسٹل سے حاصل کردہ معلومات کے لیے SMS #221 SMS نمبر سے رابطہ کریں۔

1221

Omni, Ato, Pay



آغوش پروگرام کے تحت
بروقت ویکسین لگوانے پر **1000** روپے وصول کریں



2 سال سے کم بچوں کے مرکز صحت پر 8 وارنٹی معائنوں اور نفاذی لیکے لگوانے پر ہر بار **1000** روپے



یو این کوئسٹل سے پیداہتی سرٹیفکیٹ نمائیں **1000** روپے وصول کریں

جزیہ معلومات اور رہنمائی کے لیے قریبی مرکز صحت یا آگوش ہاپ نمبر 1221 پر رابطہ کریں۔

یو این کوئسٹل سے حاصل کردہ معلومات کے لیے SMS #221 SMS نمبر سے رابطہ کریں۔

1221

Omni, Ato, Pay



Images XII & XIII: Aagosh Flyer Designs (8.25x11) reference to activity 3.3



آغوش خواتین کے لیے **23,000** روپے تک کی مالی معاونت

1221
مفت ہیلپ لائن

حاملہ اور دو سال سے کم عمر بچوں کی ماؤں کے لیے **23,000** روپے تک کی مرحلہ وار مالی معاونت

آغوش

1221
مفت ہیلپ لائن

آغوش تک کی مالی معاونت **23,000** روپے

1221
مفت ہیلپ لائن

Images XIV, XV & XVI: Aghosh Banner Designs (5x10ft) reference to activity 3.3

آغوش **23,000** روپے تک کی مرحلہ وار مالی معاونت
حاملہ اور دو سال سے کم عمر بچوں کی ماؤں کے لیے

1221

مزید معلومات اور درخواست کے لیے

آغوش
حکومت پنجاب کی طرف سے
خواتین کی مرحلہ وار مالی معاونت کا پروگرام

حاملہ خواتین اور 2 سال کی عمر تک کے بچوں کی ماؤں
آغوش پروگرام میں رجسٹریشن اور صحت کی منت
سہولیات حاصل کرنے کے لیے اپنے قومی شناختی
کارڈ کے ہمراہ قریبی مرکز صحت تشریف لائیں۔
اور آغوش پروگرام سے فائدہ اٹھائیں۔

1221

مزید معلومات کے لیے

آغوش
حکومت پنجاب کی طرف سے
خواتین کی مرحلہ وار مالی معاونت کا پروگرام

حاملہ خواتین اور 2 سال کی عمر تک کے بچوں کی ماؤں
آغوش پروگرام میں رجسٹریشن اور صحت کی منت
سہولیات حاصل کرنے کے لیے اپنے قومی شناختی
کارڈ کے ہمراہ قریبی مرکز صحت تشریف لائیں۔
اور آغوش پروگرام سے فائدہ اٹھائیں۔

1221

مزید معلومات کے لیے

آغوش
حکومت پنجاب کی طرف سے
23,000 روپے تک کی مرحلہ وار مالی معاونت

حاملہ خواتین اور 2 سال کی عمر تک کے بچوں کی ماؤں
آغوش پروگرام میں رجسٹریشن اور صحت کی منت
سہولیات حاصل کرنے کے لیے اپنے قومی شناختی
کارڈ کے ہمراہ قریبی مرکز صحت تشریف لائیں۔

1221

مزید معلومات کے لیے

Images XVII, XVIII, XIX & XX: Aaghosh Banner Designs (5x8ft) reference to activity 3.3

آغوش پروگرام کے تحت بروقت ویکسین لگوانے پر **1000** روپے وصول کریں

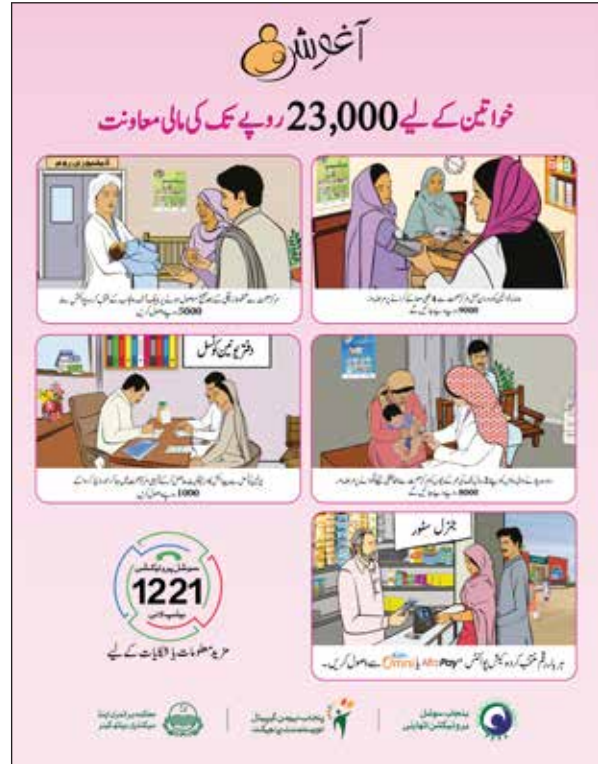
2 سال سے کم عمر بچوں کے مرکز صحت پر 8 باہمی معائنوں
اور حفاظتی ٹیکے لگوانے پر ہر بار **1000** روپے

یہ ٹیکے کوشل سے پیدا ہونے والی سرینکھٹ خواتین **1000** روپے وصول کریں
مزید معلومات اور رجسٹریشن کے لیے قریبی مرکز صحت یا ہسپتال پر 1221 پر رابطہ کریں۔

1221

مزید معلومات کے لیے

Image XXI: Aaghosh Banner Designs (3x6ft) reference to activity 3.3



Images XXII & XXIII: Aghosh pregnancy poster reference to activity 3.3



Image XXIV Aghosh Standee Designs (2x5ft) reference to activity 3.3



آغوش پروگرام کے تحت
مرحلہ وار ایسی معائنے اور ویکسین لگوانے پر **1000 روپے** حاصل کریں

