

IBM Marketing Cloud

本「服務說明」敘述 IBM 提供予「客戶」之「雲端服務」。「客戶」係指公司、其授權使用者及「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

IBM Marketing Cloud 係雲端型數位行銷平台，可運用客戶資料、分析見解及自動化相關跨通路互動。IBM Marketing Cloud 包含下列解決方案型套件與服務，可對映至行銷人員需求以簡化購買程序：

- **IBM Marketing Cloud Standard** - 有助於行銷人員更充分的瞭解客戶行為，並以更高的對話率提供個人化互動。
- **IBM Marketing Cloud B2B Standard** - 有助於行銷人員擷取潛在顧客、限定其資格及培育潛在顧客，以配合銷售額改善行銷方式，進而增加收益。
- **IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning** – 有助於行銷人員使用應用程式連接至行銷系統、客戶關係管理系統及財務系統，進行預算之運用及計劃之擬定。

1.1 IBM Marketing Cloud Standard

IBM Marketing Cloud Standard 訂用提供下列功能：

- **行銷資料庫**：蒐集單一來源中之綜合性客戶資料，並運用該等資料推動自動化行銷活動及個人化溝通。
- **區隔**：利用行為、基本資料設定檔、喜好設定資料及其他項目，查詢目標閱聽眾並縮小其範圍。此外，亦可選擇將前項區隔查詢與行銷策略整合，進而為 貴客戶之目標閱聽眾提供高度引人注目之個人化內容。
- **內容建置器**：一種直覺式 Web 型編輯器，可讓 貴客戶利用點按方式功能存取（例如：鏈結追蹤、個人化、動態內容等等功能），在應用程式中建立及編輯內容。
- **動態內容**：使用直覺式點按方式介面，直接在訊息內文中建立每位客戶之相關及特定訊息。
- **A/B 測試**：傳送電子郵件，從名稱或內容元素測試主旨行；找出具有最佳回應之元件，再將效能最佳之電子郵件傳送給聯絡人。
- **電子郵件**：建立及傳送含有相關及引人注目之內容之電子郵件。
- **行動式推送**：將行動式應用程式資料與內容豐富之客戶基本資料設定檔資訊結合，以遞送個人化訊息。
- **社交共用**：在社交網站上共用電子郵件行銷訊息，並產生詳細報告結果。
- **登入頁面**：以點按存取之方式，建立行銷活動專屬網頁及客製 Web 表單。
- **行為分析**：操作郵寄結果，以識別趨勢及目標客戶區段；定義客戶區段及選取度量值，以建立跨標籤及跨表格之報告，進而藉由新增或移除欄位、變更度量值及進行欄排序等方式操作報告。
- **行銷活動報告**：建立有關傳送予客戶之累計詳細報告資訊。報告度量值包括開啟、轉換、複合式多媒體、轉遞及點選串流資料存取。
- **Email Insights**：可讓使用者透過多個不同電子郵件用戶預覽郵寄之外觀與操作方式；透過郵寄清單追蹤電子郵件用戶之使用量，以利於依據客戶所使用之特定裝置與電子郵件用戶，將電子郵件程式優化。本訂閱包含 200,000 項電子郵件開啟。每當電子郵件收件人接收「客戶」發送之電子郵件且該電子郵件收件人開啟該電子郵件時，便會登錄一項「電子郵件開啟」。本訂閱包含 50 項電子郵件預覽。每當「客戶」進一步將電子郵件範本提交至此特性以供預覽時，便會登錄一項「電子郵件預覽」。Email Insights 包含由 Litmus 提供之技術元件。此外，若「客戶」之需求超過所購買套件隨附之電子郵件預覽數量或電子郵件開啟數量，「客戶」得依適用之情形，購買 IBM Marketing Cloud Additional Email Insights Opens（每一「事件」之增量為 100,000 項）。

- **IBM Marketing Cloud Orientation**：IBM Marketing Cloud 之基礎教育套件。此套件提供 Marketing Cloud 特性與功能之高階說明，以及 Customer Engagement Model 之簡介。方向套件包含於 Marketing Cloud 之起始訂閱，並應於開始執行必要之加入服務前完成。此套件係以自動式供應項目遞送，且包含視訊及 Web 型錄音。

