
TERMS OF REFERENCE – CONSULTANCY SUPPLIER

ĐIỀU KHOẢN THAM CHIẾU – NHÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ TƯ VẤN

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.C103.05 - Hoạt động 2.5 (Annex 1) <i>TOR.C103.05 - Activity 2.5 (Phụ lục 1)</i>
Consulting services Tên dịch vụ tư vấn:	Consultancy for developing communication strategies for soundbranding products and digitizing data <i>Thuê chuyên gia xây dựng chiến lược truyền thông cho sản phẩm soundbranding, số hoá dữ liệu</i>
Contract term Thời hạn hợp đồng:	From 20 May 2026 to 30 August 2026 <i>Từ 20/05/2026 – 30/08/2026</i>
Application deadline Hạn nộp đơn:	Before <i>Trước 13/5/2026</i>

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.*

[Brief introduction of grantee, operation, activities] | [Giới thiệu ngắn gọn về bên được tài trợ, cách thức vận hành, hoạt động].

The Grant Recipient is Ms. Hoa Thi Kim Ngan, who is working in partnership with the Co Tu Truong Son Cooperative within the ST4SD project to implement the community-based tourism model in Aur Village, A Vuong Commune, Da Nang City. The project aims to develop a sustainable livelihood ecosystem based on three pillars: experiential tourism, medicinal agriculture under forest canopy, and indigenous handicrafts. Activities under the project funding are proposed to focus on

strengthening the capacity of the local community and relevant stakeholders in the field of CBT, while simultaneously standardizing operational processes, developing and packaging high-quality tourism products, and building a communication system to promote these products to high-value domestic and international tourism markets/ Bên nhận tài trợ do Hoà Thị Kim Ngân là cá nhân đang phối hợp cùng Hợp tác xã Cơ-Tu Trường Sơn trong khuôn khổ dự án ST4SD hỗ trợ triển khai mô hình du lịch cộng đồng tại Làng Aur (xã A Vương, TP. Đà Nẵng). Dự án hướng đến phát triển một hệ sinh thái sinh kế bền vững dựa trên ba trụ cột: du lịch trải nghiệm, nông du lịch dưới tán rừng và thủ công mỹ nghệ bản địa Các hoạt động trong phạm vi tài trợ của dự án được đề xuất tập trung hỗ trợ cho việc xây dựng năng lực của cộng đồng và các bên liên quan trong lĩnh vực CBT. Song song với việc chuẩn hóa quy trình vận hành, xây dựng, đóng gói sản phẩm du lịch chất lượng cao và phát triển hệ thống truyền thông nhằm quảng bá các sản phẩm du lịch của dự án tới thị trường du lịch giá trị cao trong nước và quốc tế

[Brief introduction of your activity/ model background] | [Giới thiệu ngắn gọn về bối cảnh hoạt động/ mô hình]

Sound branding products are an integral part of the brand identity for the Aur Village Community-Based Tourism (CBT) project model and are developed with a long-term vision to enhance originality and authenticity compared to other communication products on the market. Developing a suitable communication and marketing strategy is essential to clearly position this value, while ensuring that soundbranding data is digitized, standardized, and effectively integrated into final products and digital platforms, thereby improving customer reach and engagement. | Các sản phẩm soundbranding là một phần không thể tách rời trong thương hiệu của mô hình dự án du lịch CBT tại làng AUR và được xây dựng với tầm nhìn dài hạn để tăng tính độc bản và nguyên bản so với các sản phẩm truyền thông khác trên thị trường. Việc có chiến lược truyền thông và marketing phù hợp là cần thiết để định vị rõ giá trị này, đồng thời đảm bảo các dữ liệu soundbranding được số hoá, chuẩn hoá và tích hợp hiệu quả vào các sản phẩm cuối cùng như các nền tảng truyền thông số, qua đó nâng cao khả năng tiếp cận và tạo kết nối với khách hàng.

[Justification for the need of this activity] | [Giải thích lí do, cơ sở cho hoạt động này]

As the project CBT at AUR village continues to develop and refine its products, there is currently no clear strategic direction for leveraging and applying soundbranding in communication. The absence of expert guidance may lead to fragmented implementation and underutilization of the developed sound assets. Therefore, engaging a consulting expert is necessary to systematize the approach, ensure consistency in communication, and optimize the use of soundbranding as a long-term brand asset | Trong quá trình phát triển và hoàn thiện sản phẩm, dự án du lịch CBT tại làng AUR hiện chưa có một định hướng chiến lược rõ ràng cho việc khai thác và ứng dụng soundbranding trong truyền thông. Việc thiếu sự dẫn dắt chuyên môn có thể dẫn đến triển khai rời rạc, chưa tận dụng được hết giá trị của dữ liệu âm thanh đã xây dựng. Do đó, việc thuê chuyên gia

tư vấn là cần thiết nhằm hệ thống hoá cách tiếp cận, đảm bảo tính nhất quán trong truyền thông và tối ưu hoá hiệu quả sử dụng soundbranding như một tài sản thương hiệu dài hạn.

