

CHƯƠNG V. YÊU CẦU VỀ KỸ THUẬT

1. Giới thiệu chung về gói thầu:

- Tên gói thầu: Mua sắm dịch vụ quảng cáo số năm 2026.
- Nguồn vốn: Chi phí tuyên truyền quảng cáo tại Trụ sở chính
- Hình thức lựa chọn nhà thầu: Đấu thầu rộng rãi trong nước, không sơ tuyển, qua mạng.
- Loại hợp đồng: Hợp đồng đơn giá cố định.
- Thời gian thực hiện gói thầu: 12 tháng kể từ ngày hợp đồng có hiệu lực hoặc cho đến khi sử dụng hết các quyền lợi của hợp đồng.

2. Mục tiêu công việc: Năm 2026, hoạt động truyền thông, quảng cáo số được thực hiện nhằm đạt được các mục tiêu:

(i) Nâng cao các chỉ số: Chỉ số nhận biết thương hiệu, Chỉ số sức mạnh thương hiệu, Chỉ số giá trị thương hiệu,...;

(ii) Góp phần gia tăng nền khách hàng, phục vụ hoạt động phát triển kinh doanh BIDV.

3. Yêu cầu dịch vụ quảng cáo số năm 2026:

A. Nội dung, khối lượng:

TT	Danh mục	ĐVT	Số lượng
1	Tương tác trên Facebook	CPE	130.000
2	Link đích trên Facebook	CPC	500.000
3	Video view trên Facebook	View	5.000.000
4	Tiếp cận trên Facebook	Reach	200.000.000
5	Tin nhắn trên Facebook	Tin nhắn	5.000
6	Facebook App install	CPI	10.000
7	Story Facebook view	View	500.000
8	Video Facebook Reel	View	800.000
9	Facebook Lead Ads	CPC	10.000
10	Google Banner	CPC	420.000
11	Google Universal	CPI	4.000
12	Google DV 360	CPM	20.000
13	Google Adwords	CPC	180.000
14	Google Discovery Ads	CPC	150.000
15	Instream video Youtube	View	5.000.000
16	Trueview 15s nonskipable Youtube	CPM	25.000
17	Bumper Ads Youtube	CPM	5.000
18	Tiktok Video View	View	6.000.000
19	Tiktok Video View Spark ads	CPV	100.000
20	Tiktok Video View set ăn	CPV	50.000
21	Tiktok Click to web	CPC	50.000
22	Tiktok Conversion	CPC	10.000
23	Tiktok Livestream	CPC	100.000
24	FB Livestream view	CPV	500.000

TT	Danh mục	ĐVT	Số lượng
25	Linkedin Impression	Impression	1.500.000
26	Gói bảo vệ thương hiệu	Gói	1

Giải thích từ ngữ:

STT	Đơn vị tính	Định nghĩa
1	CPE	Cost per engagement: đơn giá trên mỗi lượt tương tác
2	Reach	Đơn giá trên mỗi user tiếp cận được thông qua quảng cáo
3	CPC	Cost per click: đơn giá trên mỗi lượt nhấp vào quảng cáo
4	View	1 lượt xem video quảng cáo (thời lượng giây xem tối thiểu của mỗi lượt view theo quy định của từng nền tảng Facebook, Youtube và Tiktok)
5	Tin nhắn	1 lần người dùng bấm vào quảng cáo tin nhắn và chọn “Bắt đầu hội thoại”
6	CPI	Cost per install: đơn giá trên mỗi lượt cài đặt app
7	CPM	Cost per mile: đơn giá trên mỗi 1.000 lần hiển thị (impression)
8	CPV	Cost per view: đơn giá trên mỗi lượt xem
9	Impression	Lượt hiển thị