2 ماہ سے کم عمر بچوں کے کراسکے 8 بائیں سوانوں اور معائنے لگوانے پر ہر ماہ **1000 روپے**

بچے کو کھلے سونے والی سرخچیت ہوا کر کراسکے میں اندازاً کے بعد **1000 روپے**

ہر ماہ کراسکے سے سونا لگوانے کے بعد ہر ماہ **1000 روپے** SMS کے ذریعہ آپ کو مطلع کیا جائے گا۔

اپنے سونے والے **Omni** یا **Pay** اکاؤنٹ سے سونا لگوانے کے لیے **1221** پر کال کریں۔

آغوش پروگرام کے تحت
مرحلہ وار ایسی معائنے اور ویکسین لگوانے پر **1000 روپے** حاصل کریں

2 ماہ سے کم عمر بچوں کے کراسکے 8 بائیں سوانوں اور معائنے لگوانے پر ہر ماہ **1000 روپے**

بچے کو کھلے سونے والی سرخچیت ہوا کر کراسکے میں اندازاً کے بعد **1000 روپے**

ہر ماہ کراسکے سے سونا لگوانے کے بعد ہر ماہ **1000 روپے** SMS کے ذریعہ آپ کو مطلع کیا جائے گا۔

اپنے سونے والے **Omni** یا **Pay** اکاؤنٹ سے سونا لگوانے کے لیے **1221** پر کال کریں۔

آغوش

ماہ وار اور سونے سے کم عمر بچوں کی ماہوں کے لیے **23,000 روپے** تک کی مرحلہ وار مالی معاونت

- 3,000 روپے: ماہ 1 سے 3 تک
- 7,000 روپے: ماہ 4 سے 7 تک
- 3,000 روپے: فرین کراسکے سے کھڑا ہونے تک
- 9,000 روپے: 2 ماہ سے کم عمر بچوں کے کراسکے پر 8 بائیں سوانوں اور معائنے لگوانے پر
- 1,000 روپے: ویکسین سے پہلے ہونے والی کراسکے کے کراسکے کے لیے

ہر ماہ کراسکے سے سونا لگوانے کے بعد ہر ماہ **1221** پر کال کریں۔

آغوش

ماہ وار اور سونے سے کم عمر بچوں کی ماہوں کے لیے **23,000 روپے** تک کی مرحلہ وار مالی معاونت

- 6,000 روپے: ماہ 1 سے 3 تک
- 3,000 روپے: ماہ 4 سے 7 تک
- 5,000 روپے: فرین کراسکے سے کھڑا ہونے تک
- 8,000 روپے: 2 ماہ سے کم عمر بچوں کے کراسکے پر 8 بائیں سوانوں اور معائنے لگوانے پر
- 1,000 روپے: ویکسین سے پہلے ہونے والی کراسکے کے کراسکے کے لیے

ہر ماہ کراسکے سے سونا لگوانے کے بعد ہر ماہ **1221** پر کال کریں۔

آغوش پروگرام کے تحت
مرحلہ وار ایسی معائنے اور ویکسین لگوانے پر **1000 روپے** حاصل کریں

2 ماہ سے کم عمر بچوں کے کراسکے 8 بائیں سوانوں اور معائنے لگوانے پر ہر ماہ **1000 روپے**

بچے کو کھلے سونے والی سرخچیت ہوا کر کراسکے میں اندازاً کے بعد **1000 روپے**

ہر ماہ کراسکے سے سونا لگوانے کے بعد ہر ماہ **1000 روپے** SMS کے ذریعہ آپ کو مطلع کیا جائے گا۔

اپنے سونے والے **Omni** یا **Pay** اکاؤنٹ سے سونا لگوانے کے لیے **1221** پر کال کریں۔

آغوش

ماہ وار اور سونے سے کم عمر بچوں کی ماہوں کے لیے **23,000 روپے** تک کی مالی معاونت

- 6,000 روپے: ماہ 1 سے 3 تک
- 3,000 روپے: ماہ 4 سے 7 تک
- 5,000 روپے: فرین کراسکے سے کھڑا ہونے تک
- 8,000 روپے: 2 ماہ سے کم عمر بچوں کے کراسکے پر 8 بائیں سوانوں اور معائنے لگوانے پر
- 1,000 روپے: ویکسین سے پہلے ہونے والی کراسکے کے کراسکے کے لیے

ہر ماہ کراسکے سے سونا لگوانے کے بعد ہر ماہ **1221** پر کال کریں۔

Images XXV, XXVI, XXVII, XXVIII, XXIX & XXX: Aaghosh Standee Designs (2x5ft) reference to activity 3.3

آغوش

حکومت پنجاب کی جانب سے منتخب اضلاع کی حاملہ اور 2 سال سے کم عمر بچوں کی ماؤں کے لیے 23,000 روپے تک کی مرحلہ وار مالی معاونت کا پروگرام

رجسٹریشن کا طریقہ کار

- حاملہ خواتین اور 2 سال کی عمر تک کے بچوں کی ماؤں کو اولیٰ درجہ پر کام میں کی گئی مرحلہ پر رجسٹریشن کی۔
- ماؤں کے لیے ایف آئی جی کے ماہیہ قرضے اور قرضے کے تحت مرحلہ وار مالی معاونت کی۔
- چیک آف ٹائم کے دوران ماؤں کو رجسٹریشن کے لیے SMS بھیجی جاتی ہے۔
- قرضے **OmniPay** اور **OmniPay** کے ذریعے ماؤں کو جاری کیے جاتے ہیں۔

