

IBM Marketing Cloud

Nella presente Descrizione dei Servizi è descritto il Servizio Cloud che IBM fornisce al Cliente. Il termine "Cliente" indica l'azienda, i relativi utenti autorizzati e i destinatari del Servizio Cloud. Il Preventivo applicabile e la PoE (Proof of Entitlement) sono forniti come Documenti d'Ordine separati.

1. Servizio Cloud

IBM Marketing Cloud è una piattaforma di marketing digitale che utilizza i dati del Cliente, gli approfondimenti analitici, automatizzando le interazioni tra diversi canali. L'offerta IBM Marketing Cloud include i seguenti pacchetti della soluzione e i servizi associati alle esigenze dei commerciali per semplificare il processo di acquisto:

- IBM Marketing Cloud Essentials - Fornisce ai commerciali, con minori esigenze di volume, la possibilità di fornire interazioni digitali personalizzate con più alti tassi di conversione.
- IBM Marketing Cloud B2B Essentials – Fornisce ai commerciali, con minori esigenze di database, la possibilità di acquisire, qualificare e alimentare le trattative.
- IBM Marketing Cloud Standard – Aiuta i commerciali a conoscere meglio il comportamento del cliente e a fornire interazioni personalizzate con tassi di conversione più elevati.
- IBM Marketing Cloud B2B Standard – Aiuta i commerciali ad acquisire, presentare e alimentare le trattative al fine di allineare meglio il marketing con le vendite, per far crescere il fatturato.
- IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning – Aiuta i commerciali con il budget e la pianificazione mediante un'applicazione che si collega ai sistemi di marketing, CRM (customer relationship management) ed ai sistemi finanziari.
- IBM Marketing Cloud Enterprise – Realizzato sulle funzionalità di IBM Marketing Cloud Standard con l'aumento dei volumi di abbonamento.
- IBM Marketing Cloud B2B Enterprise – Realizzato sulle funzionalità di IBM Marketing Cloud B2B con l'aumento dei volumi di abbonamento.
- IBM Marketing Cloud Social Audiences – Fornisce ai commerciali la possibilità di indirizzare i propri clienti utilizzando i social media pagati.

1.1 IBM Marketing Cloud Essentials

Un abbonamento IBM Marketing Cloud Essentials fornisce le seguenti funzionalità:

- Database di Marketing: raccolta dei dati complessivi del Cliente in un'unica fonte e utilizzo dei dati per condurre campagne automatizzate e comunicazioni personalizzate.
- Segmentazione: utilizzo dei dati riguardanti il comportamento, il profilo, le preferenze e altro, per eseguire query e circoscrivere il proprio pubblico di destinazione. Facoltativamente, integrare queste query di segmentazione con le proprie strategie di marketing per fornire un forte coinvolgimento, contenuti personalizzati per il proprio pubblico di destinazione.
- Programma di creazione dei contenuti: un editor intuitivo, basato su web consente al Cliente di creare e modificare i contenuti nell'applicazione, con accesso veloce e diretto a funzionalità come, ad esempio, il tracciamento dei link, la personalizzazione, i contenuti dinamici ed altro.
- Contenuti dinamici: creare messaggi direttamente all'interno del corpo del messaggio che sono pertinenti e specifici per ciascun Cliente, utilizzando un'interfaccia intuitiva diretta.
- Test A/B: inviare email di test per verificare l'oggetto, dagli elementi del nome o del contenuto; scoprire quale elemento ottiene la migliore risposta e inviare le email più performanti ai contatti.
- Email: creare e inviare email con contenuti pertinenti e coinvolgenti.
- Mobile Push: consegnare messaggi personalizzati combinando i dati delle app per dispositivi mobili con informazioni di tipo 'rich' del profilo del consumatore.
- Condivisione Social: condivisione dei messaggi di email marketing sui siti di social network e produzione dei risultati dettagliati dei report.

