

MẪU THAM KHẢO • QUẢNG CÁO SỐ

HỢP ĐỒNG DỊCH VỤ QUẢNG CÁO FACEBOOK / ĐA NỀN TẢNG

Dành cho Agency ký dịch vụ Facebook/Meta hoặc đa nền tảng với doanh nghiệp/đối tác

SỐ HỢP ĐỒNG

...../20...../HĐDVQC

NGÀY KÝ

...../...../20.....

THỜI HẠN

Từ đến

PHỤ LỤC

Công việc • nền tảng • ngân sách

Chốt hóa đơn trước khi nhận ngân sách

Agency chỉ nên cam kết xuất hóa đơn cho đúng phần doanh thu/dịch vụ mà mình là bên cung cấp và có nghĩa vụ lập hóa đơn. Với ngân sách nền tảng, chi hộ/thu hộ hoặc khoản trả cho đối tác, phải mô tả đúng bản chất giao dịch, chủ thể xuất hóa đơn, chứng từ đối soát và trách nhiệm thuế của từng bên.

THÔNG TIN CÁC BÊN

Thông tin	BÊN A — KHÁCH HÀNG/ĐỐI TÁC ĐẶT DỊCH VỤ	BÊN B — AGENCY/CUNG CẤP DỊCH VỤ
Tên pháp lý		
Mã số thuế		
Địa chỉ		
Đại diện/Chức vụ		
Điện thoại/Email		
Tài khoản ngân hàng		

Hai Bên thống nhất thiết lập cơ chế cung cấp dịch vụ quảng cáo, phối hợp vận hành, đối soát và xuất hóa đơn như sau:

ĐIỀU 1. MÔ HÌNH HỢP TÁC VÀ PHẠM VI

1.1. Mô hình áp dụng (chọn một): ☐ Agency cung cấp trọn gói; ☐ Agency chỉ vận hành; ☐ Agency quản lý hạ tầng/tài khoản; ☐ Hợp tác thực hiện cho khách hàng cuối; ☐ Khác:

1.2. Khách hàng cuối/nhân hàng (nếu có): Phạm vi, đầu ra, SLA và trách nhiệm từng đầu mỗi theo Phụ lục 01. Nếu chạy Facebook/Meta, điền đầy đủ tài sản, ID tài khoản, quyền, ngân sách và hóa đơn tại Phụ lục 02; các nền tảng khác dùng bản phụ lục tương ứng.

1.3. Bên B không chịu trách nhiệm với phần việc ngoài phạm vi hoặc cam kết mà Bên A tự đưa ra với khách hàng cuối khi chưa được Bên B xác nhận.

ĐIỀU 2. TÀI KHOẢN QUẢNG CÁO, HẠ TẦNG VÀ PHÂN QUYỀN

2.1. Chủ sở hữu BM/tài khoản/Pixel/dataset/fanpage: Hình thức cấp quyền: partner/user/admin có thời hạn.

2.2. Bên A không được thay đổi phương thức thanh toán, thêm người dùng, chuyển tài sản hoặc can thiệp cấu hình ngoài phạm vi được cấp.

2.3. Bên B có quyền tạm khóa quyền truy cập khi phát hiện rủi ro bảo mật, vi phạm chính sách nền tảng, nội dung bất hợp pháp hoặc chậm thanh toán; phải thông báo sớm và cung cấp lý do hợp lý.

ĐIỀU 3. NGÂN SÁCH, HẠN MỨC VÀ ĐỐI SOÁT

3.1. Ngân sách nền tảng và phí dịch vụ là hai khoản độc lập. Hạn mức theo ngày/kỳ:; dung sai:%.

3.2. Nguồn đối soát ưu tiên: dữ liệu Ads Manager theo múi giờ và loại tiền; số liệu ngân hàng/nền tảng dùng để kiểm tra thanh toán.

3.3. Thời điểm chốt số:; thời hạn phản hồi sai lệch: ngày làm việc; ngưỡng sai lệch cần lập biên bản:

3.4. Phần ngân sách chưa sử dụng hoặc vượt do độ trễ hệ thống được xử lý tại kỳ sau/hoàn trả theo thỏa thuận:

ĐIỀU 4. PHÍ DỊCH VỤ, HÓA ĐƠN VÀ THUẾ

4.1. Giá dịch vụ, khoản nền tảng, phí sáng tạo, phí bên thứ ba và thuế được trình bày tách biệt tại Phụ lục 02.

4.2. Bên B lập hóa đơn điện tử cho dịch vụ do mình cung cấp theo quy định áp dụng. Thời điểm lập hóa đơn:; email nhận:; thông tin người mua phải được Bên A xác nhận trước.

