

Phần 2. YÊU CẦU VỀ KỸ THUẬT

Chương V. YÊU CẦU VỀ KỸ THUẬT

1. Giới thiệu chung về dự án/dự toán mua sắm, gói thầu:

- Tên gói thầu: Tái định vị & làm mới thương hiệu VNPT Cyber Immunity năm 2025
- Quy mô và yêu cầu cung cấp: Thực hiện truyền thông tái định vị & làm mới thương hiệu VNPT Cyber Immunity, 01 gói.
- Bên mời thầu: Trung tâm An toàn thông tin VNPT - Chi nhánh Công ty Công nghệ Thông tin VNPT.
- Địa chỉ: số 57 phố Huỳnh Thúc Kháng, phường Láng, thành phố Hà Nội, Việt Nam.
- Nguồn vốn: Chi phí phát triển thị trường của Trung tâm ATTT VNPT năm 2025.
- Hình thức và phương thức lựa chọn nhà thầu: Đấu thầu rộng rãi – quy mô nhỏ, qua mạng, 01 giai đoạn, 01 túi hồ sơ.
- Thời gian bắt đầu tổ chức lựa chọn nhà thầu: Tháng 8/2025
- Thời gian thực hiện: 3 tháng kể từ ngày hợp đồng có hiệu lực.
- Loại hợp đồng: Hợp đồng trọn gói.
- Địa điểm thực hiện: tại Hà Nội

2. Mục tiêu công việc

Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu mới để tiếp cận nhóm đối tượng mục tiêu trực tiếp ra quyết định mua hàng; phát triển định vị phù hợp với định hướng kinh doanh mới của Trung tâm: phát triển nhóm sản phẩm cho cá nhân; nghiên cứu và phát triển nhóm sản phẩm mũi nhọn, dẫn đầu xu thế: An ninh kinh tế tầm thấp, Drone security, Machine security/ 5G security; Xây dựng các chương trình Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) cho trẻ em; Thâm nhập thị trường quốc tế (go global); Tập trung vào việc tiếp cận nhóm khách hàng mục tiêu để thúc đẩy hoạt động kinh doanh, bán hàng. Dự án truyền thông tái định vị và làm mới thương hiệu dự kiến bắt đầu triển khai từ 08/2025-10/2025 để đảm bảo đạt được hiệu quả truyền thông tốt nhất.

3. Yêu cầu kỹ thuật của gói thầu

TT	Mục tiêu	Kết quả đầu ra
1	Hoạt động sáng tạo và lập kế hoạch chiến lược thương hiệu (strategic creative & planning)	01 bộ tài liệu bao gồm: Nghiên cứu thị trường; Nghiên cứu các kênh truyền thông của đối thủ; Phân tích khách hàng mục tiêu; Định hướng tiếp cận chiến lược; Định hướng sáng tạo: concept sáng tạo, hình ảnh chủ đạo (Key visual); Định hướng chiến lược nội dung: kênh mạng xã hội và PR.
2	Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu để đồng bộ tại các điểm chạm	01 bộ thiết kế hệ thống nhận diện cốt lõi và thiết kế 01 hồ sơ công ty (company profile)
3	Hoạt động booking các hot page có tập người theo dõi là đối tượng mục tiêu truyền thông	03 bài đăng trên 03 hot page có đối tượng người theo dõi
4	Sản xuất tư liệu truyền thông	Sản xuất 15 bài đăng fanpage

4. Giải pháp và phương pháp luận:

Nhà thầu chuẩn bị đề xuất giải pháp, phương pháp luận tổng quát thực hiện dịch vụ theo các nội dung quy định tại Chương V, gồm các phần như sau:

- a. Giải pháp và phương pháp luận;
- b. Kế hoạch công tác.

5. Quy định về bảo hành, bảo trì:

TT	KẾT QUẢ ĐẦU RA	BẢO HÀNH/BẢO TRÌ
1	01 bộ tài liệu bao gồm: Nghiên cứu thị trường; Nghiên cứu các kênh truyền thông của đối thủ; Phân tích khách hàng mục tiêu; Định hướng tiếp cận chiến lược; Định hướng sáng tạo: concept sáng tạo, hình ảnh chủ đạo (Key visual); Định hướng chiến lược nội dung: kênh mạng xã hội và PR.	Không bảo hành, bảo trì
2	01 bộ thiết kế hệ thống nhận diện cốt lõi và thiết kế 01 hồ sơ công ty (company profile)	Không bảo hành, bảo trì 3 lần sau khi nghiệm thu kết quả đầu ra.
3	03 bài đăng trên 03 hot page có đối tượng người theo dõi	Không bảo hành , bảo trì
4	sản xuất 15 bài đăng fanpage	Không bảo hành, bảo trì

6. QUY ĐỊNH VỀ KIỂM TRA, NGHIỆM THU SẢN PHẨM:

Hai bên thống nhất sẽ tiến hành nghiệm thu, quyết toán giá trị hợp đồng trên cơ sở chất lượng của dịch vụ (theo các tiêu chí), cụ thể như sau:

STT		Mô tả	Đơn vị tính	Số lượng
I	Hạng mục sáng tạo & lập kế hoạch (Creative & Planning)			
1	Lên kế hoạch chiến dịch: Ý tưởng chiến dịch & kế hoạch thực thi (Creative & Planning)	1. Bản kế hoạch chiến dịch 2. Xây dựng ý tưởng sáng tạo. 3. Phát triển Chiến lược Nội dung	Gói	1
II	Hạng mục sản xuất tư liệu truyền thông			
1	Phát triển hình ảnh chủ đạo & Sản xuất Key Visual (KV Production)	Định hướng Thiết kế & Hoàn thiện	Gói	1
2	Sản xuất bài đăng Fanpage (Social AWO Content)	Sáng tạo Nội dung - Sáng tạo bài đăng có khả năng lan tỏa cao (bao gồm hình ảnh/video và bài viết).	Bài (định dạng ảnh single)	6
			Bài (định dạng ảnh multiple)	6
			Bài (định dạng GIF/short)	3
III	Hạng mục seeding trên nền tảng mạng xã hội			
1	Booking Hotpage	Booking hot pages có số lượng follower > 10,000 follows	Gói	1
IV	Hạng mục Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu			
1	Thiết kế hệ thống nhận diện cốt lõi	1. Logo và Quy cách sử dụng 2. Nhân vật Mascot 2D 3. Hệ thống màu sắc thương hiệu 4. Hệ thống font chữ thương hiệu 5. Họa tiết cơ sở và quy định ứng dụng 6. Cẩm nang thương hiệu (file PDF)	Bộ	1
2	Thiết kế Company profile	Thiết kế concept chung & dàn trang	Bộ	1