



د افغانستان اسلامي امارت

د امارتي شرکتونو لوی ریاست
د افغان تیلی کام مخابراتي امارتي شرکت لوی ریاست
د مالی او اداري معاونیت
د تدارکاتو ریاست
د پیرو دلو امریت
د اجناسو او خدماتو پیرو دلو مدیریت

(موضوع : تدویر برنامه آموزشی در بخش بازاریابی و فروشات به کارمندان معاونیت های محترم عملیاتی بیسیم و سیمدار)

{4523}

شماره درخواست نرخدهی:

{1447/12/25}

تاریخ صدور درخواست نرخدهی به قمری:

{1405/3/21}

تاریخ صدور درخواست نرخدهی به شمسی:

جنس فوق ضرورت : ریاست امورکارکنان (آمریت ارتقاء ظرفیت و انکشاف اداره)

تاریخ ترتیب استعلام : (1447 / 12 / 25)

- (1) اداره {نام اداره تدارکاتی را درج کنید} تخصیص بودجه لازم برای تدارک اجناس/ خدمات غیر مشورتی مندرج این درخواست را دارد.
- (2) آفر سربسته شما الی {تاریخ و وقت را درج کنید} یا قبل از آن به دفتر {مدیریت خریداری امریت تهیه و تدارکات شرکت افغان تیلیکام} تسلیم داده شود.
- (3) آفر ها نیکه بعد از میعاد تسلیمی ارائه گردند، بدون اینکه باز شود مسترد می گردد. پاکت حاوی آفر باید به صورت واضح عبارت نرخ برای {نام اجناس / خدمات غیر مشورتی را درج کنید} نشانی شده باشد.
- (4) آفر ارائه شده در آفرها باید الی مدت (30) روز تقویمی سر از تاریخ ختم میعاد تسلیمی آفرها اعتبار داشته باشد.
- (5) در صورت تغییر در مقدار نیازمندی، اداره می تواند مقدار نیازمندی تقاضا شده را الی (25) فیصد زیاد و یا کم نماید، مشروط به اینکه قیمت مجموعی آن از حدود صلاحیت پولی برای درخواست نرخ گیری تجاوز ننماید.
- (6) ترجیح داخلی مطابق حکم چهارم طرز العمل تدارکات قابل اجرا است. {مورد ترجیح داخلی و فیصدی آنرا درج نمائید}.
- (7) آفر گشائی در محضر عام حتمی نبوده و فرمایش دهنده مکلف به قبول نازلترین نرخ نمی باشد. در صورت رد هر یک یا تمام آفرها فرمایش دهنده کدام مسؤلیت در قبال داوطلب تهیه/ارائه کننده ندارد.
- (8) آفر دهنده اسناد ذیل را با آفر خویش ضمیمه می نماید:
 - 1- جواز تجارتي/ فعالیت/ کار قابل اعتبار؛
 - 2- نمبر تشخیصیه مالیه؛
 - 3- اجازه نامه تولید کننده (در صورت لزوم).
 - 4-
- (9) سند نرخ گیری تکمیل و توسط شخص با صلاحیت یا نماینده تهیه/ ارائه کننده در هر صفحه مهر امضاء شده باشد.
نام کارمند صادر کننده درخواست نرخ گیری:

امضاء هیئت

امضاء هیئت

امضاء هیئت

جدول اقلام و قیمت ها

شماره	اسم و تشریح با مشخصات تخنیکي اقلام	واحد	مقدار	قیمت فی واحد به افغانی	قیمت مجموعی به افغانی
1	برنامه آموزشی در بخش بازاریابی و فروشات	20 Hours	1		
<p>نوت:</p> <p>✓ په هره تدارکاتی پروسه کی چی یو شرکت د اړونده نرخ اخیستنی استعمال مطابق د اجناسو، خدماتو او ساختمانی چارو د تهیه او ترسره کولو لپاره گټونکی وبلل شی او قیمت یی له (100000) سل زره افغانیوڅخه لوړ وی مخکی له دی چی د برنده کی اطلاعیه ترلاسه کړی باید له مجموعی قیمت څخه 10% لس فیصده د تضمین په ډول د افغان ټیلی کام مخابراتی امارتی شرکت بانکی حساب ته جمع او اصلی اویز یی د مالی محترم ریاست له تصدیق څخه وروسته د تهیه او تدارکاتو ریاست پیروډلو آمریت ته تسلیم کړی.</p> <p>✓ که چیرته کوم گټونکی شرکت دلس فیصده تضمین له ورکولو څخه انکار وکړی شرکت به یی د افغان ټیلی کام مخابراتی امارتی شرکت په تورلیست کی ثبت کیری او د یوکل لپاره به د افغان ټیلی کام مخابراتی امارتی شرکت دخوش خرید له لاری په تدارکاتی پروسوکی گډون نه شی کولای.</p> <p>✓ که چیرته د گټونکی شرکت لخوا غوښتل شوی اجناس/خدمات په وخت سره تهیه او اماده نه شی یعنی شرکت ونه توانیږی چی اجناس/خدمات/ساختمانی چاری تهیه او ترسره کړی دنه تهیه کولو په صورت کی به د شرکت تضمین دیوکل په پار افغان ټیلی کام مخابراتی امارتی شرکت سره پاتی وی او شرکت به یی په تورلیست کی شاملیږی یوکل وروسته به یی بیرته تضمین شرکت ته سپارل کیری.</p> <p>✓ پورته ذکرشوی پریکړی د شاروالی جوازرونکو لپاره د تطبیق وړ نه دی.</p>					
مجموع قیمت به ارقام بشمول مالیات: عدد					
مجموع قیمت به حروف بشمول مالیات:					
مجموع مبلغ مالیات به ارقام و حروف:					
مجموع قیمت به ارقام بدون مالیات: عدد (قابل پرداخت)					
مجموع قیمت به حروف بدون مالیات (قابل پرداخت)					
مدت ضمانت (ورانتی/ گرننتی) بعد از تاریخ اكمال:					
مشخصات ضم پیشنهاد می باشد:					