11 منتخب اضلاع

1221

1221

آغوش

مرکز صحت سے طبی معائینوں اور کیش ایجنٹ سے مرحلہ وار رقم حاصل کرنے کا شیڈول

مئی کے 1 سے 3 ماہ کے دوران پہلے معائنے پر
3,000 روپے

دوران مئی تا 7 جولائی کے دوران 7 معائینوں پر
7,000 روپے
بیرہ ماہ 1,000 روپے

قریبی مرکز صحت سے معائنے اور کیش پر
3,000 روپے

2 ماہ سے کم عمر بچوں کے مرکز صحت پر 6 ماہی معائینوں اور کیش لینے کے دوران
9,000 روپے
بیرہ ماہ 1,500 روپے

یونین کونسل سے سٹیٹ کا پیمنٹس اور کیش لینے کے دوران
1,000 روپے

1221

پنجاب ہیومن کیپیٹل انویسٹمنٹ پراجیکٹ

پنجاب سوشل پروٹیکشن اتھارٹی کی طرف سے حکومت پنجاب کے تحت صحت، ابتدائی تعلیم، سماجی اور معاشی ترقی کا پروگرام

- ماہیہ قرضے 11 اضلاع کی حاملہ خواتین اور 2 سال کی عمر تک کے بچوں کی ماؤں کے لیے اولیٰ درجہ پر کام میں کی گئی۔
- 23,000 روپے تک کی مرحلہ وار مالی معاونت اور ماہیہ قرضے کی۔
- 75,000 روپے تک کے 18 ماہی قرضے اور 35 ماہی قرضے کی۔
- 150,000 روپے تک کے 18 ماہی قرضے اور 35 ماہی قرضے کی۔
- 3,400 روپے تک کے 18 ماہی قرضے اور 35 ماہی قرضے کی۔
- 669 ماہی قرضے اور 35 ماہی قرضے کی۔
- ماہی قرضے اور 35 ماہی قرضے کی۔

حاملہ اور 2 سال سے کم عمر بچوں کی ماؤں کے لیے 23,000 روپے تک کی مرحلہ وار مالی معاونت

رجسٹریشن کا طریقہ کار

- حاملہ خواتین اور 2 سال کی عمر تک کے بچوں کی ماؤں کو اولیٰ درجہ پر کام میں کی گئی مرحلہ پر رجسٹریشن کی۔
- ماؤں کے لیے ایف آئی جی کے ماہیہ قرضے اور قرضے کے تحت مرحلہ وار مالی معاونت کی۔
- چیک آف ٹائم کے دوران ماؤں کو رجسٹریشن کے لیے SMS بھیجی جاتی ہے۔
- قرضے **OmniPay** اور **OmniPay** کے ذریعے ماؤں کو جاری کیے جاتے ہیں۔

Images XXXI, XXXII & XXXIII: Aagosh Leaflet Designs (8.5x11ft) reference to activity 3.3



حکومت پنجاب کی طرف سے خواتین کے لیے 23,000 روپے تک کا

آغوش پروگرام



پنجاب سوشل پروٹیکشن اتھارٹی
پنجاب ہیومن کیپیٹل انویسٹمنٹ پروگرام
محکمہ برائے صحت و صحتیاری
سیکٹری، میٹروپولیٹن کورپوریشن

حکومت پنجاب کی طرف سے خواتین کے لیے 23,000 روپے تک کا

آغوش پروگرام



پنجاب سوشل پروٹیکشن اتھارٹی
پنجاب ہیومن کیپیٹل انویسٹمنٹ پروگرام
محکمہ برائے صحت و صحتیاری
سیکٹری، میٹروپولیٹن کورپوریشن



Images XXXI, XXXV & XXXVI: Aaghosh Rickshaw Qing qi design reference to activity 3.3

آغوش

حاملہ اور دو سال سے کم عمر بچوں کی ماؤں کے لیے
23,000 روپے تک کی مرحلہ وار مالی معاونت



مرکزیت سے تھوڑی سی رقم حاصل ہونے پر
3,000 روپے مل کر ہیں



بازار یا ٹیکسٹائل کے مرکز سے 10,000 روپے تک کی رقم حاصل کرنے پر
10,000 روپے تک کی رقم مل کر ہے



یونیٹس میں آگے بڑھنے اور مرکز سے مزید معاونت حاصل کرانے کے لیے
1,000 روپے مل کر ہیں



ماہانہ 2 سال سے کم عمر بچوں کو مرکز سے معاونت لینے کے لیے
9,000 روپے تک کی رقم مل کر ہے



مزید معلومات یا شکایات کے لیے



مزید آگے بڑھنے کے لیے کال کریں
011-26100000 سے مل کر ہیں





آغوش

حاملہ اور دو سال سے کم عمر بچوں کی ماؤں کے لیے
23,000 روپے تک کی مرحلہ وار مالی معاونت

3,000 روپے

➔

مہل کے 1 سے 3 ماہ کے
دوران پہلے معاوضے پر

7,000 روپے

➔

دوران میں ہفتہ 7 معاوضوں پر ہر ماہ
1,000 روپے

3,000 روپے

➔

قریبی مرکزیت سے مطلوبہ سہولت پر

9,000 روپے

➔

2 سال سے کم عمر بچوں کے مرکزیت پر
6 ماہ میں معاوضوں اور حقائق کے ساتھ
1,500 روپے پر ہر ماہ

1,000 روپے

➔

یونیٹس میں آگے بڑھنے کے لیے
بازار یا ٹیکسٹائل کے مرکز سے



مزید معلومات یا شکایات کے لیے



مزید آگے بڑھنے کے لیے کال کریں
011-26100000 سے مل کر ہیں





Images XXXVII & XXXVIII: Aghosh Pole streamers (3x5ft) reference to activity 3.3



Images XXXIX, XL & XLI: Aaghosh Pole streamers (3x5ft) reference to activity 3.3

سوشل پروٹیکشن ہیلپ لائن 1221... بہتر خدمت، موثر ہنسائی

آغوش

حصہ دار خواتین اور دو سال سے کم عمر بچوں کی ماہانہ کے لیے
23,000 روپے تک کی سہ ماہی ادائیگی کی سہولت فراہم کریں

