

**Phụ lục II**  
**HÌNH THỨC TRUYỀN THÔNG NĂM 2025**

(Ban hành kèm theo Kế hoạch số /KH-BHXH ngày tháng năm 2025 của BHXH Việt Nam)

Stt	Hình thức truyền thông	Đơn vị tính	Thời gian thực hiện	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Công việc thực hiện
<b>I</b>	<b>Các hình thức truyền thông thường xuyên</b>					
<b>1</b>	<b>Tổ chức các hội nghị truyền thông</b>					
1.1	Hội nghị tập huấn nghiệp vụ công tác thông tin, truyền thông năm 2025	Hội nghị	Quý II	Trung tâm Truyền thông	BHXH tỉnh	Tổ chức các Hội nghị tập huấn nghiệp vụ thông tin, truyền thông năm 2025 tại 03 cụm: Trang bị kiến thức, bồi dưỡng kỹ năng, nghiệp vụ thông tin, truyền thông chính sách cho đội ngũ cán bộ làm công tác truyền thông của BHXH tỉnh, huyện.
1.2	Tổ chức các Hội nghị truyền thông, tập huấn, tọa đàm, tư vấn, đối thoại,... về BHXH, BHYT	Hội nghị	Quý I-IV	- Trung tâm Truyền thông - BHXH tỉnh	Các bộ, ban, ngành, tổ chức chính trị - xã hội các cấp, các đơn vị liên quan	- Cung cấp, định hướng thông tin truyền thông chính sách BHXH, BHYT cho đội ngũ báo cáo viên cấp tỉnh, cấp huyện, báo cáo viên cơ sở và các cơ quan báo chí trên địa bàn thông qua các Hội nghị báo cáo viên, Hội nghị giao ban báo chí. - Tổ chức hoặc chủ trì phối hợp với các sở, ngành, đơn vị liên quan,... tổ chức: + Các Hội nghị truyền thông, tư vấn, đối thoại,... về BHXH, BHYT với NLĐ, NSDLĐ trong các doanh nghiệp, khu công nghiệp, khu chế xuất; về BHYT HSSV trong các cơ sở giáo dục, dạy nghề. + Các Hội thảo, Tọa đàm, các Cuộc thi tìm hiểu chính sách, pháp luật BHXH, BHYT theo hình thức trực tiếp, trực tuyến,...; các hình thức sân khấu hóa. - Phối hợp với các sở, ban, ngành, đoàn thể, các tổ chức chính trị - xã hội, các đơn vị liên quan:

					<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Tổ chức các Hội nghị truyền thông, phổ biến, tập huấn, tư vấn, đối thoại trực tiếp,... với các nhóm chủ thể về BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình.</li> <li>+ Truyền thông lồng ghép trong các buổi sinh hoạt của hội, đoàn thể; các cuộc họp Chi bộ, họp Tổ dân phố; các hoạt động văn hóa theo tập tục, tập quán từng vùng miền.</li> <li>- Trong năm, đề nghị BHXH tỉnh đảm bảo một số chỉ tiêu: <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Tổ chức Hội nghị truyền thông (phổ biến, tư vấn, đối thoại trực tiếp,...) hoặc các buổi truyền thông, đối thoại trực tiếp với NLĐ, NSDLĐ tại các doanh nghiệp, đảm bảo từ 10-12 cuộc/tỉnh/năm.</li> <li>+ Tổ chức Hội nghị truyền thông (phổ biến, tư vấn, đối thoại trực tiếp,...) theo các nhóm chủ thể tại cơ sở ở khoảng 15-20% số xã, phường, thị trấn trong năm.</li> <li>+ Tổ chức các Hội nghị truyền thông, phổ biến, tập huấn, tư vấn, đối thoại trực tiếp,... cho cộng tác viên truyền thông, nhân viên Tổ chức Dịch vụ thu, già làng, trưởng bản, người có uy tín (01-03 Hội nghị/tổ chức hội, đoàn thể/tỉnh/năm).</li> </ul> </li> <li>- Trong các Hội nghị, lựa chọn những ví dụ, dẫn chứng cụ thể (người thật, việc thật) trên địa bàn để minh họa về lợi ích khi tham gia BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình; mời nhân vật thực tế tham dự Hội nghị để chia sẻ về lợi ích khi tham gia BHYT hộ gia đình, BHXH tự nguyện, từ đó tạo sự lan tỏa. Đối với vùng đồng bào dân tộc, nên lựa chọn báo cáo viên là người biết tiếng dân tộc.</li> </ul>
--	--	--	--	--	---

