
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)
<i>Dự án:</i>	<i>Du lịch Thụy Sĩ vì sự Phát triển Bền vững tại Việt Nam</i>
Code Mã:	TOR.C103.03 - Activity 2.2 (Phụ lục 1) <i>TOR.C103.03 - Hoạt động 2.2 (Phụ lục 1)</i>
Consulting services	Official Social Media Channels Development and Content Operation
<i>Tên dịch vụ tư vấn:</i>	Service <i>Dịch vụ phát triển và vận hành các kênh truyền thông chính thức</i>
Contract term:	From 20 May 2026 to 30 October 2026
<i>Thời gian hoạt động:</i>	<i>Từ ngày 20/05/2026 đến 30/10/2026</i>
Application deadline	Before Trước 13/5/2026
Hạn nộp đơn:	

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 Vương 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]

This activity focuses on developing and operating social media channels for CBT tourism project at AUR village, including content creation, communication campaigns, and user engagement. It aims to build a consistent communication presence and support the promotion of tourism products to target markets/ Hoạt động này tập trung xây dựng và vận hành các kênh truyền thông chính thức của dự án du lịch CBT tại làng AUR, bao gồm phát triển nội dung, triển khai chiến dịch và tương tác người dùng. Mục tiêu là xây dựng sự hiện diện truyền thông nhất quán và hỗ trợ quảng bá sản phẩm du lịch đến thị trường mục tiêu.

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

This activity is required to support the development and operation of official social media channels as a core tool for communicating tourism products, engaging target audiences, and facilitating conversion into services and local products. Dedicated personnel and resources are needed to ensure consistent content production, channel management, and sustained communication performance aligned with the project development orientation/ Hoạt động này cần thiết nhằm hỗ trợ xây dựng và vận hành các kênh truyền thông chính thức như một công cụ cốt lõi để truyền tải sản phẩm du lịch, tiếp cận nhóm khách hàng mục tiêu và thúc đẩy chuyển đổi sang dịch vụ và sản phẩm địa phương. Đồng thời cần có nhân sự và nguồn lực phù hợp để đảm bảo việc sản xuất nội dung, quản lý kênh và duy trì hiệu quả truyền thông một cách ổn định theo định hướng phát triển của dự án.

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

Overall objective/ Mục tiêu tổng thể

To establish, standardize, and operate official communication channels to enhance brand awareness and increase the commercial value of Aur Village's tourism and indigenous products.

Thiết lập, chuẩn hóa và vận hành các kênh truyền thông chính thức nhằm nâng cao nhận diện thương hiệu và gia tăng giá trị thương mại cho các sản phẩm du lịch và nông sản bản địa của Làng Aur.

Specific objectives/ Mục tiêu cụ thể

- Digital Branding: Establish and verify a consistent brand presence on major social media platforms. / *Định vị thương hiệu số: Thiết lập và xác thực sự hiện diện thương hiệu nhất quán trên các nền tảng mạng xã hội lớn.*
- Professional Content Operation: Standardize communication concepts and multimedia content using AI-driven tools. | *Vận hành nội dung chuyên nghiệp: Chuẩn hóa ý tưởng truyền thông và nội dung đa phương tiện thông qua các công cụ hỗ trợ AI.*
- Market Connection: Build a direct bridge between the Co Tu community and the high-end, responsible tourism market. | *Kết nối thị trường: Xây dựng cầu nối trực tiếp giữa cộng đồng Cơ Tu với thị trường du lịch cao cấp và có trách nhiệm.*

3. DELIVERABLES | SẢN PHẨM BÀN GIAO

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

Tư vấn viên 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: Setup 03 official channels with standardized branding / <i>Nhiệm vụ 1: Thiết lập 03 kênh chính thức với nhận diện chuẩn.</i>	Deliverable 1: Establishing 03 official channels (Facebook, Instagram, YouTube) with standardized brand identity and full handover to the Cooperative. / <i>Sản phẩm 1: 03 kênh chính thức (Facebook, Instagram, YouTube) với nhận diện thương hiệu chuẩn, bàn giao toàn bộ cho HTX.</i>	30/09/2026

<p>Task 2: Produce daily bilingual content and multimedia assets (short-form videos, photos, and documentaries of project activities)./ <i>Nhiệm vụ 2: Sản xuất nội dung song ngữ và tư liệu đa phương tiện hằng ngày (video ngắn, hình ảnh và phim phóng sự về hoạt động dự án.)</i></p>	<p>Deliverable 2.1: Daily bilingual content (Vietnamese - English) posted on media channels./ <i>Sản phẩm 2.1.: Nội dung song ngữ hằng ngày (Việt - Anh) được đăng tải trên các kênh truyền thông.</i></p> <p>Deliverable 2.2: Multimedia assets produced and posted on media channels/ <i>Sản phẩm 2.2: Tư liệu đa phương tiện sản xuất và đăng tải trên các kênh truyền thông hằng ngày</i></p>	<p>30/09/2026</p>
<p>Task 3: Digital marketing for sales and booking conversion./ <i>Nhiệm vụ 3: Tiếp thị số để chuyển đổi đơn hàng và đặt tour.</i></p> <p>Expected results:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reach over 5,000 users and achieve 1,500–2,500 followers/views./ <i>Tiếp cận trên 5.000 người dùng, đạt 1.500-2.500 theo dõi/xem.</i> - Generate at least 50 tour bookings and 100 product orders./ <i>Đạt ít nhất 50 đơn tour và 100 đơn hàng.</i> 	<p>Deliverable 3: Reports on key metrics including reach, access, sales, and channel growth statistics for Facebook, Instagram, YouTube / <i>Sản phẩm 3: Báo cáo các chỉ số lượt tiếp cận, truy cập, bán hàng và thông số phát triển của kênh mạng xã hội Facebook, Instagram, Youtube.</i></p>	<p>30/09/2026</p>

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:*

- Quality and completeness of the proposal | *Chất lượng và tính đầy đủ của đề xuất*
- Cost effectiveness | *Hiệu quả chi phí*
- Experience in providing similar media services | *Có kinh nghiệm cung cấp dịch vụ truyền thông tương tự*
- Demonstrated professional capacity and technical expertise in media production, content creation, and digital marketing. | *Năng lực chuyên môn và kỹ thuật được chứng minh trong sản xuất truyền thông, sáng tạo nội dung và tiếp thị số*

5. PROPOSAL SUBMISSION | GỬI ĐỀ XUẤT

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

- Profile with relevant experience.
- Certificate of good completion of similar work.
- Applicants will indicate their expected daily rate (including VAT) and number of days to conduct the consultancy.

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

- *Hồ sơ năng lực với kinh nghiệm liên quan.*
- *Chứng nhận, bằng chứng hoàn thành tốt công việc tương tự.*
- *Đề xuất mức phí hàng ngày dự kiến (bao gồm VAT) và số ngày làm việc tư vấn.*

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 above-mentioned deadlines.

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.C106.03] Consultancy for Official Social Media Channels Development and Content Operation Service – Co Tu Truong Son Cooperative | Dịch vụ phát triển và vận hành các kênh truyền thông chính thức - Cơ Tu Trường Sơn*

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

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*