- آج ہی اپنا درخواست نامہ جمع کروائیں
- سہ ماہی ادائیگی کے لیے درخواست نامہ جمع کروانے کے بعد 15 دنوں میں
- 1221 پر کال کر کے یا ایچ ایم ایس کے ذریعے درخواست نامہ جمع کروائیں
- 1221 پر کال کر کے یا ایچ ایم ایس کے ذریعے درخواست نامہ جمع کروائیں
- 1221 پر کال کر کے یا ایچ ایم ایس کے ذریعے درخواست نامہ جمع کروائیں
- 1221 پر کال کر کے یا ایچ ایم ایس کے ذریعے درخواست نامہ جمع کروائیں
- 1221 پر کال کر کے یا ایچ ایم ایس کے ذریعے درخواست نامہ جمع کروائیں

پنجاب سوشل پروٹیکشن اتھارٹی
 حکومت پنجاب

Image XLII: Aaghosh Helpline (11x14ft) reference to activity 3.3



خود مختار

تجزیہ کردہ کاروبار کی فہرست

- کھیتی باڑی
- کھانا پکانا
- کپڑا بنانا
- کھانا بیچنا
- کھانا بنانا
- کھانا پکانا
- کھانا بیچنا
- کھانا بنانا
- کھانا پکانا
- کھانا بیچنا
- کھانا بنانا
- کھانا پکانا
- کھانا بیچنا
- کھانا بنانا
- کھانا پکانا
- کھانا بیچنا
- کھانا بنانا
- کھانا پکانا
- کھانا بیچنا
- کھانا بنانا
- کھانا پکانا
- کھانا بیچنا
- کھانا بنانا

مسائل خوش حالی بخیر و گرام

خود مختار پروگرام سے مستفید ہونے والے افراد کی تعداد 24003*

1221

خود مختار

نسیان خصوصیات

- کھانا پکانا
- کھانا بیچنا
- کھانا بنانا
- کھانا پکانا
- کھانا بیچنا
- کھانا بنانا
- کھانا پکانا
- کھانا بیچنا
- کھانا بنانا
- کھانا پکانا
- کھانا بیچنا
- کھانا بنانا
- کھانا پکانا
- کھانا بیچنا
- کھانا بنانا
- کھانا پکانا
- کھانا بیچنا
- کھانا بنانا
- کھانا پکانا
- کھانا بیچنا
- کھانا بنانا

75,000 گھرانوں میں فی گھرانہ 150,000 روپے کے پیداواری اثاثہ جات کی تقسیم

24003*

1221

خود مختار

اپنا کاروبار بنائے خود مختار

75,000 گھرانوں میں فی گھرانہ 150,000 روپے کے پیداواری اثاثہ جات کی تقسیم

24003*

1221

خود مختار

اپنا کاروبار بنائے خود مختار

75,000 گھرانوں میں فی گھرانہ 150,000 روپے کے پیداواری اثاثہ جات کی تقسیم

24003*

1221

Images XLIII, XLIV, XLV & XLVI: Flyer & Khudmukhtar poster designs reference to activity 3.4



Image XLVII: Khudmukhtar single leaflet design (8.5x11ft) reference to activity 3.4



Image XLVIII: Khudmukhtar Flyer design (A4) reference to activity 3.4



حیل رہا ہے اپنا کاروبار
رحیم یار خان بھی ہو رہا ہے خود مختار

خود مختار

پیداواری اثاثہ جات کی خریداری کے لیے اضافہ شدہ رقم: 150,000
کاروباری اثاثہ جات کی تقسیم: 10,000

13,250
12,634

پنجاب سوشل پروٹیکشن اتھارٹی حکومت پنجاب
179-78 ڈی جی ٹی ٹاور ٹیکس ٹرانزیکشن، ایف 10-1، اسلام آباد

1221

www.pspa.com.pk

اپنا کاروبار بنائے
خود مختار

رحیم یار خان میں کاروباری اثاثہ جات کی تقسیم: 10,000
پیداواری اثاثہ جات کی خریداری کے لیے اضافہ شدہ رقم: 150,000

13,250
12,634

پنجاب سوشل پروٹیکشن اتھارٹی حکومت پنجاب
179-78 ڈی جی ٹی ٹاور ٹیکس ٹرانزیکشن، ایف 10-1، اسلام آباد

1221

www.pspa.com.pk

Images XLIX & L: Khudmukhtar Ad design (54X8) reference to activity 3.4



خوشحالی

معاشرتی خوشحالی کا پروگرام

پانچ برس سے زائد عمر والوں کی معاشرتی خوشحالی پروگرام کے تحت ہر ماہ 75,000 روپے کے پیسے دیئے جاتے ہیں۔

معاشرتی خوشحالی پروگرام کے تحت ہر ماہ 75,000 روپے کے پیسے دیئے جاتے ہیں۔

معاشرتی خوشحالی پروگرام کے تحت ہر ماہ 75,000 روپے کے پیسے دیئے جاتے ہیں۔

75,000 روپے کے پیسے دیئے جاتے ہیں۔

75,000 روپے کے پیسے دیئے جاتے ہیں۔

75,000 گھرانوں میں تین گھنٹہ سہارا

150,000 روپے کے پیسے کو اداری اخراجات کی حیثیت سے

معاشرتی خوشحالی سے کھلا خوشحالی کا راستہ

ایک اور اہم اقدام معاشرتی خوشحالی سے کھلا خوشحالی کا راستہ ہے۔ اس کے تحت ہر ماہ 75,000 روپے کے پیسے دیئے جاتے ہیں۔

معاشرتی خوشحالی سے کھلا خوشحالی کا راستہ

ایک اور اہم اقدام معاشرتی خوشحالی سے کھلا خوشحالی کا راستہ ہے۔ اس کے تحت ہر ماہ 75,000 روپے کے پیسے دیئے جاتے ہیں۔

معاشرتی خوشحالی سے کھلا خوشحالی کا راستہ

ایک اور اہم اقدام معاشرتی خوشحالی سے کھلا خوشحالی کا راستہ ہے۔ اس کے تحت ہر ماہ 75,000 روپے کے پیسے دیئے جاتے ہیں۔

