

TIÊU CHÍ XÉT CHỌN DOANH NGHIỆP

Thực hiện truyền thông Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuột lần thứ 9 năm 2025

(Kèm theo Quyết định số /QĐ-UBND ngày /12/2024 của UBND tỉnh)

I. YÊU CẦU CHUNG

- Công tác truyền thông Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuột lần thứ 9 năm 2025 phải bám sát các mục tiêu của Đề án tổ chức Lễ hội Cà phê (ban hành kèm theo Quyết định số: 2459 /QĐ-UBND ngày 27/9/2024 của UBND tỉnh Đắk Lắk về việc phê duyệt Đề án tổ chức Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuột lần thứ 9 năm 2025), tập trung vào việc quảng bá thương hiệu Cà phê Buôn Ma Thuột; xây dựng hình ảnh thành phố Buôn Ma Thuột là “Thành phố cà phê của thế giới” và góp phần nâng tầm giá trị cà phê Việt Nam trên thị trường quốc tế; giới thiệu hình ảnh, tiềm năng, thế mạnh du lịch của tỉnh; thu hút khách du lịch trong và ngoài nước trước, trong và sau Lễ hội.

- Áp dụng chiến lược truyền thông đa kênh là hình thức truyền thông kết hợp những hoạt động có sự phối hợp và gắn bó chặt chẽ với nhau nhằm truyền tải các thông điệp rõ ràng, nhất quán, xuyên suốt và có tính thuyết phục về quảng bá Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuột. Các kênh này có thể là truyền thông đại chúng, mạng xã hội, email, quảng cáo trực tuyến, kênh truyền thông địa phương và các kênh khác. Trong đó, chú trọng công tác truyền thông quảng bá trên các phương tiện thông tin đại chúng, các nền tảng mạng xã hội (Facebook, Tiktok, Youtube, Instagram, Zalo...)

- Kết hợp hài hòa giữa các kênh truyền thông địa phương và Trung ương bằng các hình thức truyền thông và mạng xã hội, lấy yếu tố người dân – văn hóa – di sản cốt lõi của địa phương làm gốc trong các sản phẩm đăng trên các kênh truyền thông, tạo ra hiệu quả để giới thiệu về thương hiệu Cà phê Buôn Ma Thuột, những tiềm năng, lợi thế, chính sách ưu đãi, hình ảnh thân thiện của chính quyền và người dân tỉnh Đắk Lắk đối với du khách, doanh nghiệp.

- Góp phần kết nối các cơ quan nhà nước, doanh nghiệp và người dân, tạo môi trường đầu tư kinh doanh thuận lợi và xây dựng hình ảnh địa phương thân thiện, mến khách.

- Tuyên truyền, quảng bá Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuột lần thứ 9 năm 2025 trên kênh truyền hình quốc tế và các cơ quan báo chí quốc tế.

- Mỗi người dân là một đại sứ truyền thông.

II. CÁC TIÊU CHÍ

STT	TIÊU CHÍ	ĐIỂM	GHI CHÚ
1	Năng lực – Pháp nhân	35	
	- Vận động xã hội hóa nguồn lực để thực hiện truyền thông, quảng bá cho Lễ hội.	15	
	- Hồ sơ năng lực doanh nghiệp (Profile) thể hiện kinh nghiệm hoạt động trong lĩnh vực truyền thông trong thời gian tối thiểu 04 năm gần đây (2020 - 2023)	5	
	- Đơn vị có giấy phép đăng ký kinh doanh hoạt động trong lĩnh vực truyền thông, tổ chức sự kiện, có thời gian thành lập tối thiểu 04 năm và đến thời điểm nộp hồ sơ không có nợ nghĩa vụ tài chính đối với ngân sách Nhà nước.	5	
	- Đội ngũ nhân sự (hoặc liên kết với những đơn vị truyền thông khác) có trình độ chuyên môn, kinh nghiệm trong lĩnh vực truyền thông truyền thống, truyền thông mạng xã hội và tổ chức sự kiện.	5	
	- Có trang thiết bị kỹ thuật (hoặc có liên kết, hợp tác với các đơn vị khác) đáp ứng yêu cầu truyền thông Lễ hội.	5	
2	Kinh nghiệm	35	
	- Đã từng thực hiện các hạng mục về thiết kế, truyền thông cho doanh nghiệp, Lễ hội, sự kiện trên địa bàn Tây Nguyên (nộp kèm tài liệu, các hợp đồng có chứng thực sao y bản chính).	5	
	- Đã từng thực hiện công việc về thiết kế, sáng tạo nội dung, quản lý trang mạng xã hội với doanh nghiệp có tích xanh trên Facebook.	5	
	- Đã từng có kinh nghiệm thực tế trong việc xây dựng và triển khai các chiến dịch truyền thông đa phương tiện, đa nền tảng cho doanh nghiệp, sự kiện, Lễ hội; đã thành công trong việc kết hợp hiệu quả các kênh truyền thông truyền thống và mạng xã hội, tận dụng tối đa sức mạnh của KOLs, KOCs, influencer và fanpage để đạt được mục tiêu truyền thông đề ra. Mỗi dự án đã thực hiện đạt yêu cầu được 02 điểm. (Cung cấp thông tin cụ thể và tài liệu để chứng minh).	10	

	- Đã từng triển khai thực tế công tác truyền thông, sáng tạo nội dung và chạy quảng cáo cho ít nhất 03 dự án trên các trang mạng xã hội đạt trên 100.000 follower trong thời gian tối thiểu 03 tháng cho mỗi chiến dịch. Nhằm thực hiện việc truyền thông hiệu quả, góp phần lan toả thông tin Lễ hội trên cộng đồng mạng. Mỗi dự án đã thực hiện đạt yêu cầu được 02 điểm. (Cung cấp thông tin cụ thể và tài liệu để chứng minh).	5	
	- Đã từng thực hiện các dự án thiết kế, sáng tạo nội dung truyền thông cho doanh nghiệp, tổ chức về quảng bá du lịch, Lễ hội trong và ngoài nước (Báo chí, Mạng xã hội, tổ chức sự kiện...). Ưu tiên đã có kinh nghiệm làm với doanh nghiệp, tổ chức nước ngoài.	10	
3	Giải pháp truyền thông	30	
	- Cung cấp kế hoạch truyền thông chi tiết các hạng mục, kèm theo các hình ảnh minh họa (định dạng PDF) để tăng cường nhận diện thương hiệu, quảng bá Lễ hội Cà phê và thúc đẩy du lịch, đầu tư. Đặc biệt, nhấn mạnh vai trò của truyền thông mạng xã hội, chiếm tối thiểu 40% tổng thể kế hoạch.	10	
	- Có kế hoạch thực hiện kết hợp các kênh truyền thông tại địa phương và toàn quốc (hoặc liên kết được với kênh truyền thông tác động tới các nhóm đối tượng mục tiêu của địa phương, toàn quốc).	10	
	- Đơn vị cam kết ứng dụng có hiệu quả các công cụ, phần mềm, nền tảng công nghệ trong hoạt động truyền thông. Ưu tiên xây dựng và làm chủ các nền tảng công nghệ (website, phần mềm, ứng dụng, công cụ...) truyền thông riêng. Cam kết tiếp cận tối thiểu trên mạng xã hội 1.000.000 lượt tương tác. 1.000.000 lượt tương tác được 5 điểm, sau đó cứ cam kết thêm 200.000 lượt tương tác được xét cộng thêm 01 điểm (200.000 lượt tương tác/điểm). Tổng số điểm tối đa của tiêu chí này không quá 10 điểm.	10	
	TỔNG ĐIỂM	100	