- Moduli di avanzamento: ridurre l'abbandono dei moduli e creare un profilo dei contatti, nel corso del tempo, con moduli web di avanzamento che mostrano diverse domande ogni volta che un contatto visita un sito web o una pagina di destinazione.
- Tracciamento Elettronico dei Comportamenti: consente di controllare in che modo i contatti interagiscono online con il Cliente, utilizzando ad esempio il computer, le chat dal vivo o i pulsanti dei social network. Utilizzare questi eventi di tracciamento dei comportamenti web dei clienti per spostare un contatto in un programma di marketing o in un modello di misurazione del comportamento.
- Pagina di destinazione: accesso veloce e diretto per creare pagine specifiche per campagne e moduli web personalizzati.
- Dati analitici comportamentali: manipolare i risultati della posta per identificare le tendenze e i segmenti di destinazione dei clienti; definire i segmenti dei clienti e selezionare le metriche per creare schede trasversali e report di tabella, e quindi manipolare i report aggiungendo o rimuovendo campi, modificando le metriche, classificando e ordinando le colonne.
- Report sulle campagne: creare informazioni aggregate e dettagliate della reportistica riguardanti le email inviate ai clienti. La reportistica delle metriche include le aperture, conversioni, supporti di tipo 'rich', inoltri e accesso dei dati relativi al flusso di clic.
- Email Insights: consente agli utenti di visualizzare in anteprima l'aspetto e le funzionalità della posta elettronica su diversi client di posta elettronica, tenere traccia dell'utilizzo del client di posta elettronica attraverso le mailing list contribuendo ad ottimizzare i programmi di posta elettronica in base ai dispositivi specifici e ai client di posta elettronica utilizzati dai Clienti. Email Insights include i componenti tecnologici forniti da Litmus.
- Journey Designer: strumento di progettazione visiva che consente ai commerciali di collaborare per tracciare il percorso di un Cliente e condividerlo con tutto il team.
- Universal Behavior Exchange: tecnologia di abilitazione che consente ai clienti di pubblicare i dati all'interno di IBM Marketing Cloud e di abbonarsi ai dati di applicazioni integrate di terzi.
- IBM Marketing Cloud Orientation è un pacchetto di base di formazione per IBM Marketing Cloud. Fornisce una descrizione di alto livello delle funzioni e funzionalità Marketing Cloud insieme ad una introduzione al Modello di Coinvolgimento del Cliente. Il pacchetto di orientamento è incluso in un abbonamento iniziale a Marketing Cloud e deve essere completato prima di avviare il servizio di 'onboarding' richiesto. Viene fornito come offerta self-service e include registrazioni video e basate su web.

Nel canone dell'abbonamento per questa offerta del Servizio Cloud è incluso quanto di seguito indicato:

- Cinque (5) Utenti Autorizzati;
- dieci (10) programmi attivi;
- 50 mila Interazioni di Marketing al mese per un totale di 600 milioni di Interazioni di Marketing che possono essere utilizzate ogni anno;
- Record di Database Illimitati;
- 1 (Una) organizzazione;
- 10 (dieci) mila Aperture di Email Insights al mese; e
- Anteprime di email illimitate. L'"anteprima di una email" viene registrata ogni volta che il Cliente invia un modello di email a questa funzionalità per visualizzarne l'anteprima.

I clienti possono acquistare ulteriori volumi di Utenti, Interazioni di Marketing e Aperture di Email Insights

1.2 IBM Marketing Cloud B2B Essentials

IBM Marketing Cloud B2B Essentials fornisce ai commerciali, con minori esigenze di database, la possibilità di acquisire, qualificare e alimentare le trattative. Questa offerta è disponibile tramite abbonamento e in base alla modalità 'pay per use'. La presente offerta del Servizio Cloud include le seguenti funzionalità:

- Tutte le funzionalità all'interno dell'offerta IBM Marketing Cloud Essentials
- Automazione del Marketing

- Alimentazione delle trattative: creare campagne di marketing attraverso il programma 'visual campaign builder'; inviare messaggi automatizzati o utilizzare un programma di alimentazione quando un'opportunità va in direzione di una determinata azione o ne esegue una.
- Modello unico di valutazione: valutazione di clienti e potenziali clienti in base a criteri di acquisto, dati socio economici e comportamenti quali le visite ai siti web, invio di moduli e interazione di messaggi o secondo componenti basati sul tempo quali la frequenza delle visite e la data dell'ultima visita. In base ai punteggi, le funzionalità di automazione del marketing instradano i clienti e i potenziali clienti su percorsi appropriati.
- Integrazione Customer Relationship Management (CRM): integrazione con i sistemi CRM di terzi, inclusi Salesforce.com, Microsoft Dynamics CRM e Sugar CRM.

Nel canone dell'abbonamento per questa offerta del Servizio Cloud è incluso quanto di seguito indicato:

- a. Cinque (5) Utenti Autorizzati;
- b. dieci (10) programmi attivi;
- c. 1 (uno) modello di misurazione;
- d. Interazioni di Marketing Illimitate;
- e. 10.000 Record di Database;
- f. 1 (Una) organizzazione;
- g. 10 (dieci) mila Aperture di Email Insights al mese; e
- h. Anteprime di email illimitate. L'"anteprima di una email" viene registrata ogni volta che il Cliente invia un modello di email a questa funzionalità per visualizzarne l'anteprima.

