



WWF® *for a living planet*®

WWF-Vietnam

Tel : +84 24 3719 3049

Fax: +84 24 3719 3048

D13 Thang Long International  
Village, Cau Giay District  
Hanoi, Vietnam  
I.P.O Box 151  
www.panda.org/vietnam

# THƯ MỜI BÁO GIÁ CẠNH TRANH

Kính gửi: Quý Công ty

WWF-Việt Nam, Văn phòng Hà Nội có trụ sở tại Biệt Thự D13, Làng Quốc Tế Thăng Long, Cầu Giấy, Hà Nội kính mời Quý Công ty tham gia chào giá cạnh tranh gói “**Tổ chức sự kiện cho lãnh đạo cấp cao các doanh nghiệp Đức ở Việt Nam**” với chi tiết cụ thể như sau:

## 1. Thông tin chung

WWF-Vietnam là một thành viên của WWF- Khu vực Mê Công hoạt động tại 5 nước: Lào, Thái Lan, Myanmar, Cam-pu-chia và Việt Nam, xem thông tin chi tiết tại <http://vietnam.panda.org/>. Trong chiến lược 5 năm 2016-2020, WWF-Việt Nam đã xác định việc buôn bán bất hợp pháp các loài hoang dã là một trong những đe dọa lớn nhất cho đa dạng sinh học của Việt Nam và khu vực cần được ưu tiên giải quyết.

Nhu cầu sử dụng trái phép sản phẩm các loài hoang dã có nguy cơ tuyệt chủng ở Châu Á đã thúc đẩy các hành vi săn trộm tê giác và voi ở Châu Phi khiến sự tồn tại của các loài này bị đe dọa nghiêm trọng. Việt Nam được cho là nước tiêu thụ sừng tê giác phổ biến nhất trên thế giới và nhu cầu này như đổ thêm dầu vào lửa cho nạn săn trộm tê giác ở Nam Phi đang tăng chóng mặt trong thập kỷ qua. WWF-Việt Nam cam kết giảm cầu sừng tê giác và sản phẩm từ các loài hoang dã có nguy cơ tuyệt chủng bằng các sáng kiến nhằm vào các đối tượng mục tiêu. Nghiên cứu của WWF và TRAFFIC năm 2013 cho thấy doanh nhân thành đạt ở Việt Nam sử dụng sừng tê giác để khuyến khích chương địa vị xã hội của mình hoặc làm quà biếu/tặng cho lãnh đạo. Họ là đối tượng chính trong các dự án “Giảm cầu sừng tê giác trong các doanh nghiệp Đức hoạt động tại Việt Nam và Giảm cầu sừng tê giác trong nam nữ doanh nhân độ tuổi từ 40 ở Việt Nam”.

Với nguồn tài trợ từ tổ chức WWF Đức và WWF Pháp, WWF-Việt Nam đang tìm kiếm đối tác cung cấp các giải pháp truyền thông sáng tạo cho việc tổ chức sự kiện cao cấp để tiếp cận các lãnh đạo, các CEOs của doanh nghiệp lớn của Đức ở Việt Nam. Sự kiện này là nơi chuyển tải các thông điệp giảm cầu sừng tê giác và các loài hoang dã có nguy cơ tuyệt chủng cho lãnh đạo các doanh nghiệp đến dự, tiến tới hình thành nét văn hóa mới không chấp nhận việc tiêu dùng sản phẩm từ các loài hoang dã có nguy cơ tuyệt chủng, đặc biệt là voi và tê giác trong doanh nghiệp của họ.

## 2. Mục tiêu

Tổ chức sự kiện cao cấp cho lãnh đạo các doanh nghiệp Đức có tầm ảnh hưởng tại Việt Nam để các hoạt động của những doanh nghiệp này không tiếp tay cho buôn bán trái phép các loài hoang dã có nguy cơ tuyệt chủng và xây dựng một văn hóa không khoan nhượng với việc tiêu dùng các

loài hoang dã nguy cấp nói chung và sừng tê giác nói riêng trong các doanh nghiệp Đức ở Việt Nam và hệ thống bán hàng của họ.

