

IBM Omni-Channel Merchandising

本“服务描述”描述 IBM 向客户提供的 Cloud Service。客户表示公司、公司授权用户或 Cloud Service 接收方。提供适用的“报价”和“权利证明”(PoE) 作为独立的交易文档。

1. Cloud Service

1.1 IBM Price Management

IBM Price Management 支持零售商通过如下方式实施定价策略：确定给定商品的价格，并且通过实施定价规则对所有价格进行长期维护。零售商可以使用 IBM Price Management 定期设置方案、定制定价规则、利用系统规则为其所有商品定价，并响应数据变化（例如，供应商成本和竞争对手价格的定期变化）。

1.2 IBM Price Optimization

IBM Price Optimization 支持零售商创建并运行模拟和优化方案，以便定义战略目标（例如，增加收入、利润和销量），通过优化价格，最大限度地实现这些目标。

1.3 IBM Dynamic Pricing

IBM Dynamic Pricing 支持零售商为其在线渠道定义和实施定价策略。IBM Dynamic Pricing 为给定商品确定价格，对定价规则的实施进行维护。零售商可以使用 IBM Dynamic Pricing 来对产品设置定价策略、阈值、定制定价规则和执行定价。此外，IBM Dynamic Pricing 允许零售商响应数据变化，例如供应商成本和竞争对手价格。IBM Dynamic Pricing 提供异常和趋势可视化，零售商只需关注其定义的异常和趋势即可。

1.4 IBM Promotion Planning

IBM Promotion Planning 提供基于 Web 的协作界面，用于设置和管理商品级别和组级别促销，包括价格、有效期、绩效详细信息和位置。IBM Promotion Planning 支持零售商建立促销商品的单一存储库，改善可视性和问责制，从而帮助减少错误并精简执行过程。

1.5 IBM Promotion Optimization

IBM Promotion Optimization 帮助客户实时确定最佳促销方案，完成其销售和营销目标。零售商可以使用 IBM Promotion Optimization 来评估和预测供应商新提供的优惠，以及规划自有品牌和其他促销活动。IBM Promotion Optimization 可帮助零售商确定任何商品或促销商品组的折扣价；临时降价类型（例如，买一赠一、降价百分比和倍数）；以及使用商品推销支持（例如，广告和展示以及广告中的具体布置），最大限度地实现每一种促销所带来的递增式提升和对整个商店的影响。

1.6 IBM Promotion Execution

IBM Promotion Execution 支持零售商为其有关促销方案和活动的信息和内容（广告、传单、手机信息、电子邮件、展示屏和标牌等）构建单一存储库，包括任何副本和图像以及活动级别详细信息。

1.7 IBM Markdown Optimization

IBM Markdown Optimization 支持零售商为未分类的商品规划和优化定价、利润和库存级别。IBM Markdown Optimization 支持各种降价类型，包括季节性、较短的产品生命周期、活动和节假日、类别重置、周期更新和标准折扣降价。零售商还可以创建、预测、比较和评估多种降价定价方案，调整降价策略。

1.8 IBM Deal Management

IBM Deal Management 支持零售商在基于 Web 的环境中，自动执行和精简从消费品制造商交易伙伴处收到的有关促销的介绍、协商和协调信息。

1.9 IBM Deal Management: Bill Distribution Module

IBM Deal Management: Bill Distribution Module 支持零售商通过自动生成 PDF 发票并将这些发票安全地分发给消费品制造商交易伙伴来缩短处理周期，降低应收帐款周转率并减少手动错误。

1.10 IBM Basket Insights

IBM Basket Insights 支持零售商通过一系列仪表板来分析交易。

1.11 IBM Shopper Insights

IBM Shopper Insights 支持零售商通过一系列仪表板来分析购物者的行为（包括购买过程、购买频率和产品购买情况）。一旦某个特定零售商订购 IBM Shopper Insights，IBM 就会向该零售商的供应商和交易伙伴提供 IBM Shopper Insights for Manufacturers。