I clienti possono acquistare ulteriori volumi di Utenti, Record di Database e Aperture di Email Insights.

1.3 IBM Marketing Cloud Standard

Un abbonamento IBM Marketing Cloud Standard fornisce le seguenti funzionalità:

- Database di Marketing: raccolta dei dati complessivi del Cliente in un'unica fonte e utilizzo dei dati per condurre campagne automatizzate e comunicazioni personalizzate.
- Segmentazione: utilizzo dei dati riguardanti il comportamento, il profilo, le preferenze e altro, per eseguire query e circoscrivere il proprio pubblico di destinazione. Facoltativamente, integrare queste query di segmentazione con le proprie strategie di marketing per fornire un forte coinvolgimento, contenuti personalizzati per il proprio pubblico di destinazione.
- Programma di creazione dei contenuti: un editor intuitivo, basato su web consente al Cliente di creare e modificare i contenuti nell'applicazione, con accesso veloce e diretto a funzionalità come, ad esempio, il tracciamento dei link, la personalizzazione, i contenuti dinamici ed altro.
- Contenuti dinamici: creare messaggi direttamente all'interno del corpo del messaggio che sono pertinenti e specifici per ciascun Cliente, utilizzando un'interfaccia intuitiva diretta.
- Test A/B: inviare email di test per verificare l'oggetto, dagli elementi del nome o del contenuto; scoprire quale elemento ottiene la migliore risposta e inviare le email più performanti ai contatti.
- Email: creare e inviare email con contenuti pertinenti e coinvolgenti.
- Mobile Push: consegnare messaggi personalizzati combinando i dati delle app per dispositivi mobili con informazioni di tipo 'rich' del profilo del consumatore.
- Condivisione Social: condivisione dei messaggi di email marketing sui siti di social network e produzione dei risultati dettagliati dei report.
- Moduli di avanzamento: ridurre l'abbandono dei moduli e creare un profilo dei contatti, nel corso del tempo, con moduli web di avanzamento che mostrano diverse domande ogni volta che un contatto visita un sito web o una pagina di destinazione.
- Tracciamento Elettronico dei Comportamenti: consente di controllare in che modo i contatti interagiscono online con il Cliente, utilizzando ad esempio il computer, le chat dal vivo o i pulsanti dei social network. Utilizzare questi eventi di tracciamento dei comportamenti web dei clienti per spostare un contatto in un programma di marketing o in un modello di misurazione del comportamento.

- Pagina di destinazione: accesso veloce e diretto per creare pagine specifiche per campagne e moduli web personalizzati.
- Dati analitici comportamentali: manipolare i risultati della posta per identificare le tendenze e i segmenti di destinazione dei clienti; definire i segmenti dei clienti e selezionare le metriche per creare schede trasversali e report di tabella, e quindi manipolare i report aggiungendo o rimuovendo campi, modificando le metriche, classificando e ordinando le colonne.
- Report sulle campagne: creare informazioni aggregate e dettagliate della reportistica riguardanti le email inviate ai clienti. La reportistica delle metriche include le aperture, conversioni, supporti di tipo 'rich', inoltri e accesso dei dati relativi al flusso di clic.
- Email Insights: consente agli utenti di visualizzare in anteprima l'aspetto e le funzionalità della posta elettronica su diversi client di posta elettronica, tenere traccia dell'utilizzo del client di posta elettronica attraverso le mailing list contribuendo ad ottimizzare i programmi di posta elettronica in base ai dispositivi specifici e ai client di posta elettronica utilizzati dai Clienti. Email Insights include i componenti tecnologici forniti da Litmus.
- Journey Designer: strumento di progettazione visiva che consente ai commerciali di collaborare per tracciare il percorso di un Cliente e condividerlo con tutto il team.
- Universal Behavior Exchange: tecnologia di abilitazione che consente ai clienti di pubblicare i dati all'interno di IBM Marketing Cloud e di abbonarsi ai dati di applicazioni integrate di terzi.
- Social Audiences: applicazione di marketing relativa ai social media che consente ai clienti di inviare destinatari specifici e relativi annunci pubblicitari alle reti di social media a destinatari specifici o simili, per scopi di marketing.
- IBM Marketing Cloud Orientation: è un pacchetto di base di formazione per IBM Marketing Cloud. Fornisce una descrizione di alto livello delle funzioni e funzionalità Marketing Cloud insieme ad una introduzione al Modello di Coinvolgimento del Cliente. Il pacchetto di orientamento è incluso in un abbonamento iniziale a Marketing Cloud e deve essere completato prima di avviare il servizio di 'onboarding' richiesto. Viene fornito come offerta self-service e include registrazioni video e basate su web.