Stt	Hình thức truyền thông	Đơn vị tính	Thời gian thực hiện	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Công việc thực hiện
2	Truyền thông qua các phương tiện truyền thông của Ngành					
2.1	<i>Truyền thông trên hệ thống Cổng Thông tin điện tử của ngành BHXH Việt Nam</i>					
-	Cổng Thông tin điện tử BHXH Việt Nam	Tin, bài, văn bản, chuyên mục, banner đồ họa, Infographic, motion graphics, video,...	Quý I-IV	Trung tâm Truyền thông	- Các đơn vị trực thuộc - BHXH tỉnh	Căn cứ Kế hoạch này và công tác tổ chức thực hiện chính sách BHXH, BHYT của Ngành để xây dựng kế hoạch hoạt động của Cổng Thông tin điện tử đảm bảo linh hoạt, hiệu quả, phát huy vai trò chủ lực cung cấp thông tin của các cơ quan truyền thông ngành BHXH Việt Nam. Trong đó, chú trọng sản xuất thông tin theo hướng đa phương tiện đáp ứng nhu cầu tiếp cận truyền thông số của người dân, NLĐ.
-	Cổng Thông tin điện tử BHXH tỉnh			BHXH tỉnh	- BHXH huyện - Các đơn vị liên quan	

Stt	Hình thức truyền thông	Đơn vị tính	Thời gian thực hiện	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Công việc thực hiện
2.2	<i>Truyền thông trên môi trường Internet, các trang mạng xã hội (Fanpage Facebook, Zalo OA, Youtube, TikTok...) của BHXH Việt Nam và BHXH các tỉnh</i>					
-	Hội nghị truyền thông trực tuyến	Hội nghị	Quý I-IV	BHXH tỉnh	Các đơn vị liên quan	Tổ chức các hội nghị truyền thông chính sách BHXH, BHYT, trực tuyến (livestream, qua ứng dụng Zoom, hội nghị trực tuyến qua các điểm cầu,...).
-	Đăng tải, chia sẻ các tin, bài, phóng sự, clip, Infographic, motion graphics, hình ảnh đồ họa,... và các sản phẩm truyền thông	Tin, bài, sản phẩm truyền thông,...		- Trung tâm Truyền thông - BHXH tỉnh	- Các đơn vị liên quan - BHXH huyện	- Sản xuất, đăng tải, chia sẻ các tin, bài, phóng sự, Infographic, motion graphics, clip,... và các sản phẩm truyền thông của Ngành trên môi trường Internet, mạng xã hội như Fanpage Facebook, Zalo OA, Youtube, TikTok,... - Chú trọng lan tỏa các sản phẩm báo chí, các sản phẩm truyền thông về quyền, lợi ích, giá trị nhân văn của các chính sách; các điểm mới của chính sách BHXH, BHYT;....
-	Trả lời, tư vấn, giải đáp chính sách	Câu hỏi, bình luận,...		- Trung tâm Dịch vụ hỗ trợ, chăm sóc khách hàng - BHXH tỉnh	- Các đơn vị liên quan - BHXH huyện	Thực hiện quản trị nội dung bình luận và kịp thời trả lời, tư vấn, giải đáp chính sách BHXH, BHYT cho người dân, NLĐ, đơn vị thông qua chức năng comment, inbox trên các trang mạng xã hội của BHXH Việt Nam, BHXH tỉnh, BHXH trực thuộc.
2.3	<i>Truyền thông qua ứng dụng VssID-BHXH số</i>					
	Truyền thông qua ứng dụng VssID-BHXH số	Sản phẩm báo chí, truyền thông	Quý I-IV	Trung tâm CNTT	- Trung tâm Truyền thông - Các đơn vị liên quan	Gửi đến người sử dụng ứng dụng VssID- BHXH số các sản phẩm báo chí, sản phẩm truyền thông (tin, bài, clip, Infographic,...) về chính sách BHXH, BHYT và các hoạt động của Ngành.

