
TERMS OF REFERENCE – SERVICE PROVIDER

ĐIỀU KHOẢN THAM CHIẾU – NHÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ

(điền thông tin bên dưới bằng tiếng Anh hoặc song ngữ Anh-Việt)

Project:	Swiss Tourism for Sustainable Development in Vietnam (ST4SD)
Dự án:	<i>Du lịch Thụy Sĩ vì sự Phát triển Bền vững tại Việt Nam</i>
Code Mã:	TOR.C104.7
Product/ Service name Tên sản phẩm/ dịch vụ:	Digital Communication Campaign for “Share Local Touch Global” Project/ <i>Chiến dịch truyền thông số cho dự án “Share Local Touch Global”</i>
Contract term Thời hạn hợp đồng:	From Từ 05/2026 to đến 08/2026
Application deadline Hạn nộp đơn:	Before Trước 30/04/2026

1. PROJECT INTRODUCTION | GIỚI THIỆU DỰ ÁN

The Swiss Tourism for Sustainable Development in Vietnam (ST4SD), financed by the Swiss State Secretariat for Economic Affairs (SECO), aims at making Viet Nam’s tourism sector more sustainable and inclusive. As part of the economic development cooperation of Switzerland for Viet Nam, it is implemented by the consortium of Helvetas Vietnam, a Swiss international NGO, and the CRED Tourism & Agriculture Solution Consulting Company Limited, a Vietnamese NGO. The Ministry of Culture, Sports and Tourism appointed the Viet Nam National Authority of Tourism (VNAT) 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: Fabulous Mekong Ecotours (FME)

Funded by | Tài trợ bởi: ST4SD

2. REQUIRED TECHNICAL SPECIFICATIONS | THÔNG SỐ KỸ THUẬT YÊU CẦU

Service name | *Tên dịch vụ*: Digital Communication Campaign for “Share Local Touch Global” Project/ *Chiến dịch truyền thông số cho dự án “Share Local Touch Global”*

Technical requirements | *Yêu cầu kỹ thuật*:

The selected agency will be responsible for delivering a fully integrated digital communication campaign, including strategy, content production, dissemination, and performance monitoring.

Đơn vị tư vấn được lựa chọn sẽ chịu trách nhiệm triển khai chiến dịch truyền thông số tích hợp toàn diện, bao gồm các khâu: xây dựng chiến lược, sản xuất nội dung, phân phối thông tin và giám sát hiệu quả thực hiện

The Digital Communication Agency shall be responsible for carrying out the following tasks and delivering the corresponding outputs:

Đơn vị Agency Truyền thông số có trách nhiệm thực hiện các nhiệm vụ và cung cấp các sản phẩm đầu ra tương ứng như sau:

Tasks/ Nhiệm vụ	Deliverables/ Sản phẩm đầu ra	Deadline/ Hạn nộp
Task 1: Communication Strategy Development and Campaign Execution/ <i>Xây dựng chiến lược truyền thông và triển khai chiến dịch</i>	<ul style="list-style-type: none">• Deliverable 1.1: Communication plan / <i>Kế hoạch truyền thông</i>• Deliverable 1.2: Campaign implemented as planned / <i>Triển khai chiến dịch theo kế hoạch</i>	30/05/2026
Task 2: Content management and promotion/ <i>Quản lý nội dung và quảng bá</i>	<ul style="list-style-type: none">• Deliverable 2.1: At least 40 digital posts / <i>Ít nhất 40 bài đăng</i>• Deliverable 2.2: ≥ 3,000 e-magazine views within 6 months / <i>Đạt ≥ 3.000 lượt xem e-magazine trong 6 tháng</i>	30/07/2026
Task 3: Reporting / <i>Báo cáo</i>	<ul style="list-style-type: none">• Deliverable: Digital communication performance report / <i>Báo cáo hiệu quả truyền thông</i>	15/08/2026

3. ORDER AND TIME OF USE | ĐẶT HÀNG VÀ THỜI GIAN SỬ DỤNG

Installation time service use | *Thời gian sử dụng dịch vụ*: From/ *Từ* 05/2026 đến To/ *Đến* 08/2026

4. BIDDING REQUIREMENTS | YÊU CẦU ĐẦU THẦU

Interested suppliers are requested to send detailed quotations to procurement@st4sd.vn, assist3@st4sd.vn before 30/04/2026. The submitted documents must be password-protected. You will be asked for the password after submitting the application.

Các nhà cung cấp quan tâm được yêu cầu gửi báo giá chi tiết cho địa chỉ email assist3@st4sd.vn và procurement@st4sd.vn trước 30/04/2026. Các tài liệu nằm trong đề xuất cần có mật mã bảo vệ. Chúng tôi sẽ liên hệ với bạn để hỏi mật mã.

The email subject line should begin with: TOR.C104.7.....

Tiêu đề email cần ghi: TOR.C104.7.....

We will contact the unit that meets the above requirements.

Chúng tôi sẽ liên hệ đơn vị đáp ứng các yêu cầu trên.

**Proposed by/ Người đề
xuất**

**Checked by/ Người kiểm
tra**

**Approved by/ Người
duyet**

Tang Thi Huyen Tran

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

Olivier Messmer – Team
Lead/
Trưởng nhóm Dự án