Nel canone dell'abbonamento per questo Servizio Cloud è incluso quanto di seguito indicato:

- 10 (dieci) Utenti Autorizzati per ciascuna organizzazione;
- 5 (cinque) organizzazioni;
- 20 (venti) programmi attivi;
- 1 (uno) modello di misurazione;
- 250 mila Interazioni di Marketing al mese per un totale di 3 milioni di Interazioni di Marketing che possono essere utilizzate ogni anno;
- Record di Database Illimitati;
- Cinque (5) mila Eventi di Contatti 'Social Audiences' al mese;
- 200 mila Aperture di Email Insights al mese; e
- Anteprime di email illimitate. L'"anteprima di una email" viene registrata ogni volta che il Cliente invia un modello di email a questa funzionalità per visualizzarne l'anteprima.

I clienti possono acquistare ulteriori volumi di Utenti, Interazioni di Marketing e Aperture di Email Insights.

1.4 IBM Marketing Cloud B2B Standard

Un abbonamento IBM Marketing Cloud B2B Standard fornisce le seguenti funzionalità:

- tutte le funzionalità all'interno dell'offerta IBM Marketing Cloud Standard
- Automazione del Marketing
- Alimentazione delle trattative: creare campagne di marketing attraverso il programma 'visual campaign builder'; inviare messaggi automatizzati o utilizzare un programma di alimentazione quando un'opportunità va in direzione di una determinata azione o ne esegue una.
- Modello unico di valutazione: valutazione di clienti e potenziali clienti in base a criteri di acquisto, dati socio economici e comportamenti quali le visite ai siti web, invio di moduli e interazione di messaggi o secondo componenti basati sul tempo quali la frequenza delle visite e la data dell'ultima

visita. In base ai punteggi, le funzionalità di automazione del marketing instradano i clienti e i potenziali clienti su percorsi appropriati.

- Integrazione Customer Relationship Management (CRM): integrazione con i sistemi CRM di terzi, inclusi Salesforce.com, Microsoft Dynamics CRM e Sugar CRM.

Nel canone dell'abbonamento per questo Servizio Cloud è incluso quanto di seguito indicato:

- a. 10 (dieci) Utenti Autorizzati per ciascuna organizzazione;
- b. 5 (cinque) organizzazioni;
- c. 20 (venti) programmi attivi;
- d. 5 (cinque) modelli di valutazione;
- e. Interazioni di Marketing Illimitate;
- f. 50.000 Record di Database;
- g. Cinque (5) mila Eventi di Contatti 'Social Audiences' al mese;
- h. 200 mila Aperture di Email Insights al mese; e
- i. Anteprime di email illimitate. L'"anteprima di una email" viene registrata ogni volta che il Cliente invia un modello di email a questa funzionalità per visualizzarne l'anteprima.

I clienti possono acquistare ulteriori volumi di Utenti, Record di Database e Aperture di Email Insights.

1.5 IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning

IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning è offerto da Allocadia, un partner terzo di IBM, che è possibile acquistare come prodotto autonomo o per essere utilizzato con Marketing Cloud Standard, Marketing B2B Standard, Marketing Cloud Enterprise, Marketing Cloud B2B Enterprise, IBM Silverpop Engage o IBM Campaign. Le funzionalità includono:

- Pianificazione: creare e condividere i piani per allineare la strategia aziendale, prevedere il ROI e l'impatto del fatturato.
- Budget: creare e gestire budget globali in qualsiasi valuta senza difficoltà, fogli di calcolo scollegati sia globali, regionali o incentrati sul prodotto.
- Prestazioni: visualizzare, analizzare e ottimizzare la spesa; prendere decisioni più intelligenti quando si collegano piani e budget ai dati finanziari e di marketing del CRM.

Nel canone dell'abbonamento per questo Servizio Cloud è incluso quanto di seguito indicato:

- 5 (cinque) Utenti Autorizzati; e
- 1 (uno) Connector

L'offerta IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning Additional Users può essere acquistata se il Cliente richiede ulteriori Utenti Autorizzati al di là di quanto previsto con il servizio di base. IBM Marketing Cloud Budget e Expense Planning Additional Connector possono essere acquistati se il Cliente richiede ulteriori 'Connector' al di là di quanto previsto con il servizio di base.