Stt	Hình thức truyền thông	Đơn vị tính	Thời gian thực hiện	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Công việc thực hiện
<b>3</b>	<b>Thông tin, truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng</b>					
3.1	Thực hiện các tin, bài, phóng sự, clip... về BHXH, BHYT	Tin/bài,...	Quý I-IV	- Trung tâm Truyền thông  - BHXH tỉnh	- Cơ quan thông tấn, báo chí Trung ương  - Cơ quan báo chí địa phương	- Mở chuyên trang, chuyên mục, tăng cường lượng tin, bài, phóng sự chuyên sâu,...  - Ưu tiên thực hiện các: sản phẩm báo chí dễ tiếp cận tới các độc giả, khán thính giả, có tính lan tỏa sâu rộng; chuyên trang, chuyên mục cố định đăng tải, phát sóng vào các khung giờ “vàng”, đảm bảo hiệu quả, không lãng phí
3.2	Xây dựng các chuyên trang, chuyên mục cố định về BHXH, BHYT trên báo chí	Chuyên trang/ chuyên mục				
3.3	Đăng tải, phát sóng thông tin về BHXH, BHYT vào các khung giờ “vàng” trên đài phát thanh, đài truyền hình					
3.4	Tổ chức các chương trình tọa đàm, giao lưu trực tuyến... truyền thông về BHXH, BHYT	Tọa đàm/giao lưu trực tuyến				
3.5	Cung cấp thông tin định kỳ, đột xuất về chính sách, pháp luật BHXH, BHYT	- Hội nghị  - Thông tin báo chí	Quý I-IV	- Trung tâm Truyền thông - BHXH tỉnh	- Các đơn vị trực thuộc - Các cơ quan thông tấn, báo chí	Cung cấp thông tin về tình hình và kết quả triển khai thực hiện chính sách, pháp luật BHXH, BHYT của Ngành; quan điểm và ý kiến chỉ đạo, giải quyết của Lãnh đạo BHXH Việt Nam đối với những vấn đề quan trọng thuộc thẩm quyền được dư luận quan tâm; cung cấp thông tin, định hướng kịp thời dư luận xã hội nhất là đối với các vấn đề “nóng”.

