

SỞ Y TẾ HÀ NỘI
BỆNH VIỆN NHI HÀ NỘI

Số: 1257/BVNHN-CTXH
V/v yêu cầu báo giá dịch vụ truyền
thông và quảng cáo cho Bệnh viện
Nhi Hà Nội

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Hà Nội, ngày 22 tháng 7 năm 2026

THƯ MỜI CHÀO GIÁ

Kính gửi: Các đơn vị cung cấp dịch vụ truyền thông và quảng cáo

Bệnh viện Nhi Hà Nội hiện có nhu cầu tiếp nhận báo giá để xây dựng dự toán và làm cơ sở tổ chức lựa chọn nhà thầu thực hiện dịch vụ Truyền thông và quảng cáo cho Bệnh viện Nhi Hà Nội, với nội dung cụ thể như sau:

I. Thông tin của đơn vị mời chào giá

- Đơn vị mời chào giá: Bệnh viện Nhi Hà Nội.
- Địa chỉ: Đường Nguyễn Trác, phường Dương Nội, Thành phố Hà Nội
- Cách thức tiếp nhận báo giá:

Nhận trực tiếp tại Phòng Văn thư Bệnh viện Nhi Hà Nội, Đường Nguyễn Trác, phường Dương Nội, Thành phố Hà Nội hoặc theo đường bưu điện.

- Thời gian nhận báo giá: Từ ngày 22/7/2026 đến hết 16h30 ngày 29/7/2026 (Trong giờ hành chính)

* Các báo giá nhận sau thời điểm nêu trên có thể không được xem xét, đánh giá.

- Thời hạn có hiệu lực của báo giá: 90 ngày kể từ 16h30 ngày 29/7/2026.

II. Nội dung yêu cầu

- Yêu cầu về hồ sơ năng lực

- Có năng lực và kinh nghiệm phù hợp trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ.
- Có đăng ký kinh doanh phù hợp.
- Giới thiệu về năng lực, kinh nghiệm của đơn vị cung cấp và các hồ sơ khác liên quan.

- Yêu cầu về giá:

Giá đã bao gồm các loại thuế, phí và các loại chi phí khác (nếu có).

- Yêu cầu về báo giá:

- Mẫu báo giá tại Phụ lục 2 đính kèm
- Danh mục, yêu cầu kỹ thuật: Chi tiết theo Phụ lục 1 đính kèm
- Báo giá phải ghi rõ đơn vị tính là: Việt Nam đồng
- Tính hợp lệ của báo giá: Báo giá được ký, đóng dấu người có thẩm quyền và đóng dấu giáp lai (trong trường hợp báo giá có nhiều trang).

III. Các yêu cầu khác

- Đơn vị cung cấp ghi rõ thông tin liên hệ để trao đổi.
- Đơn vị sẽ được Bệnh viện Nhi Hà Nội liên hệ qua các hình thức như: Điện thoại, email hoặc bằng văn bản để thông báo và trao đổi các nội dung liên quan đến công việc (nếu cần).
- Bệnh viện Nhi Hà Nội kính mời các đơn vị cung cấp quan tâm nộp chào giá theo thời gian và địa điểm nêu trên.

Trân trọng cảm ơn./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Ban Giám đốc (để b/c);
- Lưu VT, CTXH (02b).

TUQ. GIÁM ĐỐC
TỔ TRƯỞNG TỔ MSĐT



Vương Tuấn Anh

PHỤ LỤC 01

(Đính kèm Thư mời chào giá số: ~~425~~ /BVNHN-CTXH ngày 22 / 7 /2026
của Bệnh viện Nhi Hà Nội)

STT	Danh mục dịch vụ	ĐVT	Khối lượng
1.	Sản xuất video quảng cáo	Video	10
2.	Sản xuất poster quảng cáo	Chiếc	20
3.	Sản xuất bài viết quảng cáo trên các nhóm cộng đồng	Bài viết	20
4.	Mua vị trí đặt quảng cáo và tăng tương tác cho các bài quảng cáo	Bài viết	45
5.	Quảng cáo các video/bài viết đăng trên Fanpage Bệnh Viện	Tháng	6