Images LI & LII: Khudmukhtar Broacher designs reference to activity 3.4



Images LIII, LIV, LV, LVI, LVII, LVIII, LIX, LX & LXI: Bunyad Banner designs (3x6ft) reference to activity 3.5

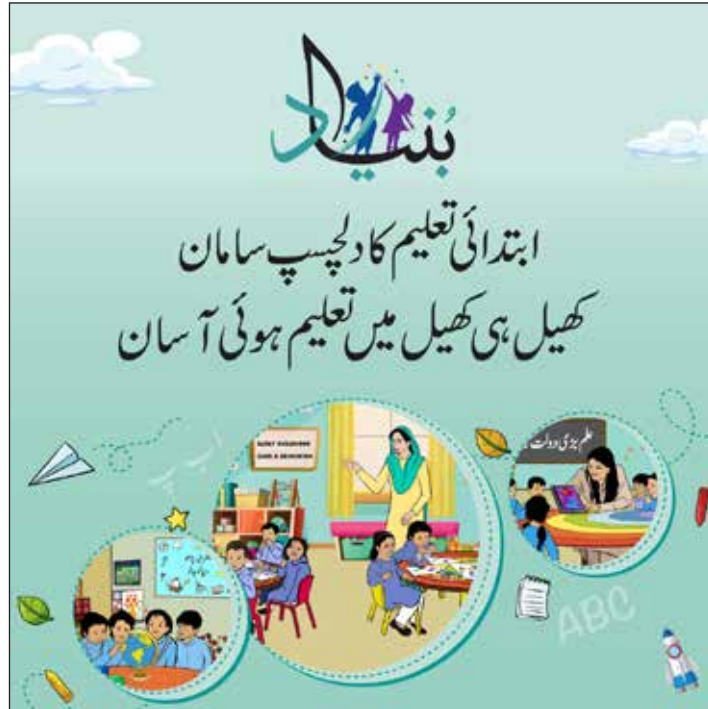


Image LXII: Bunyad Banner designs (2x2ft) reference to activity 3.5



Images LXIII & LXIV: Bunyad Banner designs (2x2ft) reference to activity 3.5




بنياد

اپنے 3 سے 5 سال کے بچوں کا
تسریحی سرکاری سکول کی ECCE کا کلاس
میں مفت داخلہ کروائیں

ای کامیابی کے لیے ہمیں آپ کی مدد کی ضرورت ہے۔ بچوں کو تعلیم کے لیے تیار کرنا اور ان کی تعلیم کو مزید بہتر بنانا۔
ہمیں آپ کی مدد کی ضرورت ہے۔ بچوں کو تعلیم کے لیے تیار کرنا اور ان کی تعلیم کو مزید بہتر بنانا۔

[Facebook: PNCIP](#)
[Twitter: pncip_official](#)
[www.pncip.com.pk](#)



بنياد

سکھتے گرنے آپ کا کل
خوبی کارروائی ہمارا مشورہ

ECCE سے مصروف کوئی بھی سکھتے خیر اور نگرانی
ہو۔ آپ کے بچے کو سکھانے کے لیے ہمیں آپ کی مدد کی ضرورت ہے۔ بچوں کو تعلیم کے لیے تیار کرنا اور ان کی تعلیم کو مزید بہتر بنانا۔
ہمیں آپ کی مدد کی ضرورت ہے۔ بچوں کو تعلیم کے لیے تیار کرنا اور ان کی تعلیم کو مزید بہتر بنانا۔

[Facebook: PNCIP](#)
[Twitter: pncip_official](#)
[www.pncip.com.pk](#)



بنياد

میرے حساب سے
تسریحی سرکاری سکول کی ECCE کلاس کی فراہمی
بچوں کو تعلیم اور تعلیم دونوں میں آسانی

ای کامیابی کے لیے ہمیں آپ کی مدد کی ضرورت ہے۔ بچوں کو تعلیم کے لیے تیار کرنا اور ان کی تعلیم کو مزید بہتر بنانا۔
ہمیں آپ کی مدد کی ضرورت ہے۔ بچوں کو تعلیم کے لیے تیار کرنا اور ان کی تعلیم کو مزید بہتر بنانا۔

[Facebook: PNCIP](#)
[Twitter: pncip_official](#)
[www.pncip.com.pk](#)

Images LXV, LXVI & LXVII: Bunyad Flyer designs (8x11ft) reference to activity 3.5



پہلے سے سیکھنے والے بچوں کے لیے تعلیمی سرگرمیاں

- پہلے سے سیکھنے والے بچوں کے لیے تعلیمی سرگرمیاں کی بنیاد پر ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھنا ہے۔
- ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھتے ہوئے ان کی تعلیمی سرگرمیاں کو ڈیزائن کیا جائے۔
- ان کی تعلیمی سرگرمیاں کو ڈیزائن کرتے ہوئے ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھنا ہے۔
- ان کی تعلیمی سرگرمیاں کو ڈیزائن کرتے ہوئے ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھنا ہے۔

پہلے سے سیکھنے والے بچوں کے لیے تعلیمی سرگرمیاں

- پہلے سے سیکھنے والے بچوں کے لیے تعلیمی سرگرمیاں کی بنیاد پر ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھنا ہے۔
- ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھتے ہوئے ان کی تعلیمی سرگرمیاں کو ڈیزائن کیا جائے۔
- ان کی تعلیمی سرگرمیاں کو ڈیزائن کرتے ہوئے ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھنا ہے۔
- ان کی تعلیمی سرگرمیاں کو ڈیزائن کرتے ہوئے ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھنا ہے۔

