

MẪU THAM KHẢO • QUẢNG CÁO SỐ

HỢP ĐỒNG DỊCH VỤ QUẢNG CÁO FACEBOOK / ĐA NỀN TẢNG

Dành cho doanh nghiệp/chủ thương hiệu thuê Agency chạy Facebook/Meta hoặc đa nền tảng

SỐ HỢP ĐỒNG

...../20...../HĐDVQC

NGÀY KÝ

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

THỜI HẠN

Từ đến

PHỤ LỤC

Công việc • nền tảng • ngân sách

Bên thuê có nhận được hóa đơn VAT không?

Có thể nhận hóa đơn điện tử nếu bên cung cấp dịch vụ là chủ thể có nghĩa vụ và đủ điều kiện lập hóa đơn cho giao dịch. Hợp đồng phải ghi riêng: khoản nào được xuất hóa đơn, ai xuất, thời điểm lập và thông tin bên mua. Có hóa đơn không đồng nghĩa đương nhiên được khấu trừ thuế GTGT; doanh nghiệp còn phải đáp ứng điều kiện theo pháp luật thuế và hồ sơ thực tế.

THÔNG TIN CÁC BÊN

Thông tin	BÊN A — BÊN THUÊ 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		

Sau khi trao đổi trên nguyên tắc trung thực và hợp tác, hai Bên thống nhất ký Hợp đồng dịch vụ quảng cáo với các điều khoản sau:

ĐIỀU 1. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI DỊCH VỤ

- 1.1. Bên B cung cấp cho Bên A các dịch vụ quảng cáo số theo Phụ lục 01, có thể gồm: tư vấn chiến lược, thiết lập và vận hành chiến dịch, sản xuất nội dung, đo lường, báo cáo và tối ưu.
- 1.2. Nếu triển khai Facebook/Meta, tài sản, ID tài khoản, mục tiêu chiến dịch, quyền truy cập, ngân sách và cơ chế hóa đơn phải được điền tại Phụ lục 02. Google, TikTok hoặc kênh khác được bổ sung bằng một bản Phụ lục 02 tương ứng, không cần ký lại toàn bộ Hợp đồng.
- 1.3. Mọi hạng mục ngoài phạm vi chỉ được thực hiện sau khi hai Bên xác nhận bằng văn bản hoặc phụ lục.

ĐIỀU 2. TÀI KHOẢN, DỮ LIỆU VÀ QUYỀN TRUY CẬP

- 2.1. Chủ sở hữu Business Manager/tài khoản quảng cáo/Pixel/dataset/trang đích: Bên A được cấp quyền quản trị hoặc quyền xem phù hợp để kiểm tra dữ liệu.
- 2.2. Bên B chỉ sử dụng tài sản số của Bên A trong phạm vi Hợp đồng; không tự ý chuyển quyền, chia sẻ dữ liệu hoặc dùng cho khách hàng khác.
- 2.3. Khi chấm dứt, Bên B bàn giao quyền truy cập, báo cáo, tệp sáng tạo và dữ liệu thuộc phạm vi bàn giao trong ngày làm việc.

ĐIỀU 3. NGÂN SÁCH, PHÍ DỊCH VỤ VÀ THANH TOÁN

- 3.1. Ngân sách nền tảng, phí dịch vụ, phí sản xuất và chi phí bên thứ ba được tách riêng tại Phụ lục 02.
- 3.2. Bên A thanh toán theo các mốc: Mỗi mốc gắn với chứng từ/biên bản nghiệm thu hoặc đối soát tương ứng.
- 3.3. Khoản ngân sách chưa chi khi tạm dừng/chấm dứt được đối soát và xử lý theo cơ chế: trong ngày.
- 3.4. Bên B không tự ý vượt ngân sách; ngưỡng điều chỉnh cần phê duyệt là% hoặc VNĐ.

ĐIỀU 4. HÓA ĐƠN ĐIỆN TỬ, THUẾ GTGT VÀ BỘ CHỨNG TỪ

- 4.1. Bên B lập hóa đơn điện tử cho khoản dịch vụ do Bên B cung cấp theo quy định áp dụng tại thời điểm phát sinh nghĩa vụ lập hóa đơn. Thuế suất ghi theo pháp luật tại thời điểm lập hóa đơn, không mặc định theo một mức cố định trong mẫu này.
- 4.2. Với ngân sách trả cho nền tảng hoặc bên thứ ba, hai Bên phải ghi rõ Bên B cung cấp trọn gói, chi hộ/thu hộ, tạm ứng hay Bên A thanh toán trực tiếp. Chủ thể xuất hóa đơn và bộ chứng từ phải phù hợp với giao dịch thực tế.

4.3. Bộ hồ sơ dự kiến: Hợp đồng/phụ lục; đề nghị thanh toán; chứng từ chuyển khoản; hóa đơn điện tử; biên bản nghiệm thu/đối soát; báo cáo nền tảng; tài liệu Meta Invoice hoặc tài liệu tương đương nếu có.

4.4. Bên A chịu trách nhiệm cung cấp đúng tên pháp lý, địa chỉ, mã số thuế và email nhận hóa đơn trước thời điểm lập hóa đơn. Sai sót được xử lý theo quy định hóa đơn điện tử hiện hành.

