

## IBM Omni-Channel Merchandising

本「服務說明」敘述 IBM 提供予「客戶」之「雲端服務」。「客戶」係指公司、其授權使用者或「雲端服務」收受人。所適用之「報價單」及「權利證明書 (PoE)」係以個別「交易文件」之形式提供。

### 1. 雲端服務

#### 1.1 IBM Price Management

IBM Price Management 可讓零售商實施計價策略，方法為決定特定品項之價格，並透過施行計價規則隨時維持一切的價格。零售商可使用 IBM Price Management 設定實務範例、客製計價規則、制定系統規則，藉以為其所有商品定出價格並因應資料之變更，例如：定期性之供應商成本及競爭者價格。

#### 1.2 IBM Price Optimization

IBM Price Optimization 可讓零售商建立及執行模擬與優化實務，在該等實務中訂定策略目標，例如：增加收入、利潤及銷售量，並以最能達成此等目標為目的，將價格優化。

#### 1.3 IBM Dynamic Pricing

IBM Dynamic Pricing 可讓零售商訂定及施行零售商線上通道之計價策略。IBM Dynamic Pricing 可決定特定品項之價格，並持續施行計價規則。零售商可使用 IBM Dynamic Pricing 設定各項策略、臨界值、客製計價規則及執行產品計價。此外，IBM Dynamic Pricing 亦可讓零售商對於資料變更作出回應，例如：供應商成本及競爭者價格（定期移除）等資料變更。IBM Dynamic Pricing 提供異常狀況及趨勢視覺化之功能，可讓零售商只著重在其所訂定之異常狀況及趨勢。

#### 1.4 IBM Promotion Planning

IBM Promotion Planning 提供具備協同功能之 Web 型介面，用以設定及管理品項及群組層級之促銷活動，包括價格、有效日期、效能詳細資料及位置。IBM Promotion Planning 可讓零售商建立促銷供應項目單一儲存庫以提高可見度與可問責度，且有助於減少錯誤及簡化執程序。

#### 1.5 IBM Promotion Optimization

IBM Promotion Optimization 有助於「客戶」即時決定優化促銷活動，以達成其商品推銷及行銷目標。零售商可使用 IBM Promotion Optimization 評估及預測所要送入之供應商供應項目，以及規劃專用標籤及其他促銷活動。IBM Promotion Optimization 可協助零售商決定單一品項或促銷商品組之折扣價、暫時降價類型（例如：買一送一、打折、量販價），以及運用商品推銷支援（例如：廣告及展示）及廣告內之特定放置方式，將各促銷品之營收淨增額及商店業績成長總額提高。

#### 1.6 IBM Promotion Execution

IBM Promotion Execution 可讓零售商為其有關促銷供應項目及事件（廣告、傳單、行動式裝置、電子郵件、展示、標牌等等）之資訊與內容建置單一儲存庫，包括複本與影像及事件層級詳細資料。

#### 1.7 IBM Markdown Optimization

IBM Markdown Optimization 可讓零售商對不易分類之品項進行計價、利潤及庫存量進行規劃及優化。IBM Markdown Optimization 支援廣泛之減價類型，包括季節、短暫產品生命週期、節慶假日、種類重設、週期性更新及標準折扣減價等類型。零售商亦可建立、預測、比較及評估多種減價計價實務，進行減價策略之細部調整。

#### 1.8 IBM Deal Management

IBM Deal Management 可讓零售商在 Web 型環境中，就其從消費品製造商交易夥伴收到之各項交易促銷活動，對該等促銷活動之簡報、協議及調解作業，實施自動化及簡化。

#### 1.9 IBM Deal Management: Bill Distribution Module

IBM Deal Management: Bill Distribution Module 可讓零售商以自動化方式產生 PDF 發票，並以安全方式將其配送至消費品製造商交易夥伴，藉此縮短處理循環時間、應收帳款週轉率及人為錯誤。

## 1.10 IBM Basket Insights

IBM Basket Insights 可讓零售商透過一系列儀表板分析各項交易。

## 1.11 IBM Shopper Insights

IBM Shopper Insights 可讓零售商透過一系列儀表板分析購物者購物行為，包括旅行、採購頻率及產品採購等。IBM 將於特定零售商訂用 IBM Shopper Insights 後為該零售商之供應商及交易夥伴提供 IBM Shopper Insights for Manufacturers。