4.3. Nếu Bên B ứng/chi hộ/thu hộ ngân sách, hợp đồng và chứng từ kế toán phải phản ánh đúng bản chất. Hai Bên không mặc định toàn bộ ngân sách nền tảng là doanh thu dịch vụ hoặc đều được Bên B xuất hóa đơn nếu không phù hợp giao dịch thực tế.

4.4. Việc Bên A được khấu trừ thuế GTGT đầu vào hoặc tính chi phí được trừ do Bên A tự đánh giá trên cơ sở pháp luật và bộ hồ sơ; Bên B có trách nhiệm cung cấp đúng chứng từ thuộc nghĩa vụ của mình.

Bên thuê có được xuất hóa đơn VAT không?

Câu trả lời nên ghi trong hợp đồng theo từng dòng tiền, không trả lời chung là “có”. Agency xuất hóa đơn cho phần dịch vụ do Agency cung cấp; phần ngân sách Meta/nền tảng hoặc đối tác phải xác định ai là nhà cung cấp và ai có nghĩa vụ lập hóa đơn/chứng từ tương ứng.

ĐIỀU 5. SLA, KPI VÀ BÁO CÁO

5.1. SLA phản hồi: trong giờ làm việc; lịch báo cáo:; kênh ticket/email chính thức:

5.2. KPI là mục tiêu tối ưu, không phải bảo đảm doanh thu. Bên B được quyền đề xuất điều chỉnh ngân sách, nội dung, tệp hoặc dừng chiến dịch khi dữ liệu không đủ hoặc có rủi ro.

5.3. Sự cố do nền tảng, tài khoản bị hạn chế, thay đổi chính sách, lỗi đo lường hoặc tài sản do Bên A quản lý được xử lý theo cơ chế phối hợp, không tự động quy thành lỗi Bên B.

ĐIỀU 6. NỘI DUNG, PHÊ DUYỆT VÀ NGÀNH HÀNG CÓ ĐIỀU KIỆN

6.1. Bên A cung cấp tài liệu chứng minh tính hợp pháp, quyền sử dụng nhãn hiệu/hình ảnh và điều kiện quảng cáo của sản phẩm.

6.2. Bên B có quyền từ chối nội dung vi phạm pháp luật, chính sách nền tảng hoặc có nguy cơ gây thiệt hại; việc từ chối phải nêu căn cứ/rủi ro hợp lý.

6.3. Bản phê duyệt cuối cùng được xác nhận qua: Mọi thay đổi sau phê duyệt có thể ảnh hưởng thời hạn và chi phí.

ĐIỀU 7. QUYỀN SỞ HỮU, BẢO MẬT VÀ KHÁCH HÀNG CUỐI

7.1. Quyền sở hữu tài khoản, dữ liệu, nội dung và tài liệu làm việc được ghi theo từng hạng mục; không suy đoán quyền sở hữu chỉ từ việc một Bên đang giữ quyền admin.

7.2. Hai Bên bảo mật báo giá, biên lợi nhuận, cấu trúc tài khoản, dữ liệu khách hàng cuối và thông tin đăng nhập.

7.3. Điều khoản không lôi kéo/không tiếp cận trực tiếp khách hàng cuối (nếu có) phải xác định rõ đối tượng, thời hạn và phạm vi phù hợp pháp luật:

ĐIỀU 8. TẠM DỪNG, CHẤM DỨT VÀ BÀN GIAO

8.1. Các căn cứ tạm dừng gồm: chậm thanh toán, vượt hạn mức, nội dung rủi ro, vi phạm chính sách, yêu cầu cơ quan có thẩm quyền hoặc sự cố bảo mật.

8.2. Khi chấm dứt, hai Bên chốt công nợ, ngân sách, hóa đơn, quyền truy cập, báo cáo và tài sản bàn giao trong ngày.

8.3. Bên B không giữ dữ liệu/tài sản thuộc Bên A để ép thanh toán; Bên A vẫn phải hoàn thành nghĩa vụ thanh toán cho phần công việc hợp lệ đã thực hiện.

ĐIỀU 9. TRÁCH NHIỆM, BỒI THƯỜNG VÀ BẤT KHẢ KHÁNG

9.1. Mỗi Bên chịu trách nhiệm cho lỗi của mình và có nghĩa vụ giảm thiểu thiệt hại. Mức giới hạn trách nhiệm (nếu áp dụng):

9.2. Không Bên nào chịu trách nhiệm cho tổn thất gián tiếp hoặc kỳ vọng doanh thu, trừ trường hợp pháp luật không cho phép loại trừ.

