



Tìm kiếm Công ty Truyền thông Thực hiện Chiến dịch Nâng cao Nhận thức Cộng đồng về Bệnh lao và Gánh nặng Tài chính do Lao

Điều khoản tham chiếu

Friends for International Tuberculosis Relief (FIT)

Dự án: Tái định hình Dịch vụ Chăm sóc Bệnh Lao	Hạn nộp đề xuất: 20/11/2024, 17h30
Thông tin về tổ chức: Vui lòng truy cập tbhelp.org .	
Bối cảnh <p>Quý Hỗ trợ Người bệnh Chiến thắng Bệnh Lao (PASTB) được thành lập tại Bệnh viện Phổi Trung Ương theo quyết định số Quyết định số 380/QĐ-BVN ngày 16 tháng 3 năm 2018 của Bộ Nội vụ nhằm cung cấp những hỗ trợ thiết yếu cho người mắc lao (BNL) có hoàn cảnh khó khăn. PASTB hỗ trợ mua Bảo hiểm Y tế (BHYT), hỗ trợ chi phí điều trị nội trú và ngoại trú cho những BNL có hoàn cảnh khó khăn để bắt đầu điều trị. Friends for International Tuberculosis Relief (FIT), với vai trò một tổ chức phi chính phủ quốc tế, đã và đang hợp tác cùng PASTB để giải quyết các vướng mắc tài chính y tế quan trọng và tăng cường bảo trợ xã hội cho những người mắc lao.</p> <p>Các hoạt động này được hỗ trợ bởi Sáng kiến Tái định hình Dịch vụ Chăm sóc Bệnh Lao (RTC), một nỗ lực toàn cầu do Stop TB Partnership và Cơ quan hợp tác quốc tế Hàn Quốc (KOICA) thúc đẩy. Sáng kiến RTC nhằm tìm ra các chiến lược mới và sáng tạo để cải thiện dịch vụ chăm sóc và phòng chống lao.</p>	
Mục tiêu <p>Chúng tôi tìm kiếm một nhà cung cấp dịch vụ truyền thông để phối hợp cùng FIT và PASTB (trụ sở tại Bệnh viện Phổi Trung ương) thực hiện một chiến dịch truyền thông. Chiến dịch có ba mục tiêu:</p> <ol style="list-style-type: none">(1) Giảm kỳ thị và nâng cao nhận thức của công chúng về bệnh lao và gánh nặng tài chính mà căn bệnh này gây nên(2) Tăng cường lan tỏa các thông điệp của PASTB(3) Kêu gọi tài trợ cho PASTB để đảm bảo tính bền vững của hoạt động hỗ trợ tài chính cho BNL. <p>Chúng tôi tìm kiếm các đề xuất với cách tiếp cận sáng tạo để hoàn thành các mục tiêu này.</p> <p>Để biết thêm thông tin về chiến dịch RTC toàn cầu, vui lòng truy cập website: stoptb.org/accelerate-tb-innovations/re-imagining-tb-care</p> <p>Về PASTB: facebook.com/PASTB2017</p>	

Về FIT: tbhelp.org

Năm 2023, sáng kiến RTC đã thực hiện một chiến dịch truyền thông tại Việt Nam mang tên **Chuyện về Lao**. Chiến dịch sắp tới có thể tận dụng một cách sáng tạo các sản phẩm của chiến dịch này, thay đổi, hoặc mở rộng đối tượng và tầm ảnh hưởng của chiến dịch trước.

Website: chuyenvelao.vn

Facebook: facebook.com/FIT.Chuyenvelao

Đối tượng mục tiêu

- Nâng cao nhận thức về bệnh lao và gánh nặng tài chính mà căn bệnh này gây ra, hướng tới đối tượng người trẻ tuổi (15-24 tuổi), nhằm xóa bỏ kỳ thị đối với bệnh lao trong nhóm đối tượng này và khuyến khích họ đưa người thân đi sàng lọc lao.
- Nâng cao nhận thức về bệnh lao, hướng tới đối tượng nguy cơ cao, bao gồm những người có hoàn cảnh khó khăn hơn, người trung tuổi (45-65 tuổi) và nam giới, để khuyến khích họ tìm kiếm dịch vụ chăm sóc và hỗ trợ cho người mắc lao.

Phạm vi công việc

- Thiết kế và triển khai chiến dịch truyền thông trong 6 tháng tại Việt Nam, hướng tới đối tượng đích và hoàn thành ba mục tiêu như đã nêu trên, thông qua các kênh truyền thông khác nhau (ví dụ: video, mạng xã hội, trang web, email, chiến dịch gây quỹ cộng đồng, các ấn phẩm, v.v.).
- Quản lý trang Facebook và trang web *Chuyện về lao*, thay đổi các kênh này cho chiến dịch mới và cải thiện khả năng tiếp cận.
- Xây dựng nội dung quảng cáo để đăng trên trang web của PASTB (sẽ ra mắt vào đầu năm 2025).
- Xây dựng và lựa chọn các tài liệu truyền thông để truyền tải thông điệp y tế một cách chính xác, hấp dẫn và giàu ý nghĩa mà khán giả Việt Nam có thể tương tác.
- Đo lường và báo cáo chính xác hiệu suất của chiến dịch để đảm bảo đáp ứng các mục tiêu của dự án.

