
TERMS OF REFERENCE – SERVICE PROVIDER

ĐIỀU KHOẢN THAM CHIẾU – NHÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ

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.C305.8
Product/ Service name Tên sản phẩm/ dịch vụ:	Online Advertising and Fanpage Engagement Optimization Service for Moc Cham Experiential Products Dịch vụ quảng cáo online và tối ưu hóa tương tác Fanpage cho các sản phẩm trải nghiệm Mộc Chàm
Contract term Thời hạn hợp đồng:	From Từ 08/2026 to đến 12/2026
Application deadline Hạn nộp đơn:	Before Trước 18/08/2026

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 (tổ chức phi chính phủ quốc tế của Thụy Sĩ) và Trung tâm Phát triển Kinh tế Nông thôn (CRED). 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]

Operating as a pioneering sustainable business model on Cu Lao Cham Island (Hoi An, Quang Nam), Moc Cham Cooperative focuses on elevating indigenous resources through value-added processing and community eco-tourism. The cooperative drives local livelihoods based on two core pillars: manufacturing premium native goods (including forest leaf tea, herbal foot soak salts, and traditional handicrafts made from Ngo Dong tree fibers) and facilitating narrative-driven destination experience tours.

Vận hành như một mô hình kinh doanh bền vững tiên phong tại đảo Cù Lao Chàm (Hội An, Quảng Nam), Hợp tác xã Mộc Chàm tập trung nâng cao giá trị tài nguyên bản địa thông qua chế biến sâu và du lịch sinh thái cộng đồng. Hợp tác xã thúc đẩy sinh kế cộng đồng dựa trên hai trụ cột cốt lõi: sản xuất hàng hóa bản địa cao cấp (bao gồm trà lá rừng, muối ngâm chân thảo dược, đồ thủ công mỹ nghệ từ sợi cây Ngõ Đồng) và điều phối các tour trải nghiệm điểm đến gắn liền với nghệ thuật kể chuyện di sản.

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

To scale up the market reach of the "Live with Locals" 2D1N eco-tour and indigenous products, deploying a professional digital marketing strategy on social media is vital. The official Moc Cham Facebook Fanpage acts as the core communication channel to tell heritage stories and handle booking conversions. This online advertising service is designed to build brand awareness, optimize daily audience engagement, and establish a steady stream of digital inbound inquiries from domestic and international markets, driving the cooperative towards long-term commercial self-reliance.

Nhằm mở rộng quy mô thị trường cho tour sinh thái 2N1Đ "Sống cùng người dân" và các dòng sản phẩm đặc sản, việc triển khai chiến lược tiếp thị số chuyên nghiệp trên mạng xã hội là vô cùng thiết yếu. Fanpage Facebook chính thức của Mộc Chàm đóng vai trò là kênh truyền thông cốt lõi để truyền tải các câu chuyện di sản và xử lý chuyển đổi đặt chỗ. Dịch vụ quảng cáo trực tuyến này được thiết kế nhằm xây dựng mức độ nhận diện thương hiệu, tối ưu tương tác của khách hàng và thiết lập luồng dữ liệu khách hàng tiềm năng ổn định, hướng tới sự tự chủ thương mại lâu dài cho hợp tác xã.

- **Beneficiary / Người thụ hưởng:** Local island artisans, cooperative members, eco-tourists, and partner travel agencies.

Các nghệ nhân địa phương trên đảo, thành viên hợp tác xã, du khách sinh thái và các hãng lữ hành đối tác.

- **Funded by / Tài trợ bởi:** ST4SD

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

- **Service Name | Tên dịch vụ:** Online Advertising and Facebook Fanpage Content Optimization Service / Dịch vụ quảng cáo trực tuyến và tối ưu hóa nội dung Fanpage Facebook trọn gói.

2.1. Content Management & Social Media Optimization| Quản lý nội dung & Tối ưu hóa mạng xã hội: **The selected contractor must execute structured monthly Facebook marketing tasks to build a cohesive green brand presence:**

Nhà thầu được lựa chọn phải thực hiện các nhiệm vụ tiếp thị Facebook hàng tháng một cách có cấu trúc để xây dựng hình ảnh thương hiệu xanh đồng nhất:

- **Monthly Marketing Planning:** Formulate and deliver structured Facebook Marketing plans tailored on a monthly basis.