9.3. Sự cố nền tảng chỉ được coi là bất khả kháng khi đáp ứng điều kiện pháp luật; Bên bị ảnh hưởng phải thông báo và có phương án thay thế hợp lý.

ĐIỀU 10. HIỆU LỰC, SỬA ĐỔI VÀ TRANH CHẤP

10.1. Hợp đồng hiệu lực từ đến; tự gia hạn/không tự gia hạn theo thỏa thuận:

10.2. Thay đổi phạm vi, ngân sách, hạn mức hoặc chủ thể xuất hóa đơn phải được xác nhận bằng phụ lục/văn bản điện tử hợp lệ.

10.3. Tranh chấp được thương lượng trong ngày, sau đó giải quyết tại cơ quan có thẩm quyền theo thỏa thuận hợp pháp.

PHỤ LỤC 01 — PHẠM VI CÔNG VIỆC VÀ KPI

Phụ lục này là bộ phận không tách rời của Hợp đồng. Chỉ tiêu phải có nguồn dữ liệu và cách đo rõ ràng.

Hạng mục	Đầu ra	Thời hạn	Chỉ số/KPI	Nghiệm thu
Tiếp nhận brief	Kế hoạch triển khai cho khách cuối		SLA phản hồi	Email/ticket
Vận hành quảng cáo	Chiến dịch Meta/Google/TikTok		Nguồn Ads Manager	Báo cáo kỳ
Sáng tạo nội dung	 mẫu ảnh/video/copy		Số lần sửa:	Duyệt bằng văn bản
Báo cáo & tối ưu	Dashboard + nhận định	Hàng tuần/tháng	Dữ liệu nền tảng	Đối soát

Nguyên tắc KPI

KPI là chỉ tiêu vận hành/đo lường, không mặc nhiên là cam kết doanh thu hoặc lợi nhuận. Nếu có cam kết kết quả, phải ghi rõ điều kiện, dữ liệu đầu vào, ngoại lệ và cơ chế xử lý.

PHỤ LỤC 02 — FACEBOOK/META VÀ CÁC NỀN TẢNG

Nên gộp hay tách hợp đồng theo từng nền tảng?

Nên dùng một hợp đồng khung cho quan hệ dịch vụ và một phụ lục riêng cho từng nền tảng. Không cần ký một hợp đồng đầy đủ mới cho Facebook, Google hoặc TikTok; khi thêm/bớt kênh, hai Bên chỉ cập nhật phụ lục về tài sản, phạm vi, ngân sách, KPI và hóa đơn.

Nền tảng / chọn	Tài sản bắt buộc ghi	Phạm vi được giao	Thanh toán / hóa đơn
☐ Facebook / Instagram	Business Portfolio, tài khoản QC, Page, Instagram, Pixel/dataset, domain, catalog	Thiết lập, vận hành, nội dung, đo lường, báo cáo; ghi rõ phần được chọn	Meta trực tiếp hay Agency thu; ai nhận chứng từ/hóa đơn
☐ Google Ads	MCC/tài khoản, GA4, GTM, Merchant Center, YouTube	Search, Display, Shopping, Video, Performance Max	Google trực tiếp hay Agency thu; chủ thể lập chứng từ
☐ TikTok Ads	Business Center, tài khoản QC, Pixel, catalog, TikTok account	Auction/Shop Ads, nội dung, đo lường, báo cáo	TikTok/đối tác/Agency; ghi theo dòng tiền thực tế
☐ Khác:	ID tài khoản và tài sản liên quan	Hạng mục, đầu ra, KPI, thời hạn	Chủ thể thanh toán và lập hóa đơn

Cấu hình bắt buộc nếu chạy quảng cáo Facebook/Meta

- Tên/ID Business Portfolio (Business Manager):; chủ sở hữu pháp lý:
- ID tài khoản quảng cáo:; loại tiền:; múi giờ:; hạn mức kỳ:
- Facebook Page:; tài khoản Instagram:; domain/trang đích:
- Pixel/dataset/CAPI/catalog:; bên sở hữu dữ liệu:; quyền Agency được cấp:
- Mục tiêu chiến dịch và phạm vi chọn: ☐ Awareness; ☐ Traffic; ☐ Leads; ☐ Sales; ☐ App; ☐ Khác:
- Kênh duyệt nội dung/ngân sách:; người có quyền duyệt:; SLA phản hồi:

Cơ chế ngân sách và hóa đơn Facebook/Meta

- Bên thuê thanh toán trực tiếp cho Meta: ghi đúng pháp nhân/tài khoản thanh toán và bên nhận chứng từ từ Meta; Agency chỉ xuất hóa đơn cho phí dịch vụ của Agency.
- Agency thu ngân sách và cung cấp gói dịch vụ: ghi rõ ngân sách có phải doanh thu của Agency hay khoản thu hộ/chi hộ/tạm ứng; hóa đơn và chứng từ phải phản ánh đúng giao dịch thực tế.