## 1.12 IBM Assortment Optimization

IBM Assortment Optimization 可讓零售商基於下列各項以決定將依照商店叢集與貨架圖儲存之品項：購物者購物行為、競爭環境，以及從量化觀點瞭解某品項僅為重複品項或可提升該產品種類之銷售量。IBM 將於特定零售商訂用 IBM Assortment Optimization 後為該零售商之供應商及交易夥伴提供 IBM Assortment Optimization for Manufacturers，使該零售商之供應商及交易夥伴得以協同該零售商依其銷售資料制定分類決策。

## 1.13 IBM Omni-Channel Merchandising Preview

IBM Omni-Channel Merchandising Preview 可讓「客戶」預覽即將發行之產品，以協助該等客戶準備全新或更新功能。

## 2. 安全說明

本「雲端服務」遵循 IBM 之 IBM SaaS 資料安全與隱私權原則（該等原則提供於下列網站：<https://www.ibm.com/cloud/resourcecenter/content/80>）及本節其他條款。IBM 資料安全與隱私權原則之變更不會降低本「雲端服務」之安全。

## 3. 服務水準協定 (SLA)

IBM 依權利證明書之規定提供「雲端服務」之下列可用性服務水準協定 ("SLA")：本 SLA 並非保證。本 SLA 僅限提供予「客戶」，且僅適用於正式作業環境中之使用。

### 3.1 可用度扣抵

「客戶」應在得知事件影響「雲端服務」可用性之 48 小時內，先向 IBM 技術支援中心服務台記載「嚴重性層次 1」支援問題單。「客戶」應於合理範圍內協助 IBM 進行問題之診斷與解決。

就未能符合 SLA 而提出之支援問題單請求，應於合約月份結束後 3 個營業日內提出。對於有效 SLA 請求之補償，將以「雲端服務」未來發票折抵方式提供之，該項折抵之計算期間為無法提供「雲端服務」正式作業系統處理之期間（「停用時間」）。「停用時間」之計算，自「客戶」提報事件時起，至「雲端服務」回復時止，但不包括因下列事由所致時間：基於維修目的而排定或公布之停止；非 IBM 所能掌控之原因；因「客戶」或第三人內容或技術、設計或指示所生問題；不受支援之系統配置及平台或其他「客戶」錯誤；或「客戶」所致資安事件或「客戶」安全測試。IBM 將依各合約月份期間之「雲端服務」累計可用度，套用最高可適用之補償，如下表所示。任何合約月份相關之補償總額，以「雲端服務」年費十二分之一 (1/12) 的百分之十二 (12%) 金額為上限。

對於個別「雲端服務」供應項目被當作單一供應項目而一起包裝並以單一結合價格販售之組合「雲端服務」，將根據組合「雲端服務」的單一結合每月價格來計算補償，而非以每個個別「雲端服務」的每月訂用費用計算之。客戶於特定時間僅限提交與一個個別「雲端服務」有關之「請求」。

### 3.2 服務水準

合約月份期間的「雲端服務」可用度

「合約月份」期間的可用度	補償 （「請求」事由發生之「合約月份」的「每月訂用費用」* 之百分比）
97.00% - 99.00%	2%
95.00% - 96.99%	5%
小於 95.00%	12%

\*如「雲端服務」係向「IBM 事業夥伴」取得者，每月訂用費用應以「請求」所主張之「合約月份」之有效「雲端服務」當時最新標價計算，且其折扣率為 50%。IBM 將直接折讓給「客戶」。

可用度（以百分比表示）之計算為：合約月份中的總分鐘數減去合約月份中「停用時間」的總分鐘數，除以合約月份的總分鐘數。

範例：「合約月份」期間的「停用時間」總共 500 分鐘

30 天「合約月份」，總共 43,200 分鐘 - 「停用時間」500 分鐘 = 42,700 分鐘 <hr/> 總共 43,200 分鐘	= 合約月份期間可用度達 98.8% 時為 2% 可用度扣抵
--	--------------------------------

#### 4. 技術支援

本「雲端服務」之技術支援係透過電子郵件、線上討論區及線上問題提報系統提供。IBM 將提供 IBM Software as a Service Support Handbook (IBM 軟體即服務支援手冊)，內含技術支援聯絡資訊及其他資訊與程序。技術支援僅附隨於「雲端服務」而提供，其非可作為單獨供應項目而提供。