1.12 IBM Assortment Optimization

IBM Assortment Optimization 支持零售商基于购物者的购买行为、竞争环境和对商品仅仅是重复销售还是提供产品类别的递增销售的量理解，按店铺群和货架确定应储备哪些商品。一旦零售商订购 IBM Assortment Optimization，IBM 就会向该零售商的供应商和交易伙伴提供 IBM Assortment Optimization for Manufacturers，以便他们与零售商协作，基于零售商的销售数据执行分类决策。

1.13 IBM Omni-Channel Merchandising Preview

IBM Omni-Channel Merchandising Preview 允许客户预览将来的发布，帮助他们为新功能或更新做好准备。

2. 安全描述

此 Cloud Service 遵循 <https://www.ibm.com/cloud/resourcecenter/content/80> 中提供的针对 IBM SaaS 的 IBM 数据安全和隐私原则，以及本部分中提供的任何其他条款。对于 IBM 数据安全和隐私原则的任何更改都不会降低 Cloud Service 的安全性。

3. 服务标准协议

IBM 按 PoE 中的规定，为 Cloud Service 提供了以下可用性服务级别协议 (SLA)。SLA 不构成保证。本 SLA 仅提供给客户，且只能应用于生产环境。

3.1 可用性额度

客户必须在首次发现事件影响 Cloud Service 可用性的 48 小时内，通过 IBM 技术支持帮助中心记录 1 级严重性支持凭单。客户必须为 IBM 的任何问题诊断和解决提供合理帮助。

必须在约定的月份结束后的三 (3) 个工作日内提交支持凭单，对未能满足 SLA 提出索赔。针对有效 SLA 索赔的赔偿将基于 Cloud Service 的生产系统处理不可用的时间段（“停机时间”），以针对 Cloud Service 的将来发票的贷记金额的形式支付。停机时间从客户报告停机事件开始计算，到 Cloud Service 复原为止，其中不包括有关以下方面的时间：计划或宣布的维护停运；IBM 可控范围之外的停机原因；客户或第三方的内容或技术、设计或指令问题；不受支持的系统配置和平台或其他由客户引起的错误；或客户导致的安全事件或客户安全测试。IBM 会根据每个约定的月份内累积的可用 Cloud Service 应用适用的最高赔偿，如下表中所示。对任何“约定的月份”给与的赔偿总额不应超过年度 Cloud Service 费用的十二分之一 (1/12) 的百分之十二 (12%)。

对于捆绑 Cloud Service（打包并作为单一服务产品以单一组合价格一起销售的各个 Cloud Service 服务产品），赔偿的计算将基于捆绑 Cloud Service 的每月单一组合价格，而不是每个单项 Cloud Service 的每月订购费用。在给定的时间内，客户只能对一个单项 Cloud Service 提交相关索赔。

3.2 服务级别

约定的月份内的 Cloud Service 的可用性

一个合同月期间的可用性	补偿 (受索赔的“约定的月份”的每月订购费用* 的百分比)
97.00% - 99.00%	2%
95.00% - 96.99%	5%
低于 95.00%	12%

* 如果 Cloud Service 是从 IBM 业务合作伙伴处购买的，那么每月订购费用将基于受索赔的“约定的月份”期间有效的 Cloud Service 当时目录价格进行计算，适用折扣费率为 50%。IBM 将直接向客户应用折扣。

可用性以百分比表示，计算如下：一个合同月中的总分钟数减合同月总停机时间，除以该合同月的总分钟数。

示例：约定的月份内停机时间总计 500 分钟

30 天的“约定的月份”内总计 43,200 分钟 - 500 分钟停机时间 = 42700 分钟 <hr/> 总时间 43,200 分钟	= 2% 可用性额度，在约定的月份内实现 98.8% 的可用性
--	---------------------------------

4. 技术支持

通过电子邮件、在线论坛和在线问题报告系统提供 Cloud Service 技术支持。IBM 将提供《IBM 软件即服务支持手册》，其中提供了技术支持联系信息以及其他信息和流程。技术支持随附于 Cloud Service，不作为独立产品提供。