B. Yêu cầu chi tiết:

TT	Nội dung yêu cầu
I	Yêu cầu về khách hàng mục tiêu
1	<p>Mô tả khách hàng mục tiêu chung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nhân khẩu học - Độ tuổi: 20 – 55. - Giới tính: Nam, nữ - Địa điểm sinh sống: khắp cả nước hoặc một số tỉnh thành cụ thể. - Nghề nghiệp: sinh viên, giới văn phòng, người khởi nghiệp, doanh nhân... - Sở thích: tiêu dùng hiện đại, ưa thích trải nghiệm mới, sẵn sàng khám phá các SPDV tiện ích, hứng thú với các chương trình ưu đãi, khuyến mại (tặng quà, tiền mặt..) <p>Hành vi, mối quan tâm:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hành vi: đã từng giao dịch với ngân hàng, đang chuẩn bị mua nhà/ô tô, mua sắm online, hay đang đi du lịch, đi spa, thẩm mỹ viện... <p>Lĩnh vực quan tâm: tài chính, đầu tư, thương mại điện tử (e-commerce), bất động sản, xe hơi.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đối tác có đề xuất nhắm mục tiêu cụ thể hơn với nhóm khách hàng doanh nghiệp (cũng quan tâm đến tài chính, đầu tư, xuất nhập khẩu, thanh toán quốc tế,...nhưng nhân khẩu học khác với nhóm Khách hàng bán lẻ ở trên). <p>Thời gian, thu nhập:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giờ: giờ cao điểm (lượng người truy cập lớn...) - Thu nhập: Thu nhập ổn định tối thiểu trên 10 triệu với đối tượng nhân viên văn phòng.

TT	Nội dung yêu cầu	
II	Yêu cầu về chất lượng quảng cáo	
		<ul style="list-style-type: none"> - Kết quả chiến dịch (KPI chiến dịch): cam kết các chiến dịch quảng cáo đều phải phải đạt kết quả quảng cáo (tương tác/click/view/install...) tối thiểu 80% KPI theo thống nhất giữa BIDV và đối tác đối với từng chiến dịch. - Trường hợp chạy quá KPI, BIDV không thanh toán thêm chi phí cho phần vượt quá KPI. Trường hợp không chạy đủ tối thiểu 80% KPI chiến dịch theo yêu cầu, BIDV sẽ không nghiệm thu, thanh toán cho chiến dịch đó. Tổng KPI của cả gói dịch vụ quảng cáo phải đạt khối lượng yêu cầu theo Mục A. - Trường hợp quảng cáo xuất hiện với định dạng khác so với nội dung và định dạng đã được phê duyệt, BIDV có quyền yêu cầu dừng quảng cáo và không tính phần KPI này. - Frequency (tần suất hiển thị quảng cáo trên 1 khách hàng): Yêu cầu chỉ số hiển thị lại đối với 1 khách hàng đối với những chiến dịch Frequency là 1.5-2 lần/tháng và theo thống nhất frequency trước từ chiến dịch. - Đối với các quảng cáo về sản phẩm: Cam kết tỷ lệ điền thông tin (Lead trên form đăng ký thông tin khách hàng) thu được đạt tối thiểu 1,5% số lượng CPC trong một chiến dịch sản phẩm và theo thống nhất trước từng chiến dịch. - Đối với quảng cáo từ khóa: Số lượng từ khóa không giới hạn thuộc ngành tài chính ngân hàng. Với từng chiến dịch quảng cáo, tùy thuộc vào loại SPDV, BIDV sẽ đưa ra các từ khóa cụ thể. Nhà thầu phải đảm bảo tất cả các mẫu quảng cáo xuất hiện trong Top 7 hiển thị tìm kiếm trên Google và gắn mã Google Analytics của website BIDV. Có thể thực hiện bám đuôi tổng thể trên đa kênh quảng cáo. - Lựa chọn mẫu quảng cáo: cam kết sử dụng hình thức « A/B testing » hoặc các công cụ khác phù hợp đảm bảo lựa chọn mẫu quảng cáo phù hợp.
III	Yêu cầu khác	
1	Yêu cầu kèm theo gói dịch vụ	<ul style="list-style-type: none"> - Nhà thầu phải đảm bảo toàn bộ chi phí thực hiện hợp đồng đã bao gồm các chi phí để tối ưu nội dung quảng cáo (bao gồm content và hình ảnh, resize ảnh theo từng định dạng quảng cáo). - Tư vấn, hỗ trợ các dịch vụ liên quan đến bảo vệ thương hiệu trên các kênh như Facebook, Google, LinkedIn, Tiktok, Youtube theo nhu cầu phát sinh từ BIDV.
2	Yêu cầu về công cụ tự động hỗ trợ quảng cáo	<ul style="list-style-type: none"> - Hỗ trợ triển khai công cụ chặn clicks ảo nhằm đảm bảo tối ưu ngân sách quảng cáo trên các hạng mục chạy ads. Báo cáo realtime lượng click ảo chặn được từ các quảng cáo của Google. - Hỗ trợ cài đặt Conversion API đo lường chuyển đổi khi triển khai các hạng mục chạy Facebook Ads: Giúp đo lường chuyển đổi người dùng sử dụng tất cả các hệ điều hành: Android, IOS (kể cả khi người dùng lựa chọn không cho FB App track hoạt động khi cài đặt App). - Có dashboard trực quan Báo cáo kết quả quảng cáo theo thời gian thực (real time) và báo cáo định kỳ (tuần/tháng/năm) để theo dõi, đánh giá hiệu quả chiến

