

**TERMS OF REFERENCE – COMMUNICATION & MARKETING
SPECIALIST**
***ĐIỀU KHOẢN THAM CHIẾU - CHUYÊN GIA TRUYỀN THÔNG &
MARKETING***

Project: Swiss Tourism for Sustainable Development in Vietnam (ST4SD)

Dự án: Du lịch Thụy Sĩ vì sự Phát triển Bền vững tại Việt Nam

Code/ Mã: TOR.C104.1

Assignment Title / Tên gói công việc: Marketing and communication consultant

Contract term/ Thời hạn
hợp đồng:

From/ Từ: 04 /2026

To/ Đến: 08 /2026

Application deadline/ Hạn
nộp đơn:

Before/ Trước 16/04/2026

1. Project Introduction/ Giới thiệu dự án

The Swiss Tourism for Sustainable Tourism in Vietnam (ST4SD), financed by the Swiss State Secretariat for Economic Affairs (SECO), aims at making Vietnam's tourism sector more sustainable and inclusive. As part of the economic development cooperation of Switzerland for Vietnam, it is implemented by the consortium of Helvetas Vietnam, a Swiss international NGO, and Center for Rural Economy Development (CRED), a Vietnamese NGO. The Ministry of Culture, Sports and Tourism appoints the Vietnam Authority of Tourism as the project owner./ Dự án Du lịch Thụy Sĩ vì sự Phát triển Bền vững tại Việt Nam (ST4SD), tài trợ bởi Tổng cục Kinh tế Liên Bang Thụy Sĩ (SECO), nhằm mục đích thúc đẩy sự phát triển bền vững và bao trùm của ngành du lịch Việt Nam. Là một phần trong hợp tác phát triển kinh tế giữa Thụy Sĩ và Việt Nam, dự án được thực hiện bởi Helvetas Vietnam, một tổ chức phi chính phủ quốc tế của Thụy Sĩ và Trung tâm Phát triển Kinh tế Nông thôn (CRED), một tổ chức phi chính phủ của Việt Nam. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chỉ định Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam là chủ dự án.

In Vietnam, many local communities, small businesses, and community-based tourism destinations possess rich cultural and ecological values but lack the capacity and tools to effectively communicate their stories. Current tourism marketing activities are often dominated by large enterprises or intermediaries, focusing on short-term promotion rather than reflecting the depth of local life. The gap between local knowledge and the ability to communicate to international markets limits the visibility of sustainable tourism initiatives and reduces their potential to create fair economic value for communities./Tại Việt Nam,

nhiều cộng đồng địa phương, hộ kinh doanh nhỏ và điểm đến du lịch cộng đồng sở hữu giá trị văn hóa – sinh thái phong phú nhưng thiếu năng lực và công cụ để kể câu chuyện của mình một cách hiệu quả. Hoạt động marketing du lịch hiện nay chủ yếu do các doanh nghiệp lớn hoặc trung gian thực hiện, với nội dung mang tính quảng bá ngắn hạn hơn là phản ánh chiều sâu đời sống địa phương. Khoảng cách giữa tri thức bản địa và khả năng truyền thông ra thị trường quốc tế khiến nhiều sáng kiến du lịch bền vững chưa được nhìn thấy và khó tạo ra giá trị kinh tế công bằng cho cộng đồng.

In response to this context, the project “**Share Local Touch Global – From Invisible to Visible**” is proposed by FME Travel, a local organization operating in tourism, education, and community development. The project aims to develop a sustainable tourism marketing model based on community storytelling, combining digital content with on-site experiences to make local values more visible, accessible, and understandable to both domestic and international tourists./ Dự án “**Share Local Touch Global – Từ vô hình đến hữu hình**” do FME Travel đề xuất nhằm giải quyết khoảng trống này thông qua việc xây dựng mô hình marketing du lịch bền vững dựa trên kể chuyện cộng đồng, kết hợp giữa nội dung số và trải nghiệm thực tế, giúp các giá trị địa phương trở nên dễ tiếp cận và dễ hiểu hơn đối với du khách trong và ngoài nước.

The project adopts a co-creation approach, engaging local stakeholders—including community members, small businesses, and local tourism practitioners—in identifying stories, providing content, and contributing feedback on how stories are presented. These local stories will be curated and published as e-magazines on FME Travel’s digital platforms and linked to physical locations via QR codes, enabling tourists to access content directly at destinations./ Dự án áp dụng cách tiếp cận đồng sáng tạo với sự tham gia trực tiếp của cộng đồng địa phương, hộ kinh doanh nhỏ và người làm du lịch trong việc xác định câu chuyện, cung cấp nội dung và phản hồi cách thể hiện. Các câu chuyện sẽ được biên tập và xuất bản dưới dạng e-magazine trên nền tảng số của FME Travel, đồng thời liên kết với không gian thực thông qua mã QR để du khách có thể truy cập nội dung ngay tại điểm đến.

To effectively implement the project and ensure broad outreach, there is a need to engage a professional digital communication agency to design and implement online communication strategies, enhance audience engagement, and maximize the impact of the project./ Để triển khai hiệu quả và đảm bảo khả năng tiếp cận rộng rãi, dự án cần thuê một đơn vị truyền thông số chuyên nghiệp nhằm xây dựng và thực hiện chiến lược truyền thông trực tuyến, gia tăng mức độ tương tác và tối đa hóa tác động của dự án.