### 3. Phạm vi công việc

- Lôi cuốn các lãnh đạo cao cấp ở các doanh nghiệp Đức đang hoạt động ở Việt Nam tham gia sự kiện;
- Lên kế hoạch và tổ chức sự kiện cấp cao cho lãnh đạo các doanh nghiệp này để chuyển tải các thông điệp về Trách nhiệm xã hội dân sự trong việc không sử dụng trái phép các loài hoang dã có nguy cơ tuyệt chủng, đặc biệt là sừng tê giác;
- Khuyến khích lãnh đạo các doanh nghiệp không khoan nhượng với việc sử dụng trái phép các loài hoang dã trong doanh nghiệp cũng như đối tác của mình.

### 4. Các hoạt động

- Làm việc chặt chẽ với các cán bộ của WWF để hiểu sâu về nhu cầu tiêu thụ sừng tê giác ở Việt Nam, các đối tượng mục tiêu và động cơ sử dụng sừng tê giác của họ để đưa ra các giải pháp truyền thông hiệu quả và khả thi;
- Xây dựng một giải pháp truyền thông sáng tạo (hội thảo, nghệ thuật, thể thao hoặc phối hợp các loại hình này) nhằm thu hút sự quan tâm tham dự của các lãnh đạo có tầm ảnh hưởng của các doanh nghiệp Đức;
- Cùng WWF xây dựng nội dung thông điệp phù hợp với giải pháp truyền thông đã lựa chọn nhằm chuyển tải hiệu quả đối tượng đích;
- Tiếp cận, lôi cuốn sự tham gia của các lãnh đạo doanh nghiệp để đảm bảo ít nhất 50 người tham gia sự kiện;
- Tổ chức sự kiện tại Hà Nội hoặc t/p Hồ Chí Minh để chuyển tải các thông điệp đã được xây dựng đến các đối tượng mục tiêu;
- Khuyến khích các hoạt động sau sự kiện để lan tỏa thông điệp.

### 5. Kết quả mong đợi và thời gian thực hiện

#	Hoạt động	Kết quả mong đợi	Thời gian
1	Ký hợp đồng	Hợp đồng được ký	Tháng 9/2017
2	Thảo luận với các cán bộ quản lý dự án của WWF	Kế hoạch, nội dung, các giải pháp truyền thông và kế hoạch thực hiện chi tiết;	Một ngày sau khi ký hợp đồng
3	Lôi cuốn được các đối tượng mục tiêu	Xác định được danh sách đối tượng mục tiêu và cách thức tiếp cận đảm bảo sự tham dự của họ	Một tháng sau khi ký hợp đồng
4	Xây dựng kịch bản sự kiện	Một kịch bản sáng tạo và phù hợp với đối tượng CEO được xây dựng	Một tháng sau khi ký hợp đồng
5	Xây dựng, thiết kế và sản xuất sản phẩm truyền thông	Các sản phẩm truyền thông đi kèm sự kiện được WWF phê duyệt và sản xuất	Giữa tháng 10 năm 2017
6	Tổ chức sự kiện	Sự kiện được tổ chức và các lãnh đạo thống nhất	Cuối tháng 10 hoặc tháng 11 năm 2017

		doanh nghiệp của mình không sử dụng sừng tê giác	
7	Hoạt động sau sự kiện để tiếp tục lan tỏa thông điệp	Xác định được hoạt động	Cuối tháng 11/2017