Lưu ý kế toán

Hóa đơn hợp lệ là một phần của hồ sơ. Việc khấu trừ thuế GTGT đầu vào hoặc tính chi phí được trừ còn phụ thuộc mục đích kinh doanh, chứng từ thanh toán không dùng tiền mặt khi pháp luật yêu cầu, nghiệm thu/đối soát và sự phù hợp giữa hợp đồng — hóa đơn — dòng tiền.

ĐIỀU 5. KPI, BÁO CÁO VÀ NGHIỆM THU

5.1. KPI, nguồn đo, cửa sổ ghi nhận và tần suất báo cáo được quy định tại Phụ lục 01.

5.2. Bên B không cam kết doanh thu/lợi nhuận trừ khi có điều khoản riêng nêu rõ điều kiện và cơ chế xử lý. Kết quả chịu ảnh hưởng bởi giá, sản phẩm, website, thị trường, dữ liệu, chính sách nền tảng và năng lực xử lý của Bên A.

5.3. Bên A phản hồi nghiệm thu trong ngày làm việc. Hết thời hạn mà không có ý kiến cụ thể thì xử lý theo cơ chế:

ĐIỀU 6. DUYỆT NỘI DUNG VÀ TRÁCH NHIỆM PHÁP LÝ

6.1. Bên A cung cấp thông tin trung thực, chứng minh quyền sử dụng nhãn hiệu/hình ảnh và hồ sơ pháp lý của sản phẩm, đặc biệt với ngành hàng có điều kiện quảng cáo.

6.2. Bên B kiểm tra tài liệu, cảnh báo rủi ro trong phạm vi chuyên môn và chỉ phát hành nội dung sau khi có phê duyệt theo kênh:

6.3. Mỗi Bên chịu trách nhiệm với hành vi, tài liệu và phần việc do mình thực hiện; phối hợp gỡ/sửa nội dung khi có yêu cầu hợp pháp hoặc rủi ro rõ ràng.

ĐIỀU 7. SỞ HỮU TRÍ TUỆ VÀ QUYỀN SỬ DỤNG

7.1. Tài sản có trước Hợp đồng vẫn thuộc Bên sở hữu ban đầu. Quyền với sản phẩm sáng tạo mới được xác định theo từng hạng mục: chuyển giao toàn bộ/cấp phép có thời hạn/cấp phép theo kênh.

7.2. Phí bản quyền hình ảnh, âm nhạc, KOL/KOC, kho tư liệu và phạm vi sử dụng lại phải được ghi riêng.

ĐIỀU 8. TẠM DỪNG, CHẤM DỨT VÀ BÀN GIAO

8.1. Một Bên có quyền yêu cầu tạm dừng khi có vi phạm pháp luật, rủi ro tài khoản, chậm thanh toán, thiếu tài liệu bắt buộc hoặc sự cố nền tảng.

8.2. Đơn phương chấm dứt phải báo trước ngày, trừ vi phạm nghiêm trọng. Hai Bên đối soát công việc đã thực hiện, ngân sách đã chi/chưa chi, công nợ, hóa đơn và tài sản bàn giao.

8.3. Dữ liệu đăng nhập, mã xác thực và thông tin bảo mật phải được chuyển giao qua kênh an toàn; mỗi Bên xóa quyền không còn cần thiết sau bàn giao.

ĐIỀU 9. BẢO MẬT VÀ DỮ LIỆU

9.1. Thông tin khách hàng, dữ liệu chiến dịch, báo giá, chiến lược, dữ liệu cá nhân và thông tin đăng nhập là thông tin bảo mật.

9.2. Hai Bên chỉ xử lý dữ liệu trong phạm vi cần thiết, áp dụng biện pháp bảo mật phù hợp và thông báo sự cố trong giờ kể từ khi phát hiện.

ĐIỀU 10. VI PHẠM, BẤT KHẢ KHÁNG VÀ TRANH CHẤP

10.1. Phạt vi phạm, bồi thường và lãi chậm trả (nếu áp dụng) phải trong giới hạn pháp luật và dựa trên thiệt hại/chứng cứ thực tế.

10.2. Bất khả kháng không bao gồm thiếu ngân sách hoặc thay đổi nhu cầu đơn phương. Bên bị ảnh hưởng phải thông báo và giảm thiểu thiệt hại.

10.3. Tranh chấp được ưu tiên thương lượng trong ngày; nếu không giải quyết được, đưa ra cơ quan có thẩm quyền theo thỏa thuận hợp pháp.

ĐIỀU 11. HIỆU LỰC VÀ ĐIỀU KHOẢN CHUNG

11.1. Hợp đồng có hiệu lực từ ngày đến ngày hoặc đến khi hoàn thành nghĩa vụ.

11.2. Email, hệ thống quản lý công việc hoặc văn bản điện tử được hai Bên thống nhất là kênh xác nhận công việc:

11.3. Hợp đồng và các Phụ lục được lập thành bản/được ký điện tử hợp lệ; mỗi Bên lưu một bản có giá trị như nhau.

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
Chiến lược & thiết lập	Kế hoạch, cấu trúc chiến dịch		Theo phụ lục	Biên bản/email
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.

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 — BÊN THUÊ

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 nhằm mục đích tham khảo và cần được điều chỉnh theo giao dịch, ngành hàng, mô hình dòng tiền và pháp luật tại thời điểm ký. Đây không phải ý kiến tư vấn pháp lý hoặc tư vấn thuế. Nên để luật sư/kế toán phụ trách rà soát trước khi ký.