嚴重性	嚴重性定義	支援期間之回應時間目標	回應時間涵蓋範圍
1	<b>顯著業務影響/服務停機：</b> 業務重要功能無法運作或重要介面故障。此情況通常適用於正式作業環境，且顯示因無法存取服務而對作業造成重要影響。此狀況需要立即解決方案。	1 小時內	全年無休
2	<b>顯著業務影響：</b> 服務特性或功能之使用嚴重受限，或「客戶」有錯過業務截止日之虞。	2 營業小時內	週一至週五營業時間內
3	<b>次要業務影響：</b> 表示服務或功能可以使用，未顯示對作業造成重要影響。	4 營業小時內	週一至週五營業時間內
4	<b>些微業務影響：</b> 查詢或非技術要求	1 個營業日	週一至週五營業時間內

#### 5. 授權與付款資訊

##### 5.1 定義

下列名詞具有下述所規定的意義：

「**消費品**」或 **CP** - 係指任何為直接銷售給消費者而被生產或配銷之商品或其元件。舉例來說，「消費品」包括衣服與鞋類、食物與飲料、家庭與個人護理用品、消費者耐用品與家庭用具、消費者非耐用品、特產，以及寵物護理用品，但不包括汽車、飛機、理財工具、服務或房子。

「**所含企業**」- 係指「客戶」訂用「雲端服務」時所關聯之分公司、業務單位或通路（例如：實體商店與線上電子商務）。

「**所含地理位置**」- 係指「客戶」訂用「雲端服務」時之所在地理位置。

「**零售商**」- 係指從事於銷售「消費品」的「客戶」，而所銷售產品是消費者直接消費使用的小型或個別貨品。

「**銷售總額**」- 係指訂用本「雲端服務」之法人營業收入，不含所適用之營業稅，由「所含企業」依第一期或續約間前最後所提報之十二個整月銷售產品所產生。如因併購致「所含企業」之非既有組織之業務成長者，IBM 得重新計算「銷售總額」。併購如有影響「所含企業」之「銷售總額」者，「客戶」應即時通知 IBM。

未定義於本「服務說明」中之專有名詞，係於「雲端服務合約」中另有定義。

## 5.2 計費度量

本「雲端服務」係依「交易文件」中所定計費度量而提供。

- a. 「百萬收入轉換單位 (MRCU)」- 是取得「雲端服務」所需的一種計量單位。「收入轉換單位」是與「雲端服務」相關之「收入」金額的計量單位，且其獨立於任何幣別。特定幣別「收入」金額必須依據轉換單位表 ([http://www-01.ibm.com/software/passportadvantage/conversion\\_unit\\_table.html](http://www-01.ibm.com/software/passportadvantage/conversion_unit_table.html)) 轉換為 RCU。每一 MRCU 授權代表「一百萬個 RCU」。「客戶」需取得足以涵蓋以下所定「收入」金額之 MRCU 授權數。
- b. 「約定」- 是取得服務所需的一種計量單位。一個「約定」(Engagement) 係由有關「雲端服務」的專業及/或訓練服務組成。「客戶」應取得足夠的授權數，才能涵蓋每一個「約定」。

附註：「收入」之定義/範圍因特定「雲端服務」供應項目而異，如下所示：

雲端服務	收入之定義
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」係為「客戶」預定搭配本「雲端服務」一併使用之「所含企業」之「銷售總額」（訂用可能以「所含企業」之特定產品種類為限）。
IBM Price Optimization	「收入」係為「客戶」預定優化之「銷售總額」（可僅就「所含企業」之一部分訂購服務）。
IBM Promotion Optimization IBM Promotion Planning IBM Promotion Execution	「收入」係為「所含企業」之「銷售總額」，且係由銷售「促銷品」所產生。基於本「雲端服務」之目的，「促銷品」是暫時特價及/或折扣的產品，或以任何促銷形式（包括且不限於暫時降價，即 TPR）銷售之產品，而前等「促銷品」會在廣告或傳單中提及、在實體商店之次要位置或網站的主頁面上顯示，以及在折價券上出現。「促銷品」不包括「減價品」。
IBM Markdown Optimization	「收入」係為「所含企業」之「銷售總額」，且係由銷售「減價品」所產生。基於本「雲端服務」之目的，「減價品」係為以永久減價之方式銷售之產品，通常係指在清空過多之供應品，包括清倉大拍賣。