Stt	Hình thức truyền thông	Đơn vị tính	Thời gian thực hiện	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Công việc thực hiện
4	<b>Truyền thông qua hệ thống loa truyền thanh cơ sở</b>					
	Tổ chức phát thanh trên loa truyền thanh xã, phường, thị trấn	Lượt	Quý I-IV	BHXH các cấp	<ul style="list-style-type: none"> <li>- UBND xã, phường, thị trấn</li> <li>- Đài Truyền thanh thành phố thuộc tỉnh</li> <li>- Trung tâm Văn hóa - Thể thao và Truyền thanh huyện</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tổ chức phát thanh các sản phẩm truyền thông do BHXH Việt Nam cung cấp.</li> <li>- Sản xuất, phát thanh các sản phẩm truyền thông do đơn vị tự sản xuất.</li> <li>- Đối với những khu vực có nhiều đồng bào dân tộc thiểu số, chú trọng kết hợp truyền thanh bằng tiếng dân tộc.</li> <li>- Thời gian, tần suất phát thanh: BHXH tỉnh chủ động lựa chọn phù hợp với đặc thù của từng địa phương (<i>trong đó tối thiểu có 02 lượt phát thanh về BHXH tự nguyện/tuần</i>).</li> </ul>
5	<b>Truyền thông qua các sản phẩm truyền thông</b>					
5.1	<b>Tờ rơi, tờ gấp</b>					
	Tờ rơi, tờ gấp về BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình, BHYT HSSV, BHXH bắt buộc	Market tờ gấp	Quý I-IV	Trung tâm Truyền thông	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Các đơn vị nghiệp vụ liên quan</li> <li>- Đơn vị cung ứng dịch vụ thiết kế</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rà soát, cập nhật, bổ sung các quy định mới (nếu có) của các market tờ gấp: “Những điều cần biết về BHXH tự nguyện”; “Những điều cần biết về BHYT hộ gia đình”; “Những điều cần biết về BHYT HSSV”; “Những thiết thời khi nhận BHXH một lần”;...</li> <li>- Thiết kế, sản xuất các sản phẩm truyền thông khác: BHXH, BHYT đề cung cấp tới NLD, người sử dụng lao động; Bảng minh họa mức đóng, hưởng BHXH tự nguyện;... Ưu tiên các sản phẩm truyền thông số, sản phẩm truyền thông online, điện tử, truyền thông qua QR code, trên các ứng dụng di động.</li> </ul>
		Tờ gấp		BHXH tỉnh	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Các đơn vị liên quan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiếp nhận các market tờ gấp do BHXH Việt Nam gửi để tổ chức truyền thông.</li> <li>- Chủ động biên tập, sản xuất các tờ rơi, tờ gấp phù hợp với đặc thù địa phương để tổ chức truyền thông. Ưu tiên sử dụng các sản phẩm truyền thông online, điện tử, truyền thông qua QR code, trên các ứng dụng di động,...</li> </ul>

Stt	Hình thức truyền thông	Đơn vị tính	Thời gian thực hiện	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Công việc thực hiện
<b>5.2</b>	<b>Các sản phẩm truyền thông hiện đại (Infographic, clip, motion graphic,...)</b>					
	Infographic, clip, motion graphic,... truyền thông về BHXH, BHYT và các hoạt động của Ngành	Infographic, motion graphic clip,...	Quý I-IV	- Trung tâm Truyền thông - BHXH tỉnh	- Các đơn vị nghiệp vụ liên quan - Đơn vị cung ứng dịch vụ	Thiết kế, sản xuất các sản phẩm truyền thông hiện đại để đăng tải, truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng Trung ương và địa phương; các phương tiện truyền thông của Ngành; mạng xã hội...
<b>5.3</b>	<b>Các sản phẩm truyền thông khác</b>					
	Các sản phẩm mang thông điệp truyền thông (mũ, áo mưa, ba lô, ô dù, dây đeo chìa khóa,...)	Sản phẩm	Quý I-IV	BHXH tỉnh	Các đơn vị liên quan	Sử dụng các sản phẩm mang thông điệp truyền thông để kết hợp khi truyền thông trực tiếp: Tới từng người; theo nhóm nhỏ; tại các hội nghị truyền thông, tư vấn, đối thoại... đảm bảo thực sự hiệu quả, tiết kiệm, phòng chống lãng phí triệt để.
<b>6</b>	<b>Truyền thông qua hoạt động hỗ trợ, tư vấn, giải đáp</b>					
	Truyền thông qua hoạt động hỗ trợ, tư vấn, giải đáp, chăm sóc khách hàng		Quý I-IV	- Trung tâm Dịch vụ hỗ trợ, chăm sóc khách hàng - BHXH tỉnh	Các đơn vị liên quan	- Tiếp nhận, hỗ trợ, tư vấn, giải đáp qua: Tổng đài chăm sóc khách hàng 19009068, hệ thống Hotline của BHXH các tỉnh; Chuyên mục Hỏi - đáp và các chương trình Giao lưu trực tuyến trên Cổng Thông tin điện tử BHXH Việt Nam và Cổng Thông tin điện tử BHXH tỉnh; các kênh tiếp nhận, hỗ trợ thông tin khác của Ngành. - Truyền thông qua các hoạt động khảo sát, đánh giá sự hài lòng của tổ chức, cá nhân tham gia BHXH, BHYT; hoạt động chăm sóc khách hàng, hỗ trợ, tư vấn, giải đáp về chính sách; hỗ trợ khách hàng thực hiện dịch vụ công trực tuyến lĩnh vực BHXH, BHYT, ... - Truyền thông qua hoạt động tổ chức: chương trình tặng sổ BHXH, thẻ BHYT cho người có hoàn cảnh khó khăn;...