严重性	严重性定义	支持期间的响应时间目标	响应时间覆盖
1	关键业务影响/服务停止： 业务关键功能无法运行或关键接口已故障。这通常适用于生产环境，并且表示无法访问服务从而对运营产生重大影响。这一情况需要立刻解决。	1 小时内	24x7 方式
2	严重业务影响： 服务特性或服务功能在使用中受到严重限制，或者客户可能错过业务截止期限。	2 个工作小时内	周一到周五的工作时间
3	轻微业务影响： 表明服务或功能还可使用，不会对运营产生关键影响。	4 个工作小时内	周一到周五的工作时间
4	最小业务影响： 咨询或非技术请求	1 个工作日内	周一到周五的工作时间

5. 权利和计费信息

5.1 定义

以下是一些术语的含义：

消费品（以下简称“CP”） - 表示出于直接向消费者销售的目的而生产或分销的任何物品或组件。例如，“消费品”包括服装和鞋类、食品和饮料、家居和个人护理用品、耐用消费品和家用器具、非耐用消费品、特产和宠物护理用品，但不包括汽车、飞机、金融产品、服务或房屋。

包含的业务 - 表示与客户订购使用 Cloud Service 有关的部门、业务单位或渠道（例如，实体店与网上电子商务）。

包含的地理位置 - 表示客户订购使用 Cloud Service 的地理位置。

零售商 - 表示出于供消费者直接使用的目的而参与小批量或个别批量消费品销售的客户。

销售总额 - 表示订购 Cloud Service 的法人实体的销售总额（不包括适用的营业税），它们源于根据初始期限或续订期限之前报告的去整整 12 个月期限内通过“包含的业务”所售产品的销售额。如果由于合并或收购导致“包含的业务”出现无机业务增长，那么 IBM 可能重新计算销售总额。客户将立即通知 IBM 相关合并或收购情况，这些合并或收购会影响“包含的业务”的销售总额。

此处未定义的大写术语将在 Cloud Service 协议中进行定义。

5.2 收费标准

Cloud Service 根据交易文档中指定的收费标准提供：

- a. **百万收入换算单位 (MRCU)** - 是获取 Cloud Service 所采用的一种计量单位。收入换算单位是针对与 Cloud Service 相关的收入金额的与货币 无关的度量。必须按照换算表 (http://www-01.ibm.com/software/passportadvantage/conversion_unit_table.html)，将特定于货币的收入金额换算为 RCU。每份 MRCU 权利代表一百万 RCU。客户必须获取足够的 MRCU 权利以涵盖以下定义的收入金额。
- b. **服务项目** - 获取服务时所采用的一种计量单位。服务项目包含与 Cloud Service 相关的专业服务和/或培训服务。必须获取足够的权利以涵盖每项服务项目。

注：“收入”的定义/范围根据特定的 Cloud Service 服务产品而异，如下所述：

Cloud Service	收入定义
IBM Price Management IBM Dynamic Pricing IBM Basket Insights IBM Shopper Insights IBM Assortment Optimization IBM Deal Management IBM Deal Management: Bill Distribution Module	收入是客户希望用于 Cloud Service 的“包含的业务”的销售总额（订购可以限制为“包含的业务”的特定产品类别）。
IBM Price Optimization	收入是客户希望优化的销售总额（订购可以限制为“包含的业务”的一部分）。
IBM Promotion Optimization IBM Promotion Planning IBM Promotion Execution	收入是“包含的业务”通过销售“促销商品”所产生的的销售总额。对于本 Cloud Service，“促销商品”是指临时精选的和/或打折的，或以任何促销方式销售的产品，包括但不限于临时降价 (TPR)、广告或宣传单、陈列在实体店的不同位置或者显示在 Web 站点的主页和优惠券上。“促销商品”不包括“降价商品”。
IBM Markdown Optimization	收入是“包含的业务”通过销售“降价商品”所产生的的销售总额。对于本 Cloud Service，“降价商品”是以永久降价形式销售的产品，通常旨在清空过量的供货，包括清仓削价销售。