Beneficiary/ *Người thụ hưởng*: FME

Funded by/ *Tài trợ bởi*: ST4SD

2. Objectives/ Mục tiêu

Communication & Marketing specialist is responsible for developing and executing a multi-platform communication strategy to enhance the visibility of communication-based

tourism stories, with the goal of increasing audience engagement, attracting potential visitors, and strengthening the destination's brand identity./Chuyên gia Truyền thông – Marketing chịu trách nhiệm xây dựng và triển khai chiến lược truyền thông đa nền tảng nhằm gia tăng khả năng hiển thị cho các câu chuyện du lịch cộng đồng.

3. Deliverables/ Sản phẩm bàn giao

The Communication & Marketing specialis shall be responsible for carrying out the following tasks and delivering the corresponding outputs:

Chuyên gia Truyền thông – Marketing có trách nhiệm thực hiện các nhiệm vụ và cung cấp các sản phẩm đầu ra sau:

Tasks/ Nhiệm vụ	Deliverables/ Sản phẩm đầu ra	Deadline/ Hạn nộp
Task 1: Develop a comprehensive communication plan for the project/ Xây dựng kế hoạch tổng thể cho dự án	<ul style="list-style-type: none"> ● Deliverable: Approved communication plan /Kế hoạch truyền thông được phê duyệt 	19/04/2026
Task 2: Coordinate the selection of appropriate communication messages for each target audience segment./ Phối hợp lựa chọn thông điệp truyền thông phù hợp với từng nhóm đối tượng	<ul style="list-style-type: none"> ● Deliverable: Selection of 10 suitable stories completed /Lựa chọn được 10 câu chuyện phù hợp 	30/04/2026
Task 3: Manage content across digital channels (e-magazine, social media) /Quản lý nội dung truyền thông trên các kênh số (e-magazine, mạng xã hội).	<ul style="list-style-type: none"> ● Deliverable: 10 stories published on the e-magazine/ 10 câu chuyện được đăng tải trên e-magazine. 	15/06/2026
Task 4: Collaborate with digital communication agencies to execute online campaigns /Phối hợp với Agency Truyền thông số triển khai chiến dịch online	<ul style="list-style-type: none"> ● Deliverable: Ensure communication targets are met: <ul style="list-style-type: none"> + At least 40 media posts published across digital channels. + Achieve $\geq 3,000$ views within 6 months. ● Đảm bảo các chỉ tiêu về truyền thông: 	

	<ul style="list-style-type: none"> + Ít nhất 40 bài đăng truyền thông trên các kênh số. + Đạt ≥ 3.000 lượt xem trong vòng 6 tháng 	
Task 5: Monitor communication performance metrics and compile reports/ Theo dõi các chỉ số truyền thông và tổng hợp báo cáo	Reports/Báo cáo	15/08/2026

4. Budget and Payment / Ngân sách và thanh toán

Interested applicants are requested to send detailed quotations/ *Các ứng viên được yêu cầu gửi báo giá chi tiết.*

The total level of effort is estimated at 30 working days./ Tổng khối lượng công việc tương đương 30 ngày công lao động.

5. Selection criteria/ Tiêu chí lựa chọn

Proposals will be evaluated based on the following criteria:/ *Các đề xuất sẽ được đánh giá dựa trên các tiêu chí sau:*

- Quality and completeness of the proposal/ Chất lượng và tính đầy đủ của đề xuất.
- Relevant experience in graphic design, visual communication or branding/ Kinh nghiệm liên quan đến thiết kế đồ họa, truyền thông trực quan hoặc nhận diện thương hiệu.
- Experience in designing for tourism, cultural or community-based projects/ Kinh nghiệm thiết kế cho du lịch, văn hóa hoặc dự án cộng đồng
- Cost effectiveness/ Hiệu quả chi phí.

6. Proposal submission/ Gửi đề xuất

Interested suppliers are requested to submit their proposals detailing the following:

- Consultant profile with relevant experience
- Portfolio of relevant design works
- Proposed total service fee (including VAT) and implementation timeline

Các nhà cung cấp quan tâm gửi đề xuất chi tiết gồm:

- Hồ sơ năng lực với kinh nghiệm liên quan
- Portfolio thiết kế liên quan
- Đề xuất tổng chi phí dịch vụ (bao gồm VAT) và tiến độ thực hiện

The submitted documents must be password-protected. You will be asked for the password after submitting the application. Proposal should be sent to procurement@st4sd.vn and assist3@st4sd.vn before 16/04/2026.

Các tài liệu nằm trong đề xuất cần có mật mã bảo vệ. Chúng tôi sẽ liên hệ với bạn để hỏi mật mã. Đề xuất đến địa chỉ email assist3@st4sd.vn và procurement@st4sd.vn trước 16/04/2026.

The email subject line should begin with: TOR.C104.1.....

Tiêu đề email cần ghi: TOR.C104.1.....

Please note that only shortlisted candidates will be contacted.

Xin lưu ý rằng chỉ những ứng viên được lựa chọn vào vòng tiếp theo mới được liên hệ.

**Proposed by/ Người đề
xuất**

Tang Thi Huyen Tran

**Checked by/ Người kiểm
tra**

Vu Nam – Component
Manager/ *Quản lý Hợp phần*

Approved by/ Người duyệt

Olivier Messmer – Team
Lead/ *Trưởng nhóm Dự án*