本「雲端服務」供應項目之訂用費用包括下列項目：

- a. 五 (5) 位授權使用者；
- b. 十 (10) 個作用中程式；
- c. 25 萬次行銷互動，其中包括電子郵件訊息及行動式推送訊息。如需其他「行銷互動」，「客戶」必須購買 IBM Marketing Cloud Standard Additional Marketing Interactions 之授權（每一「事件」之增量為 1000 項）；及
- d. 20 萬項 Email Insights 開啟。

1.2 IBM Marketing Cloud B2B Standard

IBM Marketing Cloud B2B Standard 訂用提供下列功能：

- IBM Marketing Cloud Standard 供應項目內之一切特性
- 行銷自動化
- 潛在顧客培育：透過視覺化建置器建立行銷活動；於潛在顧客遞送或執行某一動作時傳送自動化訊息或接受培育方案。
- 單一評分模型：依據購買準則、個人背景資訊及行為（例如：網站造訪次數、表單提交及訊息互動或準時型要素，包括新近性與頻率），對客戶與潛在客戶進行評分。行銷自動化特性會依據評分遞送客戶與潛在客戶，以利進行適當之延續作業。
- 漸進式表單：使用漸進式 Web 表單，每當接觸對象造訪網站或登入網頁時均顯示不同問題，藉此隨時減少表單棄用並建置接觸對象基本資料設定檔。
- 數位行為追蹤：監視接觸對象如何在線上藉由使用計算機、即時會談、社交按鈕及其他方式與 貴客戶互動。進而利用前項客製 Web 追蹤事件行為，將接觸對象移至行銷方案或行為評分模型。
- 客戶關係管理 (CRM) 整合：與第三人 CRM 系統整合，包括 Salesforce.com、Microsoft Dynamics CRM、NetSuite 及 Sugar CRM 等系統。

本「雲端服務」供應項目之訂用費用包括下列項目：

- a. 五 (5) 位授權使用者；
- b. 十 (10) 個作用中程式；
- c. 一 (1) 個評分模型；
- d. 50,000 筆資料庫記錄；及
- e. 20 萬項 Email Insights 開啟。

1.3 IBM Marketing Cloud - Budget and Expense Planning

Marketing Cloud - Budget and Expense Planning 由 IBM 第三人夥伴 Allocadia 供應，購買此供應項目後，即可搭配 Marketing Cloud Standard、Marketing B2B Standard、IBM Silverpop Engage 或 IBM Campaign 一併使用。IBM Marketing Cloud B2B Standard 訂用提供下列功能：

- 規劃：建立及共用計劃，以配合公司策略、預測投資報酬率及預估收益影響。
- 預算作業：在不使用累贅之斷線模式試算表（不問全球性、區域性或產品導向）之情形下，建立及管理採用任何貨幣之全球預算。
- 效能：視覺化、分析及優化開銷；在將計劃與預算連接至 CRM、財務及行銷等資料時作出更有智慧之決策。

本「雲端服務」供應項目之訂用費用包括下列項目：

- 五 (5) 位授權使用者；及
- 一 (1) 個連接器。

若「客戶」所需之額外「授權使用者」數量超過本基本服務所提供者，「客戶」得購買 IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning Additional Users。若「客戶」為與本基本服務搭配使用而需要額外「連接器」，「客戶」得購買 IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning Additional Connector。

1.4 設定服務供應項目

- **IBM Marketing Cloud Standard Onboarding Services** 係為一種結合供應與訓練之組合式服務，其設計目的在於讓使用者得以在 Marketing Cloud Standard 供應項目中配置及使用此等供應項目。起始訂閱 Marketing Cloud 時，需要本遠端遞送之服務。會指派一位上線顧問，引導「客戶」進行上線程序，此程序係透過一系列遠端會議及事先錄製之 Web 型學習階段作業予以遞送。上線服務包括供應、配置與設定、訓練及問答。
- **IBM Marketing Cloud B2B Standard Onboarding Services** 係為一種結合供應與訓練之組合式服務，其設計目的在於讓使用者得以在 Marketing Cloud B2B Standard 供應項目中配置及使用此等供應項目。起始訂閱 Marketing Cloud B2B Standard 時，需要本遠端遞送之服務。會指派一位上線顧問，引導組織進行上線程序，此程序係透過一系列遠端會議及事先錄製之 Web 型學習階段作業予以遞送。上線服務包括供應、配置與設定、訓練及問答。
- **Marketing Cloud - Budget and Expense Planning Onboarding Services** 係為一種訓練服務，其設計目的在於讓使用者得以在 IBM Marketing Cloud - Budget and Expense Planning 供應項目中配置及使用此等供應項目。購買 IBM Marketing Cloud - Budget and Expense Planning Additional Users 供應項目時，需要本遠端遞送之服務。會指派一位訓練顧問，透過一系列遠端會議及事先錄製之 Web 型學習階段作業，引導組織使用進階報告及儀表板客製作業。上線服務包括供應、配置與設定、訓練及問答。

