

---

## TERMS OF REFERENCE – SERVICE PROVIDER

### ĐIỀU KHOẢN THAM CHIẾU – NHÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ

---

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.C106.2 – Activity 2.2 <i>TOR.C106.2 – Hoạt động 2.2</i>
Product/ Service name   Tên sản phẩm/ dịch vụ:	Online Advertising Service to Increase Fanpage Engagement <i>Dịch vụ quảng cáo online tăng tương tác fanpage</i>
Contract term   Thời hạn hợp đồng:	From   Từ 05/2026 to   đến 08/2026
Application deadline   Hạn nộp đơn:	Before   Trước 30/05/2026

### 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.*

Operating under the auspices of the Da Nang Tourism Association, the Xu Quang Destination Club is a non-profit initiative functioning through voluntary community contributions and resource sharing without an independent legal status or dedicated staff. The Club's primary mission is to safeguard indigenous values and provide strategic consultancy for the development of sustainable tourism products in rural and mountainous regions. | *Dưới sự bảo trợ của Hiệp hội Du lịch Đà Nẵng, Câu lạc bộ Điểm đến Xứ Quảng là một thực thể phi lợi nhuận vận hành dựa trên tinh thần tự nguyện và chia sẻ nguồn lực cộng đồng mà không có tư cách pháp nhân độc lập hay nhân sự chuyên trách.*

*Sứ mệnh cốt lõi của Câu lạc bộ là hỗ trợ bảo tồn các giá trị bản địa và tư vấn phát triển các sản phẩm du lịch bền vững tại các khu vực nông thôn và miền núi.*

In this framework, the "Da Nang Green Tourism Journey" marketing campaign is being implemented to promote local green tourism criteria and certified businesses. This campaign is coordinated by the Xu Quang Destination Club in close collaboration with the Da Nang Department of Tourism (DOCST), the Tourism Promotion Center and private sector. | *Trong khuôn khổ này, chiến dịch marketing "Hành trình Du lịch Xanh Đà Nẵng" được triển khai nhằm quảng bá bộ tiêu chí du lịch xanh và các doanh nghiệp đạt chứng nhận. Chiến dịch được điều phối bởi CLB Điểm đến Xứ Quảng với sự phối hợp chặt chẽ từ Sở VH-TT-DL Đà Nẵng, Trung tâm Xúc tiến Du lịch và khối tư nhân.*

Within the framework of the "Da Nang Green Tourism Journey" campaign, the Fanpage is identified as a core interactive channel to connect businesses, tourists, and partners. The campaign requires a targeted advertising solution to optimize reach within the local community. | *Trong khuôn khổ chiến dịch "Hành trình Du lịch xanh Đà Nẵng", fanpage được xác định là một kênh tương tác nòng cốt để kết nối với du khách, các doanh nghiệp và đối tác liên quan. Chiến dịch cần có giải pháp quảng cáo trực tuyến theo mục tiêu để tăng lượng tiếp cận đến cộng đồng địa phương.*

Beneficiary: Tourism businesses and staff, the local community, and visitors in Da Nang. | Người thụ hưởng: *Những doanh nghiệp và người lao động ngành du lịch, cộng đồng địa phương, và du khách tại Đà Nẵng.*

Funded by | Tài trợ bởi: ST4SD

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

2.1. Geographic Scope and Target Audience: | *Phạm vi địa lý và đối tượng mục tiêu:*

- Target Areas: Focus specifically on Da Nang City, Hoi An City, and surrounding vicinities. | *Khu vực quảng cáo: Tập trung chính xác vào địa bàn Thành phố Đà Nẵng, Thành phố Hội An và các vùng phụ cận.*
- Priority Groups: | Các nhóm ưu tiên:
  1. Tourism industry personnel and business owners in the target areas. | *Nhân sự và chủ doanh nghiệp du lịch trong phạm vi tiếp cận.*
  2. Tourists currently staying in Da Nang and the expatriate community (expats) living in the region. | *Du khách và cộng đồng người nước ngoài đang có mặt tại Đà Nẵng.*
  3. Local community in Da Nang. | *Cộng đồng địa phương tại Đà Nẵng.*

2.2. Content and Objectives (KPIs): The service provider must implement a Facebook advertising campaign to achieve: | *Nội dung và mục tiêu quảng cáo (KPIs): Nhà cung cấp dịch vụ cần triển khai chiến dịch quảng cáo trên Facebook (Fanpage) để đạt được:*

- Community Growth: Reach at least 2,000 followers after 6 months of operation. | *Tăng trưởng cộng đồng: Đạt ít nhất 2.000 lượt theo dõi sau 6 tháng hoạt động.*

- Engagement: Ensure an average engagement rate of > 5%. | *Tương tác: Đảm bảo tỷ lệ tương tác trung bình (Engagement rate) > 5%*
- Campaign Support: | *Hỗ trợ nội dung chiến dịch:*
  - Promote posts focused on green practices. | *Quảng bá các bài đăng chuyên sâu về thực hành xanh*
  - Increase reach for 05 storytelling videos regarding sustainable tourism models. | *Tăng độ phủ cho 05 video storytelling (kể chuyện) về các mô hình du lịch bền vững*
  - Drive participation in the Green Tourism Review Contest, aiming for over 500 participants | *Thúc đẩy sự tham gia vào Cuộc thi review du lịch xanh (Green Tourism Review Contest) với mục tiêu thu hút trên 500 người tham gia.*

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

Installation time or service use | *Thời gian lắp đặt hoặc sử dụng dịch vụ: 10/5/2026 – 30/8/2026.*

### 4. BIDDING REQUIREMENTS | YÊU CẦU ĐẦU THẦU

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](mailto:procurement@st4sd.vn) and [assist3@st4sd.vn](mailto: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 [procurement@st4sd.vn](mailto:procurement@st4sd.vn) và [assist3@st4sd.vn](mailto:assist3@st4sd.vn) trước thời hạn nêu trên.

The email subject line should begin with | Tiêu đề email cần ghi: **[TOR.C106.2] Online Advertising Service to Increase Fanpage Engagement | Dịch vụ quảng cáo online tăng tương tác fanpage**

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**

Tran Thi Thu Hien - Campaign Coordinator | *Điều phối Chiến dịch*

**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*