## 6. Yêu cầu về năng lực

- Có 5-10 năm kinh nghiệm trong tổ chức các sự kiện sáng tạo;
- Đã tổ chức nhiều sự kiện cấp cao cho lãnh đạo doanh nghiệp ở Việt Nam;
- Có mối quan hệ tốt với các CEOs/lãnh đạo doanh nghiệp Đức ở Việt Nam là một lợi thế;
- Hiểu biết sâu về giá trị văn hóa và doanh nghiệp Đức mà các lãnh đạo doanh nghiệp đang theo đuổi để có thể sử dụng ngôn ngữ của họ trong thiết kế ý tưởng, chương trình và thông điệp một cách sáng tạo và chuyên nghiệp;
- Có đủ nguồn nhân lực chuyên nghiệp để tổ chức sự kiện một cách chủ động và sáng tạo;
- Có kinh nghiệm làm việc với các tổ chức phi chính phủ nước ngoài;
- Tôn trọng chất lượng, thời gian và hiệu quả công việc; và
- Có trụ sở tại Hà Nội hoặc thành phố Hồ Chí Minh.

## 7. Ngân sách

- Toàn bộ chi phí, bao gồm phí tư vấn, đi lại của tư vấn, ăn uống và công tác phí tuân thủ theo Chính sách tài chính hiện hành của WWF.

## 8. Yêu cầu về hồ sơ tham dự

- Hồ sơ công ty (Thư chấp thuận tham gia gói thầu, Đăng ký kinh doanh, Hồ sơ năng lực, CVs của nhân sự thực hiện gói thầu...);
- Hồ sơ tham dự gồm giải pháp kỹ thuật và Dự toán chi tiết chi phí cho giải pháp kỹ thuật; Giải pháp kỹ thuật phải bao gồm nhưng không hạn chế bởi các nội dung sau (không quá 8 trang):
  - o Tên sự kiện
  - o Mục tiêu đạt được
  - o Giải pháp kỹ thuật nhằm:
    - Thu hút được ít nhất sự tham gia của 50 nhân vật cấp cao doanh nghiệp Đức;
    - Thu hút được ít nhất 3-5 CEOs có tiếng nói trong các ngành Đức đang hoạt động hiệu quả ở Việt Nam;
    - Vận động được ít nhất 01 nhân vật có tiếng nói trong cộng đồng doanh nghiệp Đức hoạt động tại Việt Nam giao lưu trong sự kiện;
    - Xây dựng thông điệp khuyến khích được các lãnh đạo doanh nghiệp nói không với sừng tê giác và các loài hoang dã có nguy cơ tuyệt chủng ;
    - Có ít nhất 1 người nổi tiếng đến dự và giao lưu;
    - Khả thi trong điều kiện tài chính và thời gian của dự án;
    - Cam kết của người tham dự đầy mạnh trách nhiệm xã hội về bảo vệ các loài hoang dã khỏi bị tuyệt chủng sau sự kiện.
  - o Kế hoạch thực hiện.

- Mẫu lập kế hoạch ngân sách như sau:

No	Nội dung	Đơn vị	Số lượng	Đơn giá (VNĐ)	Tổng (VNĐ)
	<b>Tổng (VNĐ)</b>				

**9. Hồ sơ chào thầu ghi rõ nội dung:**

**HỒ SƠ CHÀO GIÁ CẠNH TRANH “Tổ chức sự kiện cho lãnh đạo cấp cao các doanh nghiệp Đức ở Việt Nam”** Và Hồ sơ phải được dán kín & niêm phong gửi theo đường Bưu điện/Chuyển phát nhanh tới Tổ chức WWF-Việt Nam **trước 14h00 ngày 18/09/2017** theo địa chỉ:

Người nhận: Lê Thị Thu – Cán bộ hành chính

WWF-Việt Nam

D13 Làng quốc tế Thăng Long, Cầu Giấy, Hà Nội

Điện thoại: 024 3719 3049

Hà Nội, ngày 21 tháng 08 năm 2017

**T/M WWF-Việt Nam**

Quản lý Dự án

(Đã ký)

**Alegria Olmedo** .....

**Nguyễn Đào Ngọc Vân** .....