

STT	NỘI DUNG ĐÁNH GIÁ			TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ	
	Hạng mục		Yêu cầu	Đạt	Không đạt
<b>A</b>	<b>HỒ SƠ NĂNG LỰC NHÀ THẦU</b>				
	<b>Yêu cầu hồ sơ năng lực nhà thầu</b>				
1	Năng lực triển khai	<p>1/ Nhà thầu là công ty được thành lập hợp pháp, có mã số thuế và hoạt động trong tối thiểu 5 năm. Nhà thầu là công ty cung cấp dịch vụ marketing cho doanh nghiệp.</p> <p>2/ Nhà thầu đã thực hiện tối thiểu 3 dự án truyền thông liên quan đến các lĩnh vực Công nghệ thông tin, An toàn thông tin.</p>	Nhà thầu đáp ứng đủ tất cả yêu cầu về năng lực triển khai.	Nhà thầu không đáp ứng đủ tất cả yêu cầu về năng lực triển khai.	
2	Năng lực nhân sự	Tối thiểu 5 nhân sự triển khai dự án, bao gồm: quản lý dự án, chuyên gia lập kế hoạch truyền thông, chuyên gia sáng tạo, thiết kế, chuyên viên triển khai dự án.	Nhà thầu cam kết đáp ứng đủ yêu cầu về số lượng nhân sự tối thiểu triển khai dự án.	Nhà thầu không đáp ứng đủ yêu cầu về số lượng nhân sự tối thiểu triển khai dự án.	
<b>B</b>	<b>KẾ HOẠCH THỰC HIỆN</b>			<b>TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ</b>	
	<b>Hạng mục</b>	<b>Yêu cầu đầu ra</b>	<b>Nội dung kế hoạch thực hiện (Proposal)</b>		

1	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.	1/ Tóm tắt đề bài 2/ Nghiên cứu sơ bộ 3/ Định hướng chiến lược 4/ Phát triển ý tưởng sáng tạo - Định hướng hình ảnh chủ đạo 5/ Chiến lược nội dung - Nội dung fanpage + Khung nội dung fanpage + Các angle bài đăng xuyên suốt chiến dịch + Ngân hàng từ vựng (Wordbank) - Nội dung PR + Khung nội dung PR + Định hướng nội dung PR + Đề xuất các đầu báo phù hợp (phân chia theo 2 nhóm: báo chuyên ngành, báo thông tin)	1/ Cam kết định hướng tiếp cận chiến lược phù hợp với định vị mới của VNPT Cyber Community. 2/ Cam kết có hình ảnh chủ đạo của chiến dịch phù hợp với định hướng tiếp cận chung, cụ thể 01 ấn phẩm. 3/ Cam kết có định dạng bài đăng: hình ảnh/bộ ảnh và GIF/video ngắn 4/ Cam kết tối thiểu 15 cụm từ/từ trong ngân hàng từ vựng. 5/ Cam kết KPI 15 post 6/ Cam kết có định hướng nội dung PR đồng nhất với định hướng nội dung fanpage, bao phủ 2 nhóm: báo chuyên ngành, báo thông tin)	1/ Định hướng tiếp cận chiến lược không phù hợp với định vị mới của VNPT Cyber Community. 2/ Không cam kết có hình ảnh chủ đạo của chiến dịch 3/ Không cam kết có định dạng bài đăng như yêu cầu hoặc không đủ số lượng bài viết. 4/ Không đạt số lượng KPI 15 post 5/ Định hướng nội dung PR không đồng nhất với định hướng fanpage, không bao phủ được 2 cái nhóm báo: báo chuyên ngành, báo thông tin.
2	Bộ nhận diện thương hiệu cốt lõi	01 bộ thiết kế hệ thống nhận diện cốt lõi và thiết kế 01 hồ sơ công	1/ Định hướng xây dựng bộ nhận diện VCI - Phân tích hiện trạng sử dụng mascot của các hãng công nghệ, từ đó đưa ra định	1/ Cam kết xây dựng bộ nhận diện mới phù hợp với định vị mới của VCI. 3/ Cam kết có demo cho mascot và các hệ thống	1/ Bộ nhận diện mới không phù hợp với định vị mới của VCI. 2/ Không cam kết có cảm nang thương hiệu và quy

		ty (company profile)	<p>hướng xây dựng mascot mới cho VCI và demo mascot.</p> <p>- Định hướng xây các hệ thống nhận diện thương hiệu khác, bao gồm: logo, màu sắc thương hiệu, font chữ thương hiệu, hoạ tiết cơ sở và demo các phần nhận diện kể trên.</p> <p>2/ Cẩm nang thương hiệu</p> <p>- Sơ bộ quy cách sử dụng cho các phần nhận diện thương hiệu kể trên.</p>	<p>nhận diện thương hiệu khác, bao gồm: logo, màu sắc thương hiệu, font chữ thương hiệu, hoạ tiết cơ sở.</p> <p>3/ Cam kết có cẩm nang thương hiệu, có quy cách sử dụng cho các phần nhận diện thương hiệu kể trên.</p>	<p>cách sử dụng cho các phần nhận diện thương hiệu.</p>
4	Hoạt động booking hotpages	03 bài đăng trên 03 hot page có đối tượng người theo dõi	<p>1/ Định hướng hotpages</p> <p>- Xác định mục tiêu sử dụng hotpage, thời gian đăng tải và tệp đối tượng truyền thông mục tiêu</p> <p>- Xác định điểm nội dung thu hút</p> <p>- Định hướng nội dung đăng tải</p> <p>2/ Đề xuất hotpages phù hợp với định hướng kể trên.</p>	<p>1/ Cam kết có định hướng hotpages, trong đó chỉ ra được thời gian đăng tải, tệp đối tượng truyền thông mục tiêu phù hợp và định hướng nội dung đăng tải.</p> <p>2/ Cam kết đề xuất các hotpages phù hợp với định hướng kể trên.</p>	<p>1/ Định hướng hotpages không phù hợp về thời gian, tệp đối tượng truyền thông mục tiêu và định nội dung đăng tải không phù hợp.</p> <p>2/ Không có đề xuất các hotpages phù hợp.</p>
5	Sản xuất tư liệu truyền thông	Sản xuất 15 bài đăng fanpage	<p>1/ Xây dựng chi tiết demo cho 15 bài viết đã định hướng trên khung nội dung, bao gồm:</p> <p>- Tiêu đề (headline) bài viết</p> <p>- Định hướng nội dung bài viết</p> <p>- Định hướng hình ảnh</p>	<p>1/ Cam kết demo 15 bài viết đã lên định hướng trên khung nội dung, bao gồm:</p> <p>- Tiêu đề (headline) bài viết</p>	<p>1/ Không cam kết demo tất cả các angle bài viết đã lên định hướng trên khung nội dung, bao gồm:</p> <p>- Tiêu đề (headline) bài viết</p>

			<p>2/ Sản xuất 15 bài đăng fanpage theo định hướng đã thống nhất.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Định hướng nội dung bài viết</li> <li>- Định hướng hình ảnh</li> </ul> <p>2/ Cam kết sản xuất 15 bài đăng fanpage theo định hướng đã thống nhất.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Định hướng nội dung bài viết</li> <li>- Định hướng hình ảnh</li> </ul> <p>2/ Không cam kết sản xuất 15 bài đăng fanpage theo định hướng đã thống nhất.</p>
--	--	--	---	---	---