5.3 平台支持服务

对于平台支持服务，收入是“包含的业务”的销售总额。

要确定应购买的相应平台支持服务级别，客户必须首先确定适用于其公司的相应的十亿收入换算单位 (BRCU)。BRCU 是与 Cloud Service 相关收入金额的与货币无关的度量。必须按照 http://www.ibm.com/software/licensing/conversion_unit_table 中的表将特定于货币的收入金额换算为 BRCU。每份 BRCU 权利都表示十亿（10 的 9 次方）个 RCU。计算的 BRCU 必须涵盖评估期间经 Cloud Service 处理或管理的收入额。

级别 1 = 最多 3 个 BRCU

级别 2 = 最多 8 个 BRCU

级别 3 = 最多 15 个 BRCU

级别 4 = 超过 15 个 BRCU

5.4 安装费用

在交易文档中指定安装费用。将针对初始安装或额外安装收取相应的安装费用。

- a. **IBM Omni-Channel Merchandising One-Time Setup**

IBM 会在初始配置 Cloud Service 时收取一次性安装费。价格及计费期限将在交易文档中规定，并进行相应计费。

b. **IBM Omni-Channel Merchandising Additional Application Setup 费用**

IBM 会对每个订购的附加应用程序安装费用收取安装费。价格及计费期限将在交易文档中规定，并进行相应计费。

5.5 未满足一个月的收费标准

根据交易文件的规定，使用未满足一个月的将按比例收取费用。

6. 远程服务

Cloud Service 的客户可以购买以下远程服务：

- IBM Price Management - 平台支持服务
- IBM Promotion Planning - 平台支持服务
- IBM Price Optimization - 平台支持服务
- IBM Price and Promotion Optimization - 平台支持服务
- IBM Promotion Optimization - 平台支持服务
- IBM Markdown Optimization - 平台支持服务
- IBM Basket Insights - 平台支持服务

6.1 IBM Price Management - 平台支持服务、IBM Promotion Planning - 平台支持服务、IBM Basket Insights - 平台支持服务

IBM 应：

- a. 与客户合作，获取针对适用的 Cloud Service 服务产品的所有必需的在相关的“IBM 导入数据规范文档”中规定的字段（“客户数据”）。
- b. 每周或每天接收并装入客户数据，然后使用标准工具维护数据转换接口（进站和出站）。如果客户在初始实施之后修改客户数据的格式、请求将文件以其他格式传回客户，或者请求 IBM 修改数据图和自动化脚本以利用新数据，那么可能需要支付额外的费用。
- c. 提供标准的日常帐户管理服务，确保实施团队退出后客户可得到支持。该帐户管理服务以远程方式提供，每周服务时间不超过 4 小时。

6.2 IBM Price Optimization - 平台支持服务、IBM Promotion Optimization - 平台支持服务、IBM Markdown Optimization - 平台支持服务、IBM Price and Promotion Optimization - 平台支持服务

IBM 应：

- a. 与客户合作，获取针对适用的 Cloud Service 服务产品的所有必需的在相关的“IBM 导入数据规范文档”中规定的字段（“客户数据”）。
- b. 每周或每天接收并装入客户数据，然后使用标准工具维护数据转换接口（进站和出站）。如果客户在初始实施之后修改客户数据的格式、请求将文件以其他格式传回客户，或者请求 IBM 修改数据图和自动化脚本以利用新数据，那么可能需要支付额外的费用。
- c. 为建模的产品类别执行标准的数据验证。数据验证包括自动化作业，运行并检查客户数据是否存在潜在错误和异常。
- d. 根据“项目规划”为每个产品类别提供标准的计量经济学建模服务，这些服务包括创建建模数据集，估算模型，评估模型质量以及根据需要对模型进行故障诊断。这包括所包含的每个产品类别的初始建模，以及基于 IBM 合理评估的类别动态变化，按合理周期进行的日常重新建模。如果客户需要重述数据，IBM 将与客户合作，确定是否保证重新装入重述的历史数据以及是否保证对受影响的产品类别进行重新建模，这可能需要收取额外费用，费用届时由双方协定。
- e. 提供标准的日常帐户管理服务，确保实施团队退出后客户可得到支持。该帐户管理服务以远程方式提供，每周服务时间不超过 6 小时。