## 5.3 平台啟用服務

基於「平台啟用服務」之目的，「收入」係「所含企業」之「銷售總額」。

若要決定擬採購之所適用「平台啟用服務」等級，「客戶」應先決定其公司所適用之「十億收入轉換單位 (BRCU)」。BRCU 是與「雲端服務」相關之「收入」金額的計量單位，且其獨立於任何幣別。特定幣別「收入」金額必須依據位於下列網址：[http://www.ibm.com/software/licensing/conversion\\_unit\\_table](http://www.ibm.com/software/licensing/conversion_unit_table) 的表格轉換為 BRCU。每一 BRCU 授權分別代表十億（十的九次方）個 RCU。所計算所得之 BRCU，必須涵蓋「雲端服務」在計量期間所處理或管理之收入金額。

- 第 1 級 = 直到 3 BRCU
- 第 2 級 = 直到 8 BRCU
- 第 3 級 = 直到 15 BRCU
- 第 4 級 = 超過 15 BRCU

## 5.4 設定費

設定費將明訂於「交易文件」中。並依適用之情形收取首次或額外設定費。

### a. IBM Omni-Channel Merchandising 一次設定

IBM 將在初次供應「雲端服務」時收取一次設定費用。費率及付款期限將明訂於「交易文件」中，並依約定開立發票收取費用。

### b. IBM Omni-Channel Merchandising Additional Application Setup Fee

IBM 將就每一所訂購的 Additional Application Setup Fee 收取設定費用。費率及付款期限將明訂於「交易文件」中，並依約定開立發票收取費用。

## 5.5 部分每月費用

「交易文件」所定部分每月費用得按比例計算之。

## 6. 遠端服務

「雲端服務」的「客戶」可以取得下列遠端服務：

- IBM Price Management - 平台啟用服務
- IBM Promotion Planning - 平台啟用服務
- IBM Price Optimization - 平台啟用服務
- IBM Price and Promotion Optimization - 平台啟用服務
- IBM Promotion Optimization - 平台啟用服務
- IBM Markdown Optimization - 平台啟用服務
- IBM Basket Insights - 平台啟用服務

### 6.1 IBM Price Management - 平台啟用服務、IBM Promotion Planning - 平台啟用服務、IBM Basket Insights - 平台啟用服務

IBM 將：

- a. 協同「客戶」取得所有必要資料欄位（「客戶資料」），該等資料欄位係指所適用之「雲端服務」供應項目之相關 IBM Import Data Specification Document 所示者。
- b. 根據每週或每日規律來接收及載入「客戶資料」，並使用標準工具來維護資料轉換介面（輸入及輸出）。若客戶在首次實施「客戶資料」後修改其格式、要求以不同格式將檔案傳回給「客戶」，或要求 IBM 修改資料比對及自動化 Script 以利用新資料，則可能加收額外費用。
- c. 提供標準持續帳戶管理服務，以確保在實施團隊退出時，「客戶」仍受支援。此帳戶管理服務將在遠端提供，而且每週將不超過 4 小時。

### 6.2 IBM Price Optimization - 平台啟用服務、IBM Promotion Optimization - 平台啟用服務、IBM Markdown Optimization - 平台啟用服務、IBM Price and Promotion Optimization - 平台啟用服務

IBM 將：

- a. 協同「客戶」取得所有必要資料欄位（「客戶資料」），該等資料欄位係指所適用之「雲端服務」供應項目之相關 IBM Import Data Specification Document 所示者。
- b. 根據每週或每日規律來接收及載入「客戶資料」，並使用標準工具來維護資料轉換介面（輸入及輸出）。若客戶在首次實施「客戶資料」後修改其格式、要求以不同格式將檔案傳回給「客戶」，或要求 IBM 修改資料比對及自動化 Script 以利用新資料，則可能加收額外費用。
- c. 對模型化的產品種類執行其標準資料驗證。資料驗證由執行並檢查「客戶資料」是否有潛在錯誤及異常的自動化工作所組成。

- d. 根據「專案計劃」為每一個產品種類提供其標準經濟計量建模服務，這些服務包括建立建模資料集、估計模型、評量模型品質，以及視需要對模型進行疑難排解。這包括為每一個包括的產品種類進行起始建模，以及根據 IBM 合理評量的種類動態，以合理的規律進行持續重新建模。於「客戶」回復資料時，IBM 將與「客戶」合作，以判定是否須重新載入回復的歷程資料，以及重新建立受影響產品種類的模型，此舉可能在當時需要額外費用並需被同意才能進行。
- e. 提供標準持續帳戶管理服務，以確保在實施團隊退出時，「客戶」仍受支援。此帳戶管理服務將在遠端提供，而且每週將不超過 6 小時。