مشخصات تخنیکي اجناس

شماره	اقلام	مشخصات
		آدرس مشخص شرکت: ایمیل آدرس شرکت:

شماره	اقلام	مشخصات
	اسم تهیه/ ارائه کننده: اسم شخص یا نماینده با صلاحیت تهیه/ ارائه کننده: امضای شخص یا نماینده تهیه/ ارائه کننده: تاریخ: شماره تلفون حتمی:	مهر تهیه/ ارائه کننده

یادداشت: فرمایش گیرنده کاپی رهنمود، ساخت و مدل، بروشور و یا فهرست تجهیزات یا خدماتی را که اكمال می نماید
مضمیمه نماید. معلومات فوق جهت ارزیابی مؤثر آفرها استفاده می گردد.

شرایط تدارک و پرداخت

شرایط ذیل صرف با موافقه تحریری فرمایش دهنده قابل تغییر می باشد.

- (1) تهیه کننده مکلف به پرداخت تأمینات و تضمینات می باشد، تأمینات از سر جمع پول 5 الی 15 فیصد اخذ میگردد و بعد از تکمیل و رانتهی به اکانت شرکت انتقال میگردد.
- (2) بعد از اكمال خدمات غیر مشورتی/ تهیه اجناس، تهیه/ ارائه کننده باید نسخه اصلی و (2) کاپی بل (Invoice) را به فرمایش دهنده تسلیم نماید؛
- (3) پرداخت توسط فرمایش دهنده، طی مدت (30) روز کاری درمقابل مقدار واقعی اجناس/خدمات غیر مشورتی تهیه شده صورت می گیرد.
- (4) فرمایش دهنده میتواند در حالات ذیل با ارسال اطلاعیه کتبی به تهیه/ ارائه کننده، امر خریداری را کاملاً یا قسماً فسخ نماید:
 - 1- تهیه/ ارائه کننده موفق به تحویل بخش یا تمام اجناس در طرف مدت معینه در امر خریداری نشود؛
 - 2- تهیه/ ارائه کننده موفق به اجرای مکلفیت های دیگر تحت امر خریداری نشود.
 - 3- هرگاه در اجناس اكمال شده یا خدمات ارائه شده نواقص و یا کاستی ها مشاهده گردد، تهیه/ ارائه کننده مکلف به رفع نواقص و کاستی ها در مدت (3) روز کاری بعد از دریافت اطلاعیه در مورد می باشد، در غیر آن فرمایش دهنده می تواند امر خریداری را فسخ نماید.
 - 4- هرگاه تهیه/ ارائه کننده، در جریان داوطلبی و یا حین اجرای وظایف محوله تحت امر خریداری اقدام به فساد و تقلب نموده باشد.
- (5) هرگاه در درخواست نرخ گیری میعاد ضمانت (وارنتی/ گرنتی) تصریح گردیده باشد، تهیه/ ارائه کننده مکلف به تعویض در طول مدت معینه می باشد.