1. Yêu cầu về sản xuất video quảng cáo

- Thực hiện sản xuất các video quảng cáo nhằm giới thiệu dịch vụ, đội ngũ chuyên gia, cơ sở vật chất, trang thiết bị y tế và các hoạt động chuyên môn khác của Bệnh viện đến cộng đồng.
- Nội dung video phải phù hợp với định hướng truyền thông của Bệnh viện, phản ánh đúng năng lực chuyên môn, dịch vụ khám chữa bệnh và tuân thủ các quy định về quảng cáo trong lĩnh vực y tế.
- Số lượng video thực hiện: 10 video.
- Nhà thầu xây dựng kịch bản. Bệnh viện cung cấp video, hình ảnh tư liệu thô đúng định dạng và độ phân giải. Nhà thầu thực hiện biên tập, dựng thành video hoàn chỉnh theo nội dung đã được hai bên thống nhất.
- Video hoàn thiện phải đáp ứng các yêu cầu:
 - Thời lượng từ 30–90 giây/video.
 - Định dạng khung hình phù hợp với từng nền tảng truyền thông: Dọc 9:16 đối với video ngắn trên mạng xã hội. Vuông 1:1 hoặc dọc 4:5 khi có yêu cầu.
 - Độ phân giải tối thiểu Full HD (1080×1920 hoặc tương đương).
 - Có lời dẫn hoặc phụ đề phù hợp.
 - Có hiệu ứng đồ họa chuyển động cơ bản.

- Sử dụng nhạc nền có bản quyền.
- Có nhận diện thương hiệu của Bệnh viện (logo).
- Có thông tin nhận diện hoặc hướng dẫn phù hợp ở cuối video tho yêu cầu của Bệnh viện.

- Nội dung, hình ảnh, thông tin chuyên môn trong video phải được Bệnh viện kiểm duyệt và nghiệm thu trước khi đăng tải.

- Tiêu chí nghiệm thu:

- Đúng nội dung, kịch bản và yêu cầu đã được Bệnh viện phê duyệt.
- Không có sai sót về thông tin chuyên môn, nội dung quảng cáo khám chữa bệnh.
- Không có lỗi chính tả.
- Hình ảnh rõ nét, chất lượng phù hợp.
- Âm thanh rõ ràng, không bị lỗi kỹ thuật.
- Được Bệnh viện nghiệm thu trước khi đưa vào sử dụng.

2. Yêu cầu về sản xuất poster quảng cáo

- Thực hiện thiết kế các ấn phẩm quảng cáo nhằm giới thiệu dịch vụ, đội ngũ chuyên gia, cơ sở vật chất, trang thiết bị và các hoạt động khác của Bệnh viện đến cộng đồng.

- Nội dung thiết kế phải phù hợp với định hướng truyền thông của Bệnh viện, phản ánh đúng thông tin chuyên môn, dịch vụ khám chữa bệnh và tuân thủ các quy định về quảng cáo trong lĩnh vực y tế.

- Số lượng thực hiện: 20 chiếc

- Nội dung, hình ảnh, thông tin sử dụng trong ấn phẩm phải được Bệnh viện cung cấp hoặc phê duyệt trước khi thiết kế và đưa vào sử dụng.

- Ấn phẩm thiết kế phải đáp ứng các yêu cầu:

- Thiết kế theo bộ nhận diện thương hiệu của Bệnh viện.
- Sử dụng đúng tên Bệnh viện, logo, màu sắc nhận diện thương hiệu.
- Kích thước thiết kế cơ bản: 1080 × 1080 pixel hoặc theo yêu cầu của từng thời điểm triển khai.
- Định dạng bàn giao: JPG, PNG.

- Mỗi ấn phẩm bao gồm 01 thiết kế chính và tối đa 02 phiên bản thay đổi kích thước theo đúng tỷ lệ dài/rộng của file thiết kế gốc khi có yêu cầu sử dụng trên các nền tảng khác nhau.
- Việc thay đổi kích thước được thực hiện theo đúng tỷ lệ dài/rộng của file thiết kế gốc, không làm thay đổi bố cục, nội dung và nhận diện thiết kế ban đầu.
- Ấn phẩm được tối ưu để sử dụng trên các kênh truyền thông của Bệnh viện như trang thông tin chính thức, website, kênh thông tin chăm sóc khách hàng và các nền tảng truyền thông phù hợp khác.
- Tiêu chí nghiệm thu:
 - Thiết kế đúng nội dung, yêu cầu và định hướng đã được Bệnh viện phê duyệt.
 - Không sai tên Bệnh viện, logo, màu sắc nhận diện thương hiệu.
 - Không có lỗi chính tả, lỗi kỹ thuật trong thiết kế.
 - Không vi phạm các quy định về quảng cáo.
 - Có thông tin hướng dẫn hành động phù hợp khi được yêu cầu.
 - Đảm bảo chất lượng hình ảnh, bố cục và khả năng sử dụng trên các nền tảng truyền thông.