3. Dùng tài khoản/đối tác trung gian: ghi tên chủ thể cung cấp hạ tầng, chủ thể nhận tiền, chủ thể xuất hóa đơn, kỳ đối soát và trách nhiệm khi tài khoản bị hạn chế.

Không dùng câu chung “đã bao gồm VAT”

Phụ lục phải tách ít nhất: phí dịch vụ Agency, ngân sách Meta, phí sản xuất và chi phí bên thứ ba; với mỗi khoản ghi giá trước thuế, thuế suất theo quy định, chủ thể lập hóa đơn/chứng từ và thời điểm đối soát.

PHỤ LỤC 03 — NGÂN SÁCH, PHÍ VÀ HÓA ĐƠN

Khoản tiền	Giá chưa thuế	Thuế suất	Chủ thể xuất HĐ	Chứng từ đối soát
Phí dịch vụ Agency	 VNĐ	Theo quy định	Bên cung cấp	HĐĐT + nghiệm thu
Ngân sách nền tảng	 VNĐ	Theo giao dịch	Ghi rõ:	Sao kê/Meta Invoice
Sản xuất nội dung	 VNĐ	Theo quy định	Ghi rõ:	Bàn giao + hóa đơn
Chi phí bên thứ ba	 VNĐ	Theo quy định	Ghi rõ:	Báo giá/chứng từ

Câu bắt buộc phải chốt

Bên thuê nhận hóa đơn điện tử từ: cho khoản: vào thời điểm:; email nhận hóa đơn:; mã số thuế bên mua:

CHECKLIST TRƯỚC KHI KÝ

- ☐ Tên pháp lý, mã số thuế, người ký và thẩm quyền ký đã đúng.
- ☐ Với Facebook/Meta: đã ghi ID Business Portfolio, tài khoản quảng cáo, Page/Instagram, Pixel/dataset, chủ sở hữu và quyền Agency.
- ☐ Mỗi nền tảng có phụ lục phạm vi riêng; khi thêm kênh chỉ cập nhật phụ lục, không gộp tài sản và ngân sách vào một dòng chung.
- ☐ Tách rõ ngân sách quảng cáo, phí dịch vụ, phí sản xuất và chi phí bên thứ ba.
- ☐ Ghi đúng chủ thể xuất hóa đơn cho từng khoản; không dùng một câu chung cho toàn bộ dòng tiền.
- ☐ Tài khoản quảng cáo/BM/Pixel/dữ liệu thuộc ai; quyền admin và thời hạn bàn giao.
- ☐ KPI có nguồn dữ liệu, kỳ đo và điều kiện ngoại lệ; không đồng nhất KPI với doanh thu.
- ☐ Quy trình duyệt nội dung, số vòng chỉnh sửa và trách nhiệm pháp lý của sản phẩm quảng cáo.
- ☐ Lịch thanh toán gắn với mốc nghiệm thu; bộ chứng từ và email nhận hóa đơn đã đủ.

- ☐ Cơ chế tạm dừng, hoàn ngân sách chưa chi, chấm dứt và bàn giao đã có thời hạn.
- ☐ Hợp đồng với khách cuối và thỏa thuận hạ tầng không tạo cam kết vượt quá khả năng kiểm soát của Agency.

XÁC NHẬN VÀ KÝ KẾT

Hai Bên xác nhận đã đọc, hiểu, có cơ hội trao đổi/được tư vấn độc lập và đồng ý với nội dung Hợp đồng cùng các Phụ lục kèm theo.

ĐẠI DIỆN BÊN A — KHÁCH HÀNG/ĐỐI TÁC

ĐẠI DIỆN BÊN B — AGENCY

(Ký, ghi rõ họ tên, chức vụ và đóng dấu nếu có)

(Ký, ghi rõ họ tên, chức vụ và đóng dấu nếu có)

Tuyên bố sử dụng

Mẫu này chỉ để tham khảo và cần được điều chỉnh theo mô hình cung cấp dịch vụ, luồng tiền, ngành hàng, hợp đồng với khách cuối và pháp luật tại thời điểm ký. Đây không phải ý kiến tư vấn pháp lý hoặc tư vấn thuế.