پہلے سے سیکھنے والے بچوں کے لیے تعلیمی سرگرمیاں

- پہلے سے سیکھنے والے بچوں کے لیے تعلیمی سرگرمیاں کی بنیاد پر ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھنا ہے۔
- ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھتے ہوئے ان کی تعلیمی سرگرمیاں کو ڈیزائن کیا جائے۔
- ان کی تعلیمی سرگرمیاں کو ڈیزائن کرتے ہوئے ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھنا ہے۔
- ان کی تعلیمی سرگرمیاں کو ڈیزائن کرتے ہوئے ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھنا ہے۔

پہلے سے سیکھنے والے بچوں کے لیے تعلیمی سرگرمیاں

سرگرمی	مکمل ہونے پر	مکمل ہونے پر	مکمل ہونے پر
1. پہلے سے سیکھنے والے بچوں کے لیے تعلیمی سرگرمیاں کی بنیاد پر ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھنا ہے۔	2. ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھتے ہوئے ان کی تعلیمی سرگرمیاں کو ڈیزائن کیا جائے۔	3. ان کی تعلیمی سرگرمیاں کو ڈیزائن کرتے ہوئے ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھنا ہے۔	4. ان کی تعلیمی سرگرمیاں کو ڈیزائن کرتے ہوئے ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھنا ہے۔

پہلے سے سیکھنے والے بچوں کے لیے تعلیمی سرگرمیاں

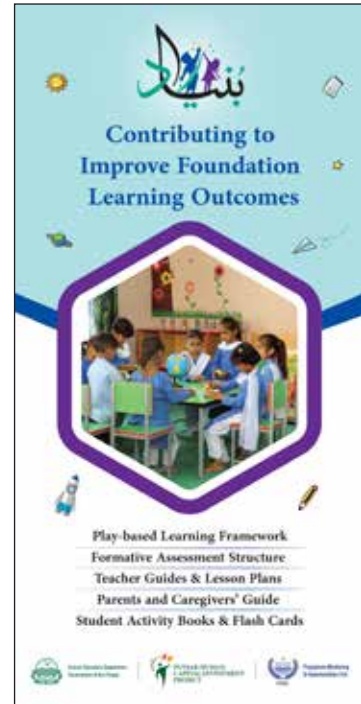
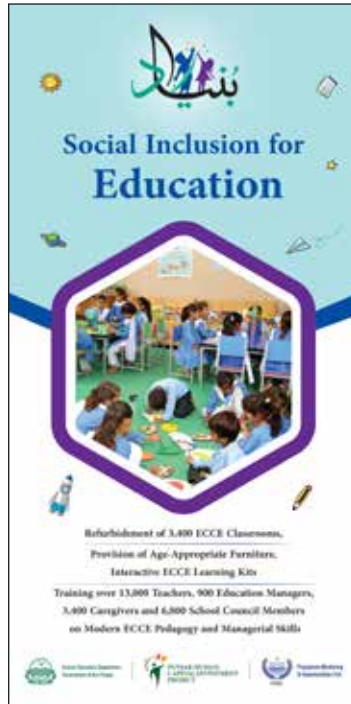
- پہلے سے سیکھنے والے بچوں کے لیے تعلیمی سرگرمیاں کی بنیاد پر ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھنا ہے۔
- ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھتے ہوئے ان کی تعلیمی سرگرمیاں کو ڈیزائن کیا جائے۔
- ان کی تعلیمی سرگرمیاں کو ڈیزائن کرتے ہوئے ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھنا ہے۔
- ان کی تعلیمی سرگرمیاں کو ڈیزائن کرتے ہوئے ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھنا ہے۔

پہلے سے سیکھنے والے بچوں کے لیے تعلیمی سرگرمیاں

- پہلے سے سیکھنے والے بچوں کے لیے تعلیمی سرگرمیاں کی بنیاد پر ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھنا ہے۔
- ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھتے ہوئے ان کی تعلیمی سرگرمیاں کو ڈیزائن کیا جائے۔
- ان کی تعلیمی سرگرمیاں کو ڈیزائن کرتے ہوئے ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھنا ہے۔
- ان کی تعلیمی سرگرمیاں کو ڈیزائن کرتے ہوئے ان کی تعلیمی ضروریات کو مدنظر رکھنا ہے۔

سہارا ہے ہماری تعلیمی سرگرمیاں... ایک روشن مستقبل کے لیے

Images LXVIII, LXIX, LXX, LXXI, LXXII, LXXIII & LXXIV: Bunyad Flipchart designs reference to activity 3.5



Images LXXV, LXXVI & LXXVII: Bunyad Standee designs (3x6ft) reference to activity 3.5



Images LXXVIII & LXXIX: Bunyad Tri-fold flyer designs reference to activity 3.5



Images LXXXVI, LXXXVII, LXXXVIII, LXXXIX, XC & XCI: Bunyad designs for corporate (Digital backdrop & classroom banners reference to activity 3.5



WaterAid

اگر تیساریں سے پچھتاہے
تو ہاتھ بافت اعدادگی سے دھونا ہے

ہاتھ کریمیں پانوں کے لیجک طریقہ سے اچھا لے لی آ کوی ہر کو آ ناز کیا گیا ہے۔
والدیہ اور اساتذہ پتورش لیا گیا ہے۔ اپنے اور اپنے کول میں مسان سے اچھا لے لی
خاندان چلی ہے اور اس کی صحت ان ہاتھ کی مشورہ تیار

WaterAid

صاف ہاتھ مسان کے ساتھ
صحت رہے گی ہمیشہ ساتھ

ہاتھ کریمیں پانوں کے لیجک طریقہ سے اچھا لے لی آ کوی ہر کو آ ناز کیا گیا ہے۔
والدیہ اور اساتذہ پتورش لیا گیا ہے۔ اپنے اور اپنے کول میں مسان سے اچھا لے لی
خاندان چلی ہے اور اس کی صحت ان ہاتھ کی مشورہ تیار

WaterAid

**Clean Hands
are Safe Hands**

Clean hands are the way to a healthy lifestyle! WaterAid Pakistan has launched a Punjab-wide handwashing drive. The initiative has been taken to motivate the children to make handwashing an important part of their routine to maintain a safer and healthier lifestyle and build a 'Clean and Healthy' Punjab.