3. Yêu cầu về sản xuất bài viết quảng cáo trên các nhóm cộng đồng

- Thực hiện biên soạn các bài viết quảng bá nhằm giới thiệu dịch vụ, đội ngũ chuyên gia, cơ sở vật chất, trang thiết bị và các hoạt động chuyên môn của Bệnh viện trên các nhóm cộng đồng phù hợp với đối tượng truyền thông.
- Số lượng thực hiện: 20 bài viết.
- Nội dung bài viết phải phù hợp với đặc điểm, chủ đề và đối tượng thành viên của từng nhóm cộng đồng, đảm bảo cung cấp thông tin hữu ích, chính xác về dịch vụ y tế của Bệnh viện.
- Xây dựng nội dung bài viết theo kịch bản hoặc đề cương được Bệnh viện xem xét, phê duyệt trước khi biên soạn hoàn chỉnh và đăng tải.
- Mỗi bài viết bao gồm:
 - Tiêu đề.
 - Nội dung bài viết.
 - Hình ảnh hoặc video minh họa (từ 01–05 hình ảnh/video tùy theo nội dung).
- Độ dài bài viết khoảng 50–800 từ/bài.
- Nội dung bài viết phải:

- Đảm bảo tính chính xác về thông tin chuyên môn.
- Không sử dụng nội dung gây hiểu nhầm, giật tít hoặc đưa thông tin không phù hợp với quy định trong lĩnh vực khám chữa bệnh.
- Không sử dụng nội dung sao chép, đảm bảo nội dung được biên soạn mới, phù hợp với mục tiêu truyền thông của Bệnh viện.
- Không sử dụng hashtag.
- Không sử dụng hình thức kêu gọi hành động điều hướng trực tiếp đến người dùng.
- 100% nội dung bài viết phải được Bệnh viện phê duyệt trước khi đăng tải trên các nhóm cộng đồng.
- Tiêu chí nghiệm thu:
- Đúng nội dung, định hướng truyền thông đã được Bệnh viện phê duyệt.
- Thông tin chuyên môn chính xác.
- Không có lỗi chính tả.
- Hình ảnh/video minh họa phù hợp với nội dung bài viết.
- Bài viết được đăng tải đúng nhóm cộng đồng, đúng nội dung đã thống nhất.
- Bệnh viện được quyền sử dụng và điều chỉnh các bài viết, nội dung đã bàn giao để đăng tải trên các nền tảng truyền thông khác khi cần thiết.

4. Yêu cầu về mua vị trí đăng tải quảng cáo và tăng cường tương tác cho các bài quảng cáo

- Thực hiện mua vị trí đăng tải quảng cáo và tăng tương tác cho 45 bài viết trên các nhóm cộng đồng phù hợp với đối tượng truyền thông, gồm 20 bài viết do đơn vị sản xuất và 25 bài viết do Bệnh viện cung cấp.
- Các nhóm đăng tải phải liên quan đến phụ nữ, mang thai, trẻ em, chăm sóc sức khỏe, phụ huynh và khu vực Hà Nội hoặc địa bàn phục vụ của Bệnh viện.
- Mỗi nhóm phải có từ 20.000 thành viên trở lên, hoạt động thường xuyên, có bài đăng mới hằng ngày, có tương tác thực và không phải nhóm có dấu hiệu tạo tương tác không hợp lệ.
- Bài đăng phải đúng nội dung đã được Bệnh viện phê duyệt, không tự ý chỉnh sửa nội dung khi chưa được chấp thuận.

- Bài đăng được duy trì tối thiểu 30 ngày kể từ ngày đăng. Trường hợp bài đăng bị gỡ hoặc không còn hiển thị trước thời hạn 30 ngày do nguyên nhân thuộc phạm vi trách nhiệm của đơn vị thực hiện thì phải đăng bù, không phát sinh chi phí.

- Mỗi bài đăng có từ 60 đến 70 tương tác bằng bình luận

- Không sử dụng tài khoản giả mạo, phần mềm hoặc các hình thức tạo tương tác không hợp lệ.