6.3 平台支持服务的相关客户职责

客户负责提供以下各项：

- a. 根据需要直接访问 IBM 资源，完成所分配的平台支持服务活动。
- b. 适当水平和数量的客户资源参与该项目，包括：
 - IT 程序员，与 IBM 的数据集成团队协作，创建并维护适当的数据接口。
 - 来自企业的代表，确保应用需求正确地转化为数据提取的内容。
 - 强大的项目团队，负责执行以下所需的技术和业务流程工作：
 - 相关的数据映射文档
 - 根据商定的时间安排传输客户数据
 - 符合当前 IBM 导入数据规范文档中指定的 IBM 格式的客户数据。
 - 能够及时处理任何问题的资源
 - 客户支持，确保所提供的信息正确无误。

客户确认，如果未能履行以上义务，可能影响 IBM 提供平台支持服务的能力。如果平台支持服务延迟，或者 IBM 提供平台支持服务的成本由于客户未能执行以上任务或由于 IBM 控制之外的任何其他情况而增加，那么可能需要收取额外的费用。此类服务的额外费用和计费期限将单独订购，并在工作说明书中规定。

7. 期限和续约选项

Cloud Service 期限自 IBM 通知客户可访问 PoE 中记录的 Cloud Service 之日算起。PoE 将指定 Cloud Service 是自动续订、在持续使用基础上继续，还是在期限结束时终止。

对于自动续订，除非客户在期限到期日期之前，至少提前 90 天发出不再续订的书面通知，否则将按照 PoE 中指定的期限对 Cloud Service 自动续订。

对于持续使用，在客户提前 90 天发出终止书面通知之前，Cloud Service 将以月为单位继续有效。Cloud Service 的有效期将于 90 天期限过后的日历月末终止。

8. 其他信息

8.1 数据和最低设备要求

为了使用 Cloud Service，客户必须根据提供数据（“导入数据”）当日有效的“IBM 导入数据规范文档”，向 IBM 提供产品数据、财务数据和其他数据。IBM 将根据签署的协议提供“IBM 导入数据规范文档”的最新副本，并且将自行决定随时对其进行修改。此外，每一种 Cloud Service 都包含访问服务的最低设备要求，在服务规范中描述了这些最低要求，可根据请求提供这些信息。

8.2 零售商的交易伙伴对导入数据的使用

如果客户订购了 IBM Deal Management、IBM Deal Management: Bill Distribution Module、IBM Shopper Insights 或 IBM Assortment Optimization，那么在订购周期内，客户授权 IBM 使用导入数据向同时订购了 Cloud Services 并且需要访问导入数据的客户消费品交易伙伴提供 Cloud Service。

8.3 IBM 对客户数据的使用

IBM 可使用客户数据在非生产环境内进行内部研究、测试和开发，前提是 IBM 提前除去可能会揭示客户的身份或专有业务流程的所有特征。客户可以选择通过联系技术支持来要求不得将其数据用于此类非生产目的。

8.4 隐私通知

客户了解并同意，作为 Cloud Service 正常运行和支持的一部分，IBM 可向客户（您的员工和承包商）通过跟踪和其他技术收集有关 Cloud Service 的使用情况的信息。IBM 这样做的目的是为了改善用户体验和/或定制与客户的交互。客户确认其将取得或已取得同意，允许 IBM 在遵守适用的法律的情况下，在 IBM、其他 IBM 公司及其承包商内部处理收集到的信息用于上述目的，无论我们和我们的承包商在何处开展业务。IBM 将履行客户的员工和承包商访问、更新、纠正或删除所收集信息的请求。

8.5 预览限制

如果将 **Cloud Service** 指定为“预览”，那么 **Cloud Service** 仅供客户用于内部非生产活动或预览活动，包括测试、性能调优、故障诊断、内部基准评测、登台、质量评估活动和/或使用发布的应用程序编程接口开发内部使用的 **Cloud Service** 插件或扩展。在没有获取相应生产权利的情况下，未授权客户将 **Cloud Service** 的任何部分用于任何其他用途。