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")：SLA 並非保證。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 (Availability Credits)

「客戶」應在得知事件影響「雲端服務」可用性之 24 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三個營業日內提出。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) 的百分之二十 (20%) 金額為上限。

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）
99% - 99.949%	2%

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)
98% - 98.999%	5%
97% - 97.999%	10%
小於 97.000%	20%

*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 50 分鐘

30 天「合約月份」，總共 43,200 分鐘 - 停用時間 50 分鐘 = 42,150 分鐘	= 合約月份期間可用度達 99.884% 時為 2% 可用度扣抵 (Availability Credits)
總共 43,200 分鐘	

4. 技術支援

本「雲端服務」之技術支援係透過電子郵件、線上支援系統、即時會談和電話提供。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
1	重要業務影響/服務停機： 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
2	顯著業務影響： 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
3	次要業務影響： 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
4	些微業務影響： 查詢或非技術要求。	1 個營業日

5. 授權與付款資訊

5.1 計費度量

「雲端服務」係依「交易文件」中所定計費度量而提供。

- a. 「存取」- 是取得「雲端服務」所需的一種計量單位。「存取權」係指「雲端服務」之使用權。「客戶」應在其「權利證明書 (PoE)」或「交易文件」中所指定的計量期間，取得單一「存取權」的授權，才能使用「雲端服務」。

- b. 「事件」- 是取得 IBM SaaS 所依據的一種計量單位。「事件」授權係以有關「雲端服務」之使用之特定事件發生次數為基礎。「事件」授權係限定於本「雲端服務」，且不得與另一「雲端服務」或事件類型之其他「事件」授權替換、交換或累計。「客戶」應在其「權利證明書 (PoE)」或「交易文件」中所指定的計量期間，取得足夠涵蓋所發生之每一事件的授權數。
- c. 「授權使用者」- 是取得「雲端服務」所需的一種計量單位。「客戶」應為每一個透過任何方法以任何直接或間接方式（例如：透過多程式、裝置或應用程式伺服器）存取「雲端服務」的唯一「授權使用者」取得個別的專用授權。「客戶」應在其「權利證明書 (PoE)」或「交易文件」中所指定的計量期間，取得足夠涵蓋可以存取「雲端服務」的「授權使用者」數目的授權數。
- d. 「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，才能涵蓋每一個「約定」。
- e. 「連線」- 是取得「雲端服務」所需的一種計量單位。一個「連線」是指資料庫、應用程式、伺服器或任何其他類型之裝置與「雲端服務」的一個鏈結或關聯。「客戶」應在其「權利證明書 (PoE)」或「交易文件」中所指定的計量期間，取得足夠涵蓋對「雲端服務」已經或將建立的「連線」總數的授權。
- f. 「資料庫記錄」- 是取得「雲端服務」所需的一種計量單位。「資料庫記錄」係為資料庫中有關單一實體之欄位集合，存取時可將其視為單一單元。每一「千筆資料庫記錄」授權分別代表一千筆資料庫記錄。「客戶」應在其「權利證明書 (PoE)」或「交易文件」中所指定的計量期間，取得足夠涵蓋「雲端服務」所處理的「資料庫記錄」總數的「千筆資料庫記錄」授權數。

5.2 設定費

起始一次設定費將依「交易文件」所定費率與付款期限定之。依所選「雲端服務」基本供應項目，所對應之必要設定服務可讓「客戶」使用所選「雲端服務」供應項目。以下為可用「設定」服務：

- IBM Marketing Cloud Standard Onboarding Services Engagement One-Time Set Up
- IBM Marketing Cloud B2B Standard Onboarding Services Engagement One-Time Set Up

如係訂購 IBM Marketing Cloud - Budget and Expense Additional Users 之「授權使用者」授權者，依「交易文件」所載費率及計費期間收取下列設定服務所需費用：

- IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning Onboarding Services Engagement Set Up