WaterAid

صاف ہوں گے ہاتھ
تو صحت رہے گی ساتھ

ہاتھ کریمیں پانوں کے لیجک طریقہ سے اچھا لے لی آ کوی ہر کو آ ناز کیا گیا ہے۔
والدیہ اور اساتذہ پتورش لیا گیا ہے۔ اپنے اور اپنے کول میں مسان سے اچھا لے لی
خاندان چلی ہے اور اس کی صحت ان ہاتھ کی مشورہ تیار

WaterAid

صاف ہاتھ
پھر دوسری بات

ہاتھ کریمیں پانوں کے لیجک طریقہ سے اچھا لے لی آ کوی ہر کو آ ناز کیا گیا ہے۔
والدیہ اور اساتذہ پتورش لیا گیا ہے۔ اپنے اور اپنے کول میں مسان سے اچھا لے لی
خاندان چلی ہے اور اس کی صحت ان ہاتھ کی مشورہ تیار

Images XCII, XCIII, XCIV, XCV & XCVI: Bunyad Handwashing brochures designs reference to activity 3.5



اب بدلے گی زندگی

جانب زراعت کوئلہ اور صنعت پرائیویٹ (PHICIP) کے تحت جاپ کے ایک مختصر عرصے میں صحت، تعلیم، رہائی اور سماجی زندگی کے بہتر بنانے کے لیے

آشور پورا

علاقہ میں سرکاری ملازمت کے لیے جاننے والی نئی زبانیں سیکھنے کے لیے 23,000 نوجوانوں کو تربیت دینے کے لیے ایک مختصر عرصے میں جاپ کے ایک مختصر عرصے میں

تعلیم

3,400 نوجوانوں کو تعلیم کے لیے جاپ کے ایک مختصر عرصے میں صحت، تعلیم، رہائی اور سماجی زندگی کے بہتر بنانے کے لیے

مختصر عرصہ

18 سے 23 سال کی عمر کے نوجوانوں کو 150,000 کے بجائے 100,000 کے بجائے 150,000 کے بجائے

www.phcip.com.pk | PHICIP | @phcip_official

اب بدلے گی زندگی

جانب زراعت کوئلہ اور صنعت پرائیویٹ (PHICIP) کے تحت جاپ کے ایک مختصر عرصے میں صحت، تعلیم، رہائی اور سماجی زندگی کے بہتر بنانے کے لیے

آشور پورا

علاقہ میں سرکاری ملازمت کے لیے جاننے والی نئی زبانیں سیکھنے کے لیے 23,000 نوجوانوں کو تربیت دینے کے لیے ایک مختصر عرصے میں جاپ کے ایک مختصر عرصے میں

تعلیم

3,400 نوجوانوں کو تعلیم کے لیے جاپ کے ایک مختصر عرصے میں صحت، تعلیم، رہائی اور سماجی زندگی کے بہتر بنانے کے لیے

مختصر عرصہ

18 سے 23 سال کی عمر کے نوجوانوں کو 150,000 کے بجائے 100,000 کے بجائے 150,000 کے بجائے

www.phcip.com.pk | PHICIP | @phcip_official

اب بدلے گی زندگی

جانب زراعت کوئلہ اور صنعت پرائیویٹ (PHICIP) کے تحت جاپ کے ایک مختصر عرصے میں صحت، تعلیم، رہائی اور سماجی زندگی کے بہتر بنانے کے لیے

آشور پورا

23,000 نوجوانوں کو تربیت دینے کے لیے ایک مختصر عرصے میں جاپ کے ایک مختصر عرصے میں

مختصر عرصہ

150,000 کے بجائے 100,000 کے بجائے 150,000 کے بجائے

تعلیم

3,400 نوجوانوں کو تعلیم کے لیے جاپ کے ایک مختصر عرصے میں صحت، تعلیم، رہائی اور سماجی زندگی کے بہتر بنانے کے لیے

مختصر عرصہ

18 سے 23 سال کی عمر کے نوجوانوں کو 150,000 کے بجائے 100,000 کے بجائے 150,000 کے بجائے

www.phcip.com.pk | PHICIP | @phcip_official

اب بدلے گی زندگی

جانب زراعت کوئلہ اور صنعت پرائیویٹ (PHICIP) کے تحت جاپ کے ایک مختصر عرصے میں صحت، تعلیم، رہائی اور سماجی زندگی کے بہتر بنانے کے لیے

آشور پورا

23,000 نوجوانوں کو تربیت دینے کے لیے ایک مختصر عرصے میں جاپ کے ایک مختصر عرصے میں

مختصر عرصہ

150,000 کے بجائے 100,000 کے بجائے 150,000 کے بجائے

تعلیم

3,400 نوجوانوں کو تعلیم کے لیے جاپ کے ایک مختصر عرصے میں صحت، تعلیم، رہائی اور سماجی زندگی کے بہتر بنانے کے لیے

مختصر عرصہ

18 سے 23 سال کی عمر کے نوجوانوں کو 150,000 کے بجائے 100,000 کے بجائے 150,000 کے بجائے

www.phcip.com.pk | PHICIP | @phcip_official

مختصر عرصہ

اپنا کاروبار بنانے کے خود مختار

150,000 کے بجائے 100,000 کے بجائے 150,000 کے بجائے

آشور پورا

صحت مند بنانے کے لیے اپنا کاروبار بنانا

23,000 نوجوانوں کو تربیت دینے کے لیے ایک مختصر عرصے میں جاپ کے ایک مختصر عرصے میں