- Sau mỗi đợt triển khai, cung cấp báo cáo kết quả gồm: Tên nhóm, liên kết nhóm, liên kết bài đăng, thời gian đăng, số lượt thích, số lượt bình luận, số lượt chia sẻ (nếu có) và hình ảnh chụp màn hình chứng minh kết quả.

- Lập báo cáo xác nhận kết quả sau 30 ngày kể từ ngày đăng bài.

5. Yêu cầu về quảng cáo các video, bài viết trên trang thông tin chính thức của Bệnh viện trên nền tảng mạng xã hội

- Thực hiện quảng bá các video truyền thông và bài viết trên trang thông tin chính thức của Bệnh viện trong thời gian 06 tháng.

- Xây dựng kế hoạch quảng bá theo từng giai đoạn, phù hợp với kế hoạch truyền thông của Bệnh viện.

- Thiết lập, vận hành và tối ưu các chiến dịch quảng cáo trên nền tảng mạng xã hội.

- Quảng bá các nội dung do Bệnh viện cung cấp hoặc phê duyệt, 100% nội dung phải được Bệnh viện phê duyệt trước khi triển khai.

- Theo dõi, tối ưu chi phí và hiệu quả quảng bá trong suốt thời gian thực hiện.

- Đạt tối thiểu 6.000.000 lượt tiếp cận người dùng.

- Đạt tối thiểu 300 tin nhắn của người dùng quan tâm đến dịch vụ của Bệnh viện.

- Theo dõi, thống kê và báo cáo kết quả thực hiện theo tuần, tháng và trong suốt thời gian triển khai.

- Kết thúc thời gian thực hiện, cung cấp báo cáo tổng hợp, dữ liệu thống kê, danh sách các chiến dịch quảng bá và hình ảnh chứng minh kết quả thực hiện.

- Không sử dụng tài khoản giả mạo hoặc các hình thức tăng tương tác, tăng người theo dõi, tăng tin nhắn không hợp lệ, tuân thủ quy định của nền tảng mạng xã hội và bảo mật toàn bộ thông tin của Bệnh viện.

- Trường hợp không đạt các chỉ tiêu theo cam kết do lỗi trong quá trình thực hiện, phải tiếp tục tối ưu hoặc triển khai bổ sung đến khi đạt các chỉ tiêu mà không phát sinh thêm chi phí.

PHỤ LỤC 02: MẪU BÁO GIÁ

(Đính kèm Thư mời chào giá số /BVNHN-CTXH ngày tháng năm 2026)

[TÊN ĐƠN VỊ]**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM****Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Số:

[Địa danh], ngày tháng năm 2026

BÁO GIÁ**Kính gửi: Bệnh viện Nhi Hà Nội**

[Tên đơn vị] xin gửi tới Bệnh viện Nhi Hà Nội lời chào trân trọng.

Căn cứ thư mời chào giá về yêu cầu chào giá “Dịch vụ truyền thông và quảng cáo cho Bệnh viện Nhi Hà Nội”.

[Tên đơn vị] nhận thấy có đủ năng lực và điều kiện để cung cấp dịch vụ theo yêu cầu. Vì vậy, chúng tôi kính gửi tới Quý Bệnh viện bảng báo giá như sau:

STT	Danh mục	Đơn vị tính	Khối lượng	Đơn giá (Đồng)	Thành tiền (Đồng)
1	Sản xuất video quảng cáo	Video	10		
2	Sản xuất Poster quảng cáo	Chiếc	20		
3	Sản xuất Bài viết quảng cáo trên các nhóm cộng đồng	Bài	20		
4	Mua vị trí đặt quảng cáo và tăng tương tác cho các bài quảng cáo	Bài	45		
5	Quảng cáo các video/bài viết đăng trên Fanpage Bệnh Viện	Tháng	6		
Tổng cộng					
Bảng chữ:					

Giá đã bao gồm các loại thuế, phí và các loại chi phí khác (nếu có).

Thời hạn có hiệu lực của báo giá: 90 ngày kể từ 16h30 ngày 29/7/2026

Kính đề nghị Bệnh viện xem xét, đánh giá báo giá của chúng tôi theo quy định.

[Tên đơn vị] cam kết đáp ứng đầy đủ các yêu cầu của Bệnh viện Nhi Hà Nội và thực hiện gói thầu bảo đảm tiến độ, chất lượng, tuân thủ đúng các quy định về đấu thầu.

Mọi thông tin xin liên hệ: [Đơn vị cung cấp điền thông tin liên hệ].

Trân trọng cảm ơn!

GIÁM ĐỐC