5.3 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。

5.4 超額使用計費

若「客戶」在計量期間內的「雲端服務」實際使用情形超出「權利證明書」載明之授權數量，則針對超額使用部分將依「交易文件」之規定向「客戶」收取費用。

每月於達到累計總數量後，IBM 將依「權利證明書」所定超額使用費率，以後付方式，對「客戶」開立超額使用費之發票。除每月基本授權費用外，「客戶」另應支付前項超額使用費。

「訂用期間」逾 12 個月者，應按 12 個月計量期間計算累計授權總數。前項累計總數將於第 12 個月計量期間後歸零。於次一週期之 12 個月計量期間之實際互動使用量超過授權互動累計總數時，始須支付該等 12 個月計量期間之超額使用費。

就運用產能試產期間之「客戶」而言，各該期間之認定方式同於訂用期間，且適用相同原則。

「訂用期間」少於 12 個月或其剩餘期間少於 12 個月計期間者，所剩餘之月計訂用授權數量將用於授權互動之累計總數中。

a. 範例 1：

「客戶」之「訂用期間」為 12 個月，且已依 IBM Marketing Cloud Additional User 授權之規定取得 10 位額外「授權使用者」。若「客戶」於前項 12 個月之「訂用期間」結束前啟用逾 10 位「授權使用者」，則將於次月就所逾數量對「客戶」開立發票，並就後續各月份中之一切使用量，以後付之方式開立帳單，至該「訂用期間」結束為止。

b. 範例 2：

「客戶」之「訂用期間」為 3 年，且已依 IBM Marketing Cloud Additional User 授權之規定取得 10 位額外「授權使用者」。若「客戶」於第一個 12 個月之期間結束前啟用逾 10 位「授權使用者」，則將於次月就所逾數量及一切使用量對「客戶」開立發票，至該 12 個月之期間結束為止。使用量計數將於各 12 個月之期間結束時歸零。若「客戶」於次一 12 個月之期間結束前啟用逾 10 位「授權使用者」，則將於次月就所逾數量對「客戶」開立發票，並就後續各月份中之一切使用量，以後付之方式開立帳單，至使用量計數重設或剩餘之「訂用期間」結束為止。

5.5 依使用付款計費

「客戶」得使用 IBM Marketing Cloud Standard（依 1,000 個「事件」計量）、IBM Marketing Cloud B2B Standard（以 10,000 個「資料庫記錄」之增量為其計量）及 IBM Marketing Cloud Additional Email Insights Opens（以按每日使用量付款之 100,000 個「事件」之增量為其計量）。「客戶」於每月使用之「事件」或「資料庫記錄」（視適用情況而定）之數量，均需依「交易文件」所載費匯計費。

6. 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。

7. 啟用軟體

本「雲端服務」包含啟用軟體，「客戶」僅限於「雲端服務」之期間內搭配「雲端服務」一併使用前項啟用軟體。

8. 一般規定

8.1 發佈清單

「客戶」不得搭配「雲端服務」一併使用內含特定人員之發佈清單，所稱特定人員，係指尚未基於專為從「客戶」接收通訊之目的而授予權限將其納入該發佈清單之人員，但「客戶」與該等人員存在現行業務關係或個人關係者，不在此限。在一切情形下，一律明文禁止使用透過關係企業行銷常規產生之清單或資料。「客戶」必須在各訊息中包含有效之退出機制。

8.2 不得轉售

「客戶」未事先取得 IBM 之書面同意，不得轉售「雲端服務」或提供第三人（不含提供給為「客戶」執行工作之員工或外包人員）存取「雲端服務」之權限。

8.3 資料保留

下列「雲端服務」特定資料元素僅限於「雲端服務」內部使用：電子郵件訊息與內容、未使用或非作用中之資料庫與範本 - 450 日；對已知訪客所為 Web 追蹤 - 180 日；對匿名訪客所為 Web 追蹤 - 30 日；以及通用行為 - 180 日（「資料保留期間」）。IBM 於「資料保留期間」過期後，可能會從 IBM 之網路與系統移除該等資料元素，且於「期間」終止或過期後三十日，在任何情形下，IBM 均得銷毀該等資料元素之一切複本及「客戶」之其他相關資料。「客戶」應保留為與「雲端服務」搭配使用而提供之一切內容之備份複本。

8.4 第三人程式碼注意事項

本「雲端服務」內含下列軟體，該等軟體不得用於不當用途：janrain4j_1.1.0、JSON、JSON-lib-2.3、JDK15、flexjson 及 packtag。