6,000, 3,000, 5,000, 8,000, 1,000

تعلیم

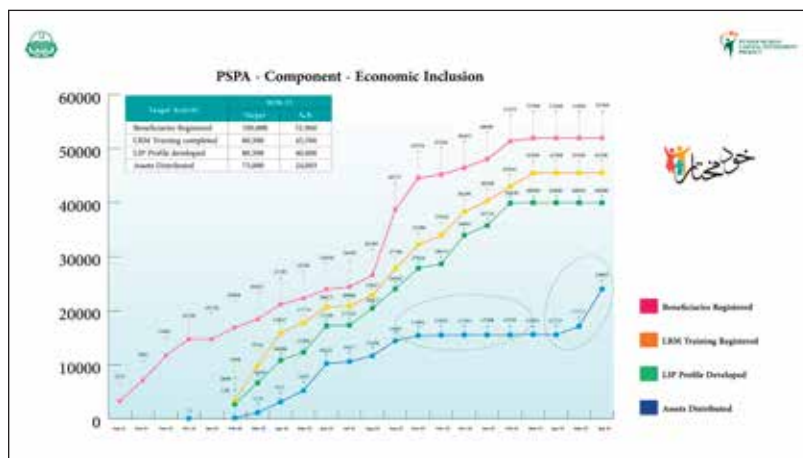
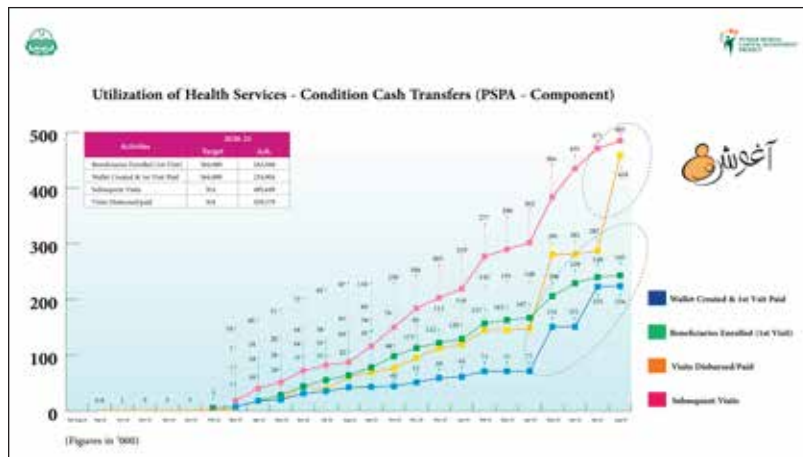
مستقبل کی زندگی کے لیے تعلیم

3,400 نوجوانوں کو تعلیم کے لیے جاپ کے ایک مختصر عرصے میں صحت، تعلیم، رہائی اور سماجی زندگی کے بہتر بنانے کے لیے

اب بدلے گی زندگی

www.phcip.com.pk | PHICIP | @phcip_official

Images XCVII, XCVIII, XCIX, C, CI & CII: PHICIP Corporate designs (booklets) reference to activity 3.6



Images CIII, CIV & CV: PHCIP Corporate designs (infographic ads & graphs) reference to activity 3.6



ENABLING BREADFEEDING

نہی زندگی کو درکار
ماں کا دودھ اور پیار

آخوش

www.psp.gov.pk | PSPA | @pspa_official

ENABLING BREADFEEDING

صحت سے بھرپور
بچے کے لیے ماں کا دودھ

آخوش

www.psp.gov.pk | PSPA | @pspa_official

ENABLING BREADFEEDING

ماں کا دودھ
بچے کی نشوونما مضبوط

آخوش

www.psp.gov.pk | PSPA | @pspa_official

عسلی یوم آبادی پر ہمارا جہد
آؤ شش سے ماں اور بچے کی صحت کو بہتر

آخوش

www.psp.gov.pk | PSPA | @pspa_official

سرکاری سکول کی
ECCE کا سسٹم میں داخلہ
بچوں کی صحت اور تعلیمی کامیابی کے راستے

بنیاد

www.psp.gov.pk | PSPA | @pspa_official

اپنے 3 سے 5 سال کے بچوں کا
تعلیمی سرکاری سکول کی ECCE کا سسٹم
میں داخلہ کرنا

بنیاد

www.psp.gov.pk | PSPA | @pspa_official

سرکاری سکول میں ECCE
بچوں کی ابتدائی تعلیم و تربیت
اور نگہداشت کی کامیاب سہولت

بنیاد

www.psp.gov.pk | PSPA | @pspa_official

گورنمنٹ آرڈر سکول
سرکاری سکول کی
ECCE کا سسٹم میں
مقتدر داخلہ
بچوں کی صحت اور تعلیمی
کامیابی کے راستے

بنیاد

www.psp.gov.pk | PSPA | @pspa_official

عسلی اور ابتدائی تعلیم و تربیت کی مضبوط بنیاد
بچوں اور کنبہوں کی تعلیم کے ساتھ

بنیاد

www.psp.gov.pk | PSPA | @pspa_official



Images CVI - CXXIII: PHCIP Social media posts designs (Aghosh, Khudmukhtar, Bunyad & Corporate) reference to activity 3.8



Images CXXIII - CXLVIII: PHCIP Website designs (Aaghosh, Khudmukhtar, Bunyad & Corporate) reference to activity 3.9





آغوش

ماں اور بچہ تندرست و توانا
صحت مند اور خوشحال گھسرات

نجیہہ رحیم پور خان



آغوش

ماں اور بچہ تندرست و توانا
صحت مند اور خوشحال گھسرات

سوزمہ خان، بہاولپور



خون فحنتار

زندگی ہو رہی ہے آسان
سل رہا ہے روزگار کا سامان

محمد رمضان، راجن پور



خون فحنتار

زندگی ہو رہی ہے آسان
سل رہا ہے روزگار کا سامان

فریدہ محمد، بہاولپور

Images CXXIII - CXLVIII: PHCIP Website designs (Aaghosh, Khudmukhtar, Bunyad & Corporate) reference to activity 3.9



78-79, D-Block, New Muslim Town, Wahdat Road, Lahore, Pakistan.

M: +923214775859 | W: www.phcip.com.pk

[f](#) /PHCIP

[t](#) /phcip_official