Beneficiary | Người thụ hưởng:

The Aur Village local community, the project founding team, tourism enterprises, travelers, and project stakeholders, including local authorities/ *Cộng đồng địa phương tại làng AUR, Nhóm sáng lập dự án, Doanh nghiệp du lịch, khách du lịch và các bên liên quan của dự án như chính quyền địa phương*

Funded by | Tài trợ bởi: ST4SD

2. OBJECTIVES | MỤC TIÊU

The overall objective for the consultancy is to/ *Mục tiêu của gói dịch vụ tư vấn này là nhằm:*

- Develop communication and marketing strategies centered on soundbranding as the initiative's USP./ *Xây dựng chiến lược truyền thông và marketing xoay quanh soundbranding như USP của sáng kiến*
- Integrate soundbranding data into final products through digitization and deployment on digital platforms (Website, Facebook, Instagram)./ *Tích hợp dữ liệu soundbranding vào sản phẩm cuối thông qua số hoá và triển khai trên các nền tảng số (Website, Facebook, Instagram).*
- Link soundbranding with brand representation in communication products./ *Gắn soundbranding với vai trò đại diện thương hiệu trong các sản phẩm truyền thông.*

3. DELIVERABLES/ SẢN PHẨM BÀN GIAO

The consultant is expected to deliver the tasks and produce the outputs as follows:

Chuyên gia sẽ thực hiện các nhiệm vụ và cung cấp sản phẩm đầu ra như sau:

Tasks Nhiệm vụ	Deliverables Sản phẩm đầu ra	Deadline Hạn nộp
Task 1: Develop communication strategy for soundbranding products (Xây dựng chiến lược truyền thông cho soundbranding)	Deliverable 1: A communication and marketing strategy centered on soundbranding, including positioning and implementation direction. (<i>Bộ chiến lược truyền thông và marketing xoay quanh soundbranding - bao gồm định vị và định hướng triển khai</i>)	15 June 2026 15.06.2026

Task 2: Digitize and integrate soundbranding data. (Số hoá và tích hợp dữ liệu soundbranding)	Deliverable 2.1: Digitized and standardized soundbranding data aligned with digital platform criteria (Dữ liệu soundbranding được số hoá và chuẩn hoá theo tiêu chí các nền tảng số)	30 August 2026 30.08.2026
	Deliverable 2.2: Integration of soundbranding data into communication products and platforms (Website, Facebook, Instagram). (Tích hợp dữ liệu soundbranding vào các sản phẩm và kênh truyền thông (Website, Facebook, Instagram))	
Task 3: Apply soundbranding and evaluate communication effectiveness. (Ứng dụng soundbranding và đánh giá hiệu quả truyền thông)	Deliverable 3.1: At least one communication product integrating soundbranding with the consultant acting as a brand representative. (Ít nhất 01 sản phẩm truyền thông có tích hợp soundbranding với vai trò đại diện thương hiệu.)	15 September 2026 15.09.2026
	Deliverable 3.2: A report on communication performance with recommendations to improve effectiveness and expand target customer segments. (Báo cáo phân tích hiệu quả truyền thông và đề xuất chiến lược nhằm cải thiện và mở rộng tệp khách hàng.)	

4. 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:

- Proven experience in communication and marketing strategy development, especially for creative or identity-based products. / Có kinh nghiệm trong xây dựng chiến lược truyền thông và marketing, đặc biệt trong các sản phẩm sáng tạo hoặc có yếu tố bản sắc.
- Strong strategic thinking and ability to translate concepts into practical communication outputs. / Có năng lực tư duy chiến lược và khả năng chuyển hoá ý tưởng thành các sản phẩm truyền thông cụ thể.
- Experience working with digital platforms (Website, Facebook, Instagram) and understanding of content optimization. / Có kinh nghiệm làm việc với các nền tảng số (Website, Facebook, Instagram) và hiểu cách tối ưu nội dung theo hành vi người dùng.
- Ability to analyze communication performance and provide actionable recommendations. / Có khả năng phân tích, đánh giá hiệu quả truyền thông và đề xuất hướng cải thiện phù hợp.
- Preference for experts with experience in innovation, education, or community development projects. Ưu tiên chuyên gia có kinh nghiệm làm việc trong các dự án liên quan đến đổi mới sáng tạo, giáo dục hoặc phát triển cộng đồng.

5. PROPOSAL SUBMISSION/ GỬI ĐỀ XUẤT

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

- Relevant experience and portfolio
- Proposed work plan and timeline
- Financial proposal (consultancy fee, including VAT if any)

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

- *Kinh nghiệm và các sản phẩm thực hiện có liên quan.*
- *Kế hoạch làm việc và tiến độ dự kiến*
- *Đề xuất chi phí tư vấn (bao gồm VAT nếu có).*

The submitted documents must be password-protected. You will be asked for the password after submitting the application. Proposals should be sent to procurement@st4sd.vn and assist3@st4sd.vn before the above-mentioned deadline.

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 thời hạn nêu trên.

The email subject line should begin with | *Tiêu đề email cần ghi: [TOR.C103.05] Soundbranding Communication Strategy Consultant - Co Tu Truong Son | Tu van Truyền thông và Soundbranding - Co Tu Truong Son*

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

Hoa Thi Kim Ngan - Grantee representative | *Đại diện bên nhận tài trợ*

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*