### 6.3 「客戶」對「平台啟用服務」之責任

「客戶」必須負責提供下列事項：

- a. 視需要為 IBM 人員提供直接存取，以完成指派之「平台啟用服務」活動。
- b. 專案中「客戶」應提供之資源之適當等級及數目包括：
  - IT 程式設計師，可與 IBM 資料整合團隊一起工作來建立及維護適當資料介面。
  - 業務代表，其可確保應用程式需求適當地轉換為資料擷取內容的。
  - 能執行下列專案必需之技術與業務程序工作之強大專案團隊：
    - 相關的資料比對文件
    - 根據同意的時間表來傳輸「客戶資料」
    - 符合現行 IBM Import Data Specification Document 所定 IBM 格式之「客戶資料」。
    - 可及時處理任何問題的資源
    - 確保所提供的資訊正確無誤的客戶支援。

「客戶」同意如其未能履行上述義務，可能會影響 IBM 提供「平台啟用服務」之能力。如果由於「客戶」無法執行上述作業，或由於任何其他超出 IBM 控制的情況而導致延遲「平台啟用服務」，或者增加 IBM 提供「平台啟用服務」的成本，則可能加收額外費用。這類服務的額外費用及計費條款將需個別訂購，並明訂於「工作說明書」中。

## 7. 期間及續約選項

「雲端服務」之期間，自 IBM 通知「客戶」其可存取「雲端服務」之當日起算，詳如「權利證明書」之規定。權利證明書應載明「雲端服務」是要自動續約、持續使用方式，或於期間結束時終止。

如係自動續約，除非「客戶」於前項期間到期日九十日（或更早）前為不續約之書面通知，否則，「雲端服務」將依「權利證明書」所載明之期間自動續約。

如係持續使用，將依按月之方式持續提供「雲端服務」，至「客戶」提供 90 日期前終止之書面通知為止。於前項到期日九十日前之期間後至該日曆月月底前，將繼續提供「雲端服務」。

## 8. 其他資訊

### 8.1 資料及設備最低需求

為了能夠使用「雲端服務」，「客戶」必須提供予 IBM 必要的產品、財務及其他資料（「匯入資料」），其規定於資料提供之當日有效之 IBM Import Data Specification Document。IBM 將於已簽章之合約中提供現行 IBM Import Data Specification Document 之複本，並得自行決定隨時予以修改。此外，各「雲端服務」均定有存取服務所需之設備最低需求，此等需求載明於服務說明書，並於提出要求時提供之。

### 8.2 零售商交易夥伴對「匯入資料」之使用

如果「客戶」已訂用 IBM Deal Management、IBM Deal Management: Bill Distribution Module、IBM Shopper Insights 或 IBM Assortment Optimization，「客戶」應於「訂用期間」授權 IBM 得使用「匯入資料」，以提供「雲端服務」予亦已訂用「雲端服務」且須存取「匯入資料」之客戶交易夥伴。

### 8.3 IBM 對「客戶資料」之使用

IBM 得基於非正式作業環境中之內部研究、測試及開發之目的而使用客戶資料，惟 IBM 需先移除可能洩露「客戶」之身分或專有商業程序之一切特徵。「客戶」得聯絡「技術支援中心」，選擇不將其資料使用於前項非正式作業目的。

#### **8.4 隱私權注意事項**

「客戶」知悉並同意，IBM 得就「雲端服務」之使用，藉由追蹤及其他技術，蒐集「客戶」（含「客戶」之員工及約聘人員）所提供之資訊，以作為「雲端服務」一般運作及支援之一部分。IBM 蒐集前述資料之目的，在於改善使用者之使用體驗及/或調整與「客戶」之互動方式。「客戶」確認其將取得或已取得同意，以允許 IBM 於其公司及其承包商執行業務時，得依適用法律，基於前項目的，於 IBM、其他 IBM 關聯公司及其承包商內處理前項所蒐集之資訊。IBM 將依「客戶」之員工及約聘人員之要求，存取、更新、更正或刪除其所蒐集之資訊。

#### **8.5 預覽之限制**

若「雲端服務」經指定為「預覽」，則「客戶」僅限將「雲端服務」使用於內部非正式作業或預覽活動，包括測試、效能調整、錯誤診斷、內部評比、暫置、品質確保活動及/或使用已發佈的應用程式設計介面，開發內部使用的「雲端服務」新增或延伸項目。未取得適當的正式作業授權，「客戶」無權將「雲端服務」的任何部分用於任何其他用途。