Lên kế hoạch Marketing trên nền tảng Facebook hàng tháng.

- **Platform Standardization:** Synchronize and standardize all page interfaces, settings, and information architecture according to professional layouts.

Đồng bộ hóa chuẩn nội dung nền tảng.

- **High-Quality Content Production:** Produce a minimum of **10 high-quality content posts per month**, ensuring balanced content lines covering: Brand identity values, Promotional campaigns, Product spotlights (Forest tea, Ngo Dong crafts, Foot soak salts), and trending topic integration.

Sản xuất 10 content chất lượng mỗi tháng, bao gồm các tuyến nội dung xoay quanh: Thương hiệu, khuyến mãi, sản phẩm (Trà lá rừng, đồ thủ công ngô đồng, muối ngâm chân), các bài viết theo trend...

- **Visual Graphic Design:** Design tailored photo layouts and graphic assets matching the cooperative's signature rustic, eco-friendly visual identity.

Thiết kế hình ảnh theo nhận diện thương hiệu.

- **Advertising Budget Proposals:** Formulate and propose detailed digital ad budget layouts (excluding basic ad-spend and direct platform taxes).

Đề xuất ngân sách chạy quảng cáo (không bao gồm chi phí và thuế ads).

- **Engagement Seeding:** Facilitate community engagement seeding to boost organic social trust and interaction scores.

Điều phối seeding tương tác tạo niềm tin.

2.2. Digital Advertising & Performance Tracking | Chạy chiến dịch quảng cáo & Theo dõi hiệu suất

- **Brand Awareness Ad Delivery:** Set up, launch, and optimize active Facebook ad campaigns to maximize target destination awareness and product visibility.

Triển khai chạy quảng cáo tăng độ phủ thương hiệu.

- **Performance Auditing & Reporting:** Deliver monthly analytical reports assessing ad spending efficiency, reach, and return on ad spend (ROAS).

Báo cáo, đánh giá hiệu suất quảng cáo.

2.3. Expected Results | Kết quả dự kiến:

- **Traffic Milestone:** Attain a minimum of **10,000 traffic visits/clicks** driven to the cooperative's assets within the first year of operation.

Đạt tối thiểu 10.000 lượt truy cập/lượt click trong năm đầu tiên vận hành.

- **Audience Engagement Growth:** Fanpage interactions (likes, shares, comments, messages) increase by 35% compared to baseline periods.

Lượt tương tác trên Fanpage (thích, chia sẻ, bình luận, tin nhắn) tăng trưởng 35% so với giai đoạn trước.

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

- **Service Operational Period / Thời gian sử dụng dịch vụ:** Dedicated advertising campaigns and monthly content optimization will run continuously for **03 months**, from **September 2026 to November 2026**

Thời gian sử dụng dịch vụ: Chiến dịch quảng cáo và tối ưu hóa nội dung hàng tháng được vận hành liên tục trong vòng **03 tháng**, kéo dài từ **tháng 08/2026 đến tháng 11/2026**

- **Monthly Evaluation Handover:** Deliverables (10 posts, ad-spend metrics, conversion logs) must be compiled and audited before the 5th day of each following month.

Nghiệm thu hàng tháng: Các sản phẩm đầu ra (10 bài viết, chỉ số quảng cáo, lịch trình tối ưu) phải được tổng hợp và đối soát trước ngày mùng 5 của tháng tiếp theo.

4. BIDDING REQUIREMENTS | YÊU CẦU ĐẤU 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 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 procurement@st4sd.vn và assist3@st4sd.vn trước thời hạn nêu trên.*

The email subject line should begin with | Tiêu đề email cần ghi: **[TOR.C305.7] Online Advertising and Fanpage Engagement Optimization Service for Moc Cham Experiential Products | Dịch vụ quảng cáo online và tối ưu hóa tương tác Fanpage cho các sản phẩm trải nghiệm Mộc Chàm**

We will contact the unit that meets the above requirements.
Chúng tôi sẽ liên hệ đơn vị đáp ứng các yêu cầu trên.

Checked by / Người kiểm tra:

Nguyen Ngoc Bich – Component Manager | Quản lý Hợp phần

Approved by / Người duyệt:

Olivier Messmer – Team Lead | Trưởng nhóm Dự án ST4SD