TT	Nội dung yêu cầu	
		dịch. Báo cáo realtime tích hợp được các kênh quảng cáo gồm ADX, Google, Facebook, Zalo, Tiktok Độ trễ tối đa của báo cáo trong vòng 60 phút.
3	Yêu cầu về tiến độ công việc	<ul style="list-style-type: none"> - Tối đa trong vòng 1 ngày làm việc kể từ khi BIDV gửi yêu cầu quảng cáo, nhà thầu phải tiếp nhận và xử lý, gửi demo quảng cáo, hoàn thiện việc khởi tạo và bắt đầu triển khai quảng cáo. - Tối đa trong 2 giờ làm việc kể từ khi nhận được yêu cầu sửa lỗi từ BIDV, nhà thầu phải hoàn thành việc sửa lỗi (nội dung, đối tượng mục tiêu...) và tiếp tục chạy quảng cáo.
4	Tài khoản quảng cáo	<ul style="list-style-type: none"> - Sử dụng một tài khoản duy nhất để thực hiện riêng các hoạt động quảng cáo MXH cho BIDV trên BM (Business Manager) của BIDV. - Cam kết phân quyền tài khoản quảng cáo cho BIDV trực tiếp theo dõi việc chạy quảng cáo hàng ngày.
5	Chính sách khắc phục, sự cố và bảo mật	<ul style="list-style-type: none"> - Cam kết đảm bảo quá trình triển khai quảng cáo cho BIDV diễn ra suôn sẻ, không vi phạm các quy định của pháp luật hiện hành và các quy định đặc thù của từng mạng quảng cáo. - Cam kết về việc xử lý sự cố trường hợp tài khoản được cấp quyền quảng cáo bị mất cấp (hack) đảm bảo quyền lợi cho BIDV (thể hiện qua tài liệu nêu rõ giải pháp và các bước xử lý sự cố). - Cam kết bảo mật toàn bộ danh sách, thông tin khách hàng (kể cả thông tin dưới dạng chia sẻ tập file từ tài khoản quảng cáo) do BIDV cung cấp. Không được sử dụng dữ liệu này cho bất kỳ đối thủ cùng ngành nào tối thiểu 5 năm kể từ khi kết thúc Hợp đồng.
6	Đo lường hiệu quả	<ul style="list-style-type: none"> - Sử dụng Google Tag Manager để phân tích chuyển đổi, đo lường hiệu quả và chạy bám đuổi khách hàng. - Sau 1/3 tổng thời gian chạy quảng cáo của mỗi chiến dịch, nhà thầu phải có báo cáo đánh giá tình hình hiệu quả và đề xuất những điều chỉnh cần thiết (nếu có) gồm đối tượng, ngân sách, content... để quảng cáo hiệu quả hơn. - Kết thúc chiến dịch quảng cáo, nhà thầu cung cấp số liệu kèm đánh giá tổng quan về chiến dịch, những ưu điểm và những yếu tố cần cải thiện để tối ưu hiệu quả các chiến dịch quảng cáo tiếp theo.
7	Bảo vệ thương hiệu BIDV trên mạng xã hội	Đại diện BIDV làm việc cùng Facebook và Google để báo cáo các hiện diện giả mạo BIDV trên internet theo danh sách BIDV cung cấp. Gửi lại thông tin phản hồi và cập nhật quá trình xử lý hiện diện giả mạo trong vòng tối đa 03 ngày làm việc kể từ ngày nhận được yêu cầu từ phía BIDV

TT	Nội dung yêu cầu	
8	Chứng chỉ kèm theo báo giá	<p>Nhà thầu gửi kèm các văn bản sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Xác nhận/ảnh chụp nhà thầu là đối tác của Facebook và giới hạn tài khoản quảng cáo (cho doanh nghiệp và đối tác) đạt 2500 tài khoản. - Xác nhận/ảnh chụp nhà thầu có tên trong danh sách đối tác kinh doanh của Google (là một trong những công ty được Google chứng nhận là Google Partner). - Các giấy tờ xác nhận là đối tác quảng cáo tin cậy của các nền tảng QC khác khi được BIDV yêu cầu xác minh. - Lưu ý: Nhà thầu cam kết thực hiện phân quyền cho BIDV vào tài khoản quảng cáo để đối chiếu thông tin ảnh chụp.