



**DỰ ÁN**  
**NHÂN RỘNG SÁNG KIẾN THƯƠNG MẠI BẢO TỒN ĐA DẠNG SINH HỌC TRONG NGÀNH THẢO**  
**DƯỢC TẠI VIỆT NAM**

**ĐIỀU KHOẢN THAM CHIẾU**

**HỖ TRỢ TRUYỀN THÔNG**

**XÂY DỰNG CHIẾN DỊCH TRUYỀN THÔNG**

**TỔNG QUAN**

Dự án “Nhân rộng các sáng kiến thương mại gắn với bảo tồn đa dạng sinh học trong ngành thảo dược tại Việt Nam” do EU tài trợ (sau đây gọi tắt là Dự án BioTrade EU) được tổ chức Helvetas Việt Nam thực hiện trong giai đoạn 2016-2020. Mục tiêu tổng thể nhằm đưa Việt Nam trở thành quốc gia được Quốc tế công nhận về cung cấp các sản phẩm có nguồn gốc tự nhiên cho các ngành công nghiệp thảo dược, thực phẩm và mỹ phẩm – được khai thác và chế biến theo tiêu chuẩn tự nguyện về thương mại gắn với bảo tồn đa dạng sinh học.

Một trong các đối tượng mà dự án nhắm đến là các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) hoạt động trong lĩnh vực sản xuất và kinh doanh các sản phẩm từ thảo dược (bao gồm cả thực phẩm). Trong đó, việc truyền thông, quảng bá các giá trị cũng thúc đẩy giao thương, tiêu thụ các sản phẩm thương mại gắn với bảo tồn đa dạng sinh học và các giá trị đạo đức (EBT) của các SMEs là một hoạt động quan trọng của Dự án.

Truyền thông Marketing là một phần căn bản và không thể thiếu trong những nỗ lực tiếp thị của một doanh nghiệp cũng như Dự án. Nói một cách đơn giản, truyền thông trong Marketing có thể được mô tả như là tất cả các thông điệp và phương tiện truyền thông mà doanh nghiệp/ Dự án có thể triển khai để tiếp cận tới thị trường tiềm năng của mình. Dự án cần tìm một đơn vị hỗ trợ truyền thông xây dựng phóng sự và phát sóng truyền hình nhằm hỗ trợ truyền thông hình ảnh, sản phẩm cũng như các hoạt động CSR của Doanh nghiệp trực thuộc Dự án có thể tiếp cận đến người tiêu dùng, nâng cao hình ảnh của Doanh nghiệp đến người tiêu dùng, các nhà đầu tư. Cụ thể là sản phẩm Atiso của công ty Ladophar và Khu bảo tồn Dược liệu Mường Lống – thuộc công ty TH Herbals.

## **MỤC TIÊU**

1. Đối với sản phẩm Atiso – Công ty Ladophar: hỗ trợ công ty cũng như sản phẩm của công ty có thể tiếp cận đến người tiêu dùng, nâng cao hình ảnh của Doanh nghiệp đến người tiêu dùng, các nhà đầu tư về hoạt động, sản phẩm, thị trường của doanh nghiệp cũng như sự đóng góp của Doanh nghiệp cho xã hội và cộng đồng thông qua tiếng nói của các bên hưởng lợi. Đan xen là những giá trị của BioTrade và sự đồng hành của BioTrade Việt Nam đối với Doanh nghiệp.
2. Đối với Khu bảo tồn Mường Lống – Công ty TH Herbals: Hoạt động truyền thông nhằm quảng bá về BioTrade và giá trị của BioTrade cụ thể thông qua dự án "Khu bảo tồn Dược liệu Mường Lống" của TH Herbal trong việc bảo tồn và hỗ trợ sinh kế cho người dân bản địa. Việc khai thác đi kèm với bảo tồn là xu hướng tất yếu của các nước đã và đang phát triển bởi nhu cầu cải thiện môi trường sống và nhu cầu chăm sóc sức khỏe ngày càng cao.

## **PHẠM VI CÔNG VIỆC**

Đơn vị được lựa chọn thực hiện các công việc sau:

1. Xây dựng 02 kịch bản truyền thông bao gồm kênh truyền hình và kênh báo chí, thống nhất với Dự án;
2. Dựng phóng sự sử dụng những tư liệu Dự án sẵn có, sản xuất thêm các phóng sự linh kiện và bài viết cần thiết;
3. Phát sóng phóng sự trên kênh truyền hình;
4. Bài viết trên các báo;

## **SẢN PHẨM ĐẦU RA**

1. 02 Phóng sự hoàn chỉnh;
2. Tối thiểu 05 bài báo trên các đầu báo cam kết;
3. Các link bài viết/ phát sóng phóng sự;

## **KHUNG THỜI GIAN**

20/7/2020 – 15/8/2020

### **YÊU CẦU NĂNG LỰC CỦA ĐƠN VỊ CUNG CẤP DỊCH VỤ**

- Có ít nhất 5-10 năm kinh nghiệm hoạt động trong lĩnh vực sản xuất hình ảnh, sản xuất chương trình truyền hình;
- Sở hữu Kênh truyền hình là một lợi thế, có đội ngũ phóng viên chuyên nghiệp, giàu kinh nghiệm có khả năng sản xuất và phát sóng các chương trình truyền hình chuyên biệt về kinh tế, phát triển, bảo tồn, nông lâm nghiệp;
- Có khả năng hoàn thành công việc theo đúng thời hạn quy định với chất lượng tốt.

### **HỒ SƠ YÊU CẦU**

Các tổ chức/doanh nghiệp tư vấn có chuyên môn phù hợp và quan tâm gửi hồ sơ năng lực; đề xuất kỹ thuật bao gồm kế hoạch triển khai cụ thể, kế hoạch tài chính; và thư bày tỏ nguyện vọng đến địa chỉ email: [nguyen.quynhanh@helvetas.org](mailto:nguyen.quynhanh@helvetas.org) và [helvetas.vietnam@helvetas.org](mailto:helvetas.vietnam@helvetas.org). Hạn cuối nhận thư bày tỏ là ngày 17/7/2020.