اصلاح اشتباهات محاسباتی

- (1) اشتباهات محاسباتی طور ذیل تصحیح می گردد:

- 1- در صورت تفاوت میان مبلغ به ارقام و حروف، مبلغ به حروف قابل اعتبار می باشد؛
- 2- در صورتیکه تفاوت میان قیمت فی واحد و قیمت مجموعی وجود داشته باشد، قیمت فی واحد برای ارزیابی قیمت ها و ترتیب امر خریداری قابل اعتبار می باشد؛
- 3- در صورت موجودیت تفاوت میان نرخ فی واحد و قیمت مجموعی (حاصل ضرب مقدار در نرخ فی واحد)، نرخ فی واحد قابل اعتبار می باشد، هرگاه از نظر فرمایش دهنده اشتباه در نقاط اعشاری در قیمت فی واحد برجسته باشد، در این صورت قیمت مجموعی اقلام طوریکه نرخ داده شده است قابل اعتبار بوده و قیمت فی واحد باید اصلاح شود.
- 4- فرمایش دهنده مطابق مندرجات فوق اشتباهات محاسباتی را اصلاح و بعد از اخذ موافقه کتبی داوطلب در قیمت مجموعی آفر محاسبه می نماید.
- 5- داوطلب مکلف به پذیرش اشتباهات محاسباتی در آفر خویش می باشد. در صورت عدم پذیرش اشتباهات محاسباتی توسط داوطلب، آفر وی رد می گردد.



Terms of Reference (ToR) – Sales Skills Training Program

1. Background

The organization intends to strengthen the sales capabilities of its team to improve customer engagement, increase revenue generation, enhance product knowledge, and improve overall sales performance.

2. Purpose of the Training

The purpose of this training is to equip sales personnel with practical sales techniques, communication skills, negotiation strategies, and customer relationship management competencies.

3. Objectives

- Improve sales planning and execution
- Strengthen communication and presentation skills
- Enhance negotiation and closing techniques
- Improve customer handling and relationship management
- Increase product/service knowledge
- Achieve sales targets effectively

4. Scope of Work

The trainer/consultant will be responsible for:

- Conducting training needs assessment
- Designing training materials and modules
- Delivering interactive sales training sessions
- Conducting role plays and practical exercises
- Providing assessment and feedback
- Submitting training report and recommendations

5. Training Topics

- Fundamentals of Sales
- Sales Process & Pipeline Management
- Prospecting and Lead Generation
- Effective Communication Skills
- Customer Relationship Management (CRM)
- Negotiation Techniques
- Objection Handling (Right products for the right customer) & (Right service for the right customer)
- Customer Behavior
- Closing Sales Strategies
- Time Management for Sales Teams
- Problem Solving Skills
- After-Sales Service Excellence
- Note: Training should be explained in (Pashto & Dari) language

Handwritten signatures and stamps in blue ink at the bottom of the page. The stamps include a circular stamp with the word 'Subscribed' and a signature that appears to be 'Fahimuddin'.

6. Methodology

- Group discussions
- Case studies
- Role plays
- Simulations
- Practical exercises
- Q&A sessions.....

7. Expected Outcomes

- Participants will demonstrate improved sales competencies
- Sales conversion and customer engagement should improve
- Staff confidence in handling clients will increase

8. Evaluation Criteria

- Participant feedback
- Knowledge assessments
- Performance improvement indicators
- Post-training follow-up

9. Training Type:

- In person & online based on Shop Employee possibility

10. Training Duration/Time:

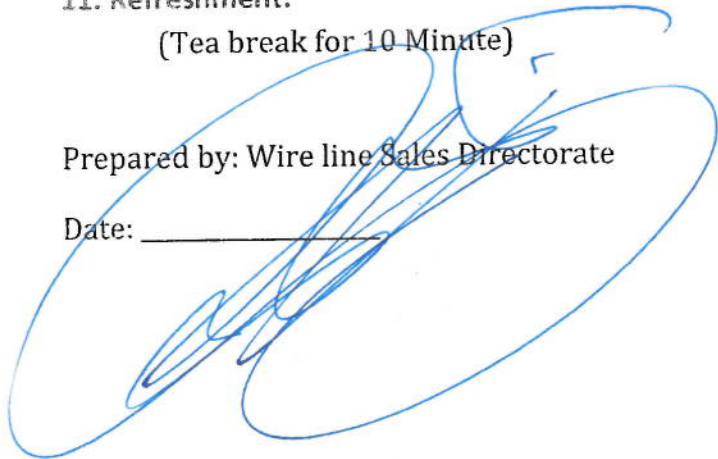
- Based on HR Policy or at least 10 days
- From 07:00 AM to 08:30 AM

11. Refreshment:

(Tea break for 10 Minute)

Prepared by: Wire line Sales Directorate

Date: _____



طرز العمل (ToR) برنامه آموزشی مهارت‌های پیشرفته مارکیتنگ

۱. هدف برنامه آموزشی

اهداف این برنامه عبارت‌اند از:

- ارتقای مهارت‌های عملی و پیشرفته مارکیتنگ
- آموزش روش‌های موثر بازاریابی مطابق فرهنگ افغانستان
- تقویت توانایی اجرایی کمپاین‌های تبلیغاتی آموزشی
- افزایش مهارت‌های ارتباطی، برندینگ و جذب مشتری
- آموزش روش‌های نوین تبلیغات محیطی و دیجیتلی