Điều kiện đối với công ty tham gia gửi đề xuất

1. Có chứng nhận đăng ký kinh doanh, quyết định thành lập doanh nghiệp hoặc chứng từ tương đương hợp lệ do cơ quan có thẩm quyền cấp; có ngành nghề đăng ký kinh doanh phù hợp với đặc điểm của dịch vụ nêu trong đề xuất;
2. Không trong quá trình giải thể; không bị kết luận là đang trong tình trạng phá sản hoặc mất khả năng thanh toán nợ theo quy định của pháp luật Việt Nam; không bị cấm tham gia hoạt động truyền thông tại Việt Nam;
3. Nhà cung cấp dịch vụ phải vượt qua quá trình sàng lọc của tất cả các bên dưới đây:
 - Không nằm trong danh sách các nhà cung cấp bị loại trừ: <https://sam.gov/content/exclusions>
 - Không nằm trong danh sách các tổ chức thuộc diện bị trừng phạt của Hội đồng Bảo an Liên hợp quốc: <https://scsanctions.un.org/search/>
 - Không nằm trong danh sách OFAC - Hoa Kỳ: <https://sanctionssearch.ofac.treas.gov/>

Yêu cầu đối với các đề xuất

Các đề xuất cần được gửi trước ngày 20/11/2024. Nếu Quý Tổ chức quan tâm đến việc gửi đề xuất, vui lòng liên hệ với chúng tôi theo thông tin phía dưới, muộn nhất ngày 10/11/2024. Một bộ đề xuất đầy đủ cần có:

1. Một file PDF dài tối đa một trang tóm tắt về chiến dịch Quý Tổ chức đề xuất.
2. Chiến lược và kế hoạch truyền thông chi tiết, bao gồm:
 - Chiến lược của Quý Tổ chức nhằm nâng cao nhận thức và thúc đẩy hành động từ đối tượng mục tiêu;
 - Các sản phẩm truyền thông được cung cấp
 - Các nền tảng được ứng dụng
 - Một lịch trình chi tiết bao gồm tần suất phát hành và thời gian cần thiết để sản xuất từng tài liệu.
 - Các chỉ số hiệu suất chính (KPI), tối thiểu bao gồm:
 - Số tiền VND quyên góp được thông qua chiến dịch
 - Số lượng người tiếp cận được với mỗi nền tảng
 - Số lượng người tương tác với nội dung trên mỗi nền tảng
3. Một bản dự trù kinh phí nêu chi tiết các chi phí được phân loại để phát triển, sản xuất và phân phối chiến dịch.

Đề xuất phải được nộp bằng cả **tiếng Anh và tiếng Việt**.



Tài liệu bổ sung

1. Chứng minh tư cách doanh nghiệp: chứng nhận đăng ký kinh doanh có danh mục các lĩnh vực kinh doanh, quyết định thành lập hoặc tài liệu tương đương do cơ quan có thẩm quyền cấp.
2. Danh mục các công việc hiện tại của nhà cung cấp và/hoặc thông tin chi tiết về các chiến dịch trước đây.
3. Tối thiểu hai đầu mối liên hệ tham khảo.

Yêu cầu đối với dự trù kinh phí

1. Đơn vị tiền tệ của dự trù kinh phí phải là Việt Nam đồng.
2. Các mức giá được đưa ra trong đề xuất phải bao gồm toàn bộ chi phí cung cấp dịch vụ có thể phát sinh.
3. Nhà cung cấp dịch vụ cần gửi một bảng chi tiết chi phí/đơn giá cho tất cả các công việc được đề cập trong đề xuất.
4. Nhà cung cấp dịch vụ cần đề xuất kế hoạch thanh toán cho chiến dịch kéo dài 6 tháng.
5. Đề xuất của nhà cung cấp dịch vụ phải bao gồm đầy đủ tất cả các loại thuế, phí và lệ phí (nếu có) áp dụng theo mức thuế suất, phí và lệ phí có liên quan theo luật pháp Việt Nam.

Kế hoạch Dự kiến

Lựa chọn nhà cung cấp - Đầu-giữa tháng 12/2024
Xây dựng chiến dịch - Cuối tháng 12/2024
Đăng tải - Bắt đầu từ tháng 1/2025
Kết thúc chiến dịch - Muộn nhất 30/6/2025

Tổng chi phí cho chiến dịch không vượt quá:

500.000.000 VNĐ
(*Bằng chữ: Năm trăm triệu đồng*)

Liên hệ: Nghiêm Nguyễn Minh Trang

Email: trang.nghiem@tbhelp.org

SĐT: 0904 967 122

Liên hệ: Vũ Phương Trà

Email: tra.vu@tbhelp.org

SĐT: 0368 825 518

Tiêu chí đánh giá đề xuất

FIT sẽ đánh giá các đề xuất dựa trên các tiêu chí sau:

- Tính độc đáo của các ý tưởng được đề xuất;
- Khả năng tận dụng chiến dịch *Chuyện về Lao* đã có, đồng thời giới thiệu các phương pháp tiếp cận mới và sáng tạo đối với truyền thông về bệnh lao;
- Chất lượng công việc được thể hiện trong các dự án từng thực hiện;
- Sự phù hợp của đề xuất với đối tượng đích và mục tiêu đã nêu;
- Tương quan giữa chi phí và giá trị mang lại;
- Sự cụ thể của các chỉ số hiệu suất chính được đề xuất;
- Tính minh bạch của dự trù kinh phí;



- Kinh nghiệm trước đây của nhà cung cấp trong thực hiện các chiến dịch truyền thông về sức khỏe và/hoặc y tế tại Việt Nam;
- Khả năng phản hồi và trả lời các câu hỏi bổ sung từ FIT sau khi nhận được đề xuất.