Stt	Hình thức truyền thông	Đơn vị tính	Thời gian thực hiện	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Công việc thực hiện
<b>II Truyền thông cao điểm theo chủ đề, chuyên đề, chiến dịch</b>						
1	<b>Truyền thông cao điểm theo chủ đề</b>	Đợt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tháng 2;</li> <li>- Tháng 5;</li> <li>- Tháng 7;</li> <li>- Tháng 8, 9, 10;</li> <li>- Tháng 10;</li> <li>- Tháng 11;</li> <li>- Tháng 10-12</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thực hiện tuyên tin, bài theo chủ đề, chuyên đề trên: các phương tiện thông tin đại chúng; các phương tiện truyền thông của Ngành, môi trường Internet, mạng xã hội để truyền thông trước, trong và sau sự kiện, đợt truyền thông cao điểm.</li> <li>* <i>Lưu ý:</i> Sau mỗi đợt truyền thông, lựa chọn các sản phẩm báo chí hay, phù hợp để tiếp tục truyền thông lan tỏa trên mạng xã hội và cung cấp cho BHXH các tỉnh tổ chức truyền thông.</li> <li>- Tổ chức phát thanh trên hệ thống loa truyền thanh cơ sở.</li> <li>- Phối hợp với các cơ quan, ban, ngành, đoàn thể tổ chức các hội nghị truyền thông, tọa đàm, hội thảo, hội thi,... theo từng đợt truyền thông cao điểm, theo chủ đề.</li> <li>- Tuyên truyền trực quan tại một số ít các trục đường, phố chính của thành phố, thị xã, thị trấn (nơi có đông người qua lại), trụ sở cơ quan BHXH các cấp đảm bảo “<i>trang trọng, thiết thực, tiết kiệm, không phô trương, không lãng phí</i>” (theo hướng dẫn của BHXH Việt Nam tại từng thời điểm).</li> </ul>
2	<b>Truyền thông theo chuyên đề</b>	Chuyên đề	Theo tình hình thực tế	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trung tâm Truyền thông</li> <li>- BHXH các cấp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Các đơn vị liên quan</li> <li>- Cơ quan thông tấn, báo chí trung ương và địa phương</li> </ul>	<p><b>*** Riêng việc tổ chức các hoạt động truyền thông theo chiến dịch:</b></p> <p>BHXH tỉnh đảm bảo tổ chức tối thiểu 3 đợt/năm (tháng 5; tháng 7 và giai đoạn nước rút tháng 10-12). Theo đó, BHXH các tỉnh linh hoạt, sáng tạo, triển khai thêm một số hoạt động truyền thông phù hợp với đặc thù địa phương như: Tổ chức các Lễ ra quân; gian hàng an sinh; gian hàng truyền thông lưu động; Lễ phát động các hoạt động thiện nguyện kêu gọi các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân tặng sổ BHXH, thẻ BHYT cho người dân có hoàn cảnh khó khăn;... đảm bảo thiết thực, tiết kiệm, hiệu quả, không phô trương, không lãng phí.</p>