۲. مهارت‌های کلیدی آموزشی

برنامه آموزشی باید شامل مهارت‌های مهم و تخصصی ذیل باشد:

الف: مهارت‌های تبلیغات محیطی و میدانی

- انتخاب مکان مناسب برای تبلیغات
- مدیریت کمپاین‌های تبلیغاتی ساحوی
- تبلیغات در محیط‌های آموزشی و عمومی
- برقراری ارتباط با مکاتب، پوهنتون‌ها و نهادها

ب: مارکیتنگ مطابق فرهنگ افغانستان

- درک ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی افغانستان
- روش‌های تبلیغات مناسب برای جامعه افغانی
- شناخت رفتار مشتریان در ولایات مختلف
- اصول اخلاقی و دینی در مارکیتنگ

ج: مهارت‌های استراتژیک مارکیتنگ

- تحلیل بازار و تحلیل رقبا
- طراحی استراتژی‌های جذب مشتری
- برنامه‌ریزی کمپاین‌های تبلیغاتی
- مدیریت برند برای مراکز آموزشی
- مهارت‌های مذاکره برای گرفتن ساحات تبلیغاتی
- مدیریت بودجه کمپاین‌های تبلیغاتی

د: مهارت‌های دیجیتلی مارکیتنگ

- مارکیتنگ فیسبوک و انسگرام
- تولید محتوا برای شبکه‌های اجتماعی
- طراحی پیام‌های تاثیرگذار تبلیغاتی
- ویدیو مارکیتنگ
- طراحی گرافیکی برای کمپاین‌های آموزشی

۳. فعالیت‌های عملی برنامه

- اجرای تمرینات عملی کمپاین‌های آموزشی
- بازدید ساحوی و تحلیل بازار
- تمرین مذاکره با مسئولین مکاتب و شرکت‌ها
- طراحی برنامه‌های واقعی تبلیغاتی
- اجرای تمرینات گروهی و پریرزنتیشن‌ها

۴. مدت و تقسیم اوقات برنامه

- مدت برنامه آموزشی: ۱ روز ۵ روز
- تعداد جلسات: روزانه ۱ جلسه
- مدت هر جلسه: ۱ ساعت
- برنامه آموزشی به شکل حضوری و عملی برگزار گردد

۵. برنامه Refreshment

۶. روش تدریس

- استفاده از روش‌های آموزشی عملی و تعاملی
- مطالعات تحلیلی از بازار افغانستان
- کارهای گروهی و تمرینات عملی
- استفاده از مثال‌های واقعی بازار
- جلسات پرسش و پاسخ و اشتراک فعال اشتراک‌کنندگان

۷. شرایط استاد

استاد باید:

- تجربه عملی در مارکیتنگ و برندینگ داشته باشد
- با فرهنگ و بازار افغانستان آشنایی کامل داشته باشد
- تجربه اجرای کمپاین‌های تبلیغاتی را داشته باشد
- توانایی تدریس حرفه‌ای و انتقال مفاهیم را دارا باشد

۸. نتایج مورد انتظار

- در پایان برنامه آموزشی، اشتراک‌کنندگان باید بتوانند:
- کمپاین‌های حرفه‌ای تبلیغاتی طراحی و اجرا نمایند
 - تبلیغات مناسب با فرهنگ افغانستان ایجاد کنند
 - مارکیتنگ آموزشی را به شکل موثر مدیریت نمایند
 - مهارت‌های عملی و دیجیتلی مارکیتنگ را تطبیق نمایند

۹. اسناد و منابع

- شرکت منتخب مکلف است موارد ذیل را ارائه نماید:
- پلان و تقسیم اوقات آموزشی
 - مواد و منابع آموزشی
 - ارزیابی اشتراک‌کنندگان

- گزارش نهایی برنامه
- تصدیق نامه فراغت برای اشتراک کنندگان

۱۰. رعایت معیارهای حرفه‌ای

شرکت آموزشی مکلف است:

- در تمام مراحل برنامه، اصول و رفتار حرفه‌ای را رعایت نماید
- پالیسی‌ها و الزامات محرمیت اداره را احترام نماید
- کیفیت مطلوب در تدریس و مواد آموزشی را تضمین نماید

۱۱. شرایط ارائه پیشنهاد توسط شرکت‌های آموزشی

شرکت‌های علاقه‌مند باید اسناد ذیل را ارائه نمایند:

- معرفی‌نامه و پروفایل شرکت
- سوابق کاری و تجارب مرتبط
- روش کاری و پلان تطبیق برنامه
- سی‌وی یا پروفایل استادان/تربیان
- پیشنهاد مالی؛
- تقسیم اوقات و مدت پیشنهادی آموزش.