1.6 IBM Marketing Cloud Enterprise

Questo pacchetto è realizzato in base alle funzionalità offerte nel pacchetto Standard. Il pacchetto Enterprise include le titolarità per le funzionalità di pianificazione e definizione del budget offerte da Allocadia. Dispone anche delle funzionalità CRM (customer relationship management). Gli abbonati ricevono ulteriori Utenti Autorizzati nel pacchetto Enterprise, nonché i volumi di utilizzo incrementato per l'automazione dei programmi, il punteggio e Email Insights. Gli abbonati ricevono più Interazioni di Marketing come parte del pacchetto Enterprise.

Nel canone dell'abbonamento per questo Servizio Cloud è incluso quanto di seguito indicato:

- a. 20 (venti) Utenti Autorizzati per ciascuna organizzazione;
- b. 10 (dieci) organizzazioni;
- c. programmi attivi illimitati;
- d. Record di Database Illimitati;
- e. 750 mila Interazioni di Marketing al mese per un totale di 9 milioni di Interazioni di Marketing che possono essere utilizzate ogni anno;

- f. 25 mila Eventi di Contatti 'Social Audiences' al mese;
- g. Modelli di misurazione illimitati;
- h. 400 mila aperture di Email Insights al mese; e
- i. Anteprime di email illimitate. L'"anteprima di una email" viene registrata ogni volta che il Cliente invia un modello di email a questa funzionalità per visualizzarne l'anteprima.

I clienti possono acquistare ulteriori volumi di Utenti, Interazioni di Marketing e Aperture di Email Insights.

1.7 IBM Marketing Cloud B2B Enterprise

Questo pacchetto è realizzato in base alle funzionalità offerte nel pacchetto B2B Standard. Il pacchetto B2B Enterprise include le titolarità per le funzionalità di pianificazione e definizione del budget offerte da Allocadia. Gli abbonati ricevono ulteriori Utenti Autorizzati nel pacchetto Enterprise B2B, nonché l'aumento dei volumi di utilizzo per l'automazione dei programmi, il punteggio e Email Insights. Gli abbonati ricevono più record di database come parte del pacchetto Enterprise B2B.

Nel canone dell'abbonamento per questo Servizio Cloud è incluso quanto di seguito indicato:

- a. 20 (venti) Utenti Autorizzati;
- b. 10 (dieci) organizzazioni;
- c. programmi attivi illimitati;
- d. Interazioni di Marketing Illimitate;
- e. 100.000 Record di Database;
- f. 25 mila Eventi di Contatti 'Social Audiences' al mese;
- g. Modelli di misurazione illimitati;
- h. 400 mila Aperture di Email Insights al mese; e
- i. Anteprime di email illimitate. L'"anteprima di una email" viene registrata ogni volta che il Cliente invia un modello di email a questa funzionalità per visualizzarne l'anteprima.

I clienti possono acquistare ulteriori volumi di Record di Database e Aperture di Email Insights.

1.8 IBM Marketing Cloud Social Audiences

IBM Marketing Cloud Social Audiences fornisce ai commerciali la possibilità di indirizzare i propri clienti utilizzando i social media pagati. I clienti che acquistano i pacchetti Marketing Cloud – Standard, B2B Standard, Enterprise o B2B Enterprise sono autorizzati ad utilizzare i volumi di 'Social Audiences'. L'offerta Social Audiences può essere acquistata come prodotto a sé stante.

Nel canone dell'abbonamento per questo Servizio Cloud è incluso quanto di seguito indicato:

- Per i Clienti che hanno acquistato uno dei pacchetti IBM Marketing Cloud Standard: 5.000 Eventi di Contatti al mese.
- Per i Clienti che hanno acquistato uno dei pacchetti IBM Marketing Cloud Enterprise: 25.000 Eventi di Contatti al mese.
- I Clienti che acquistano l'offerta Social Audiences indipendentemente dalle offerte di abbonamento IBM Marketing Cloud hanno l'opzione di acquistare in livelli di Cinque (5) Mila, 25 Mila, 100 Mila, 250 Mila, 500 Mila, Un (1) Milione, Due (2) Milioni e Cinque (5) Milioni di Eventi di Contatti.

1.9 Funzionalità opzionali

1.9.1 IBM Marketing Cloud Duplicate Message Send

Offre le seguenti funzionalità agli abbonati di IBM Marketing Cloud Essentials, IBM Marketing Cloud B2B Essentials, IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud B2B Standard, IBM Marketing Cloud Enterprise e IBM Marketing Cloud B2B Enterprise. Duplicate Message Send consente ad un Cliente di IBM Marketing Cloud di ricevere copie esatte di messaggi personalizzati inviati ai propri clienti per scopi normativi, di conformità, verifica o altri scopi di tracciabilità. Duplicate Message Send al momento si applica solo alla posta elettronica. Questa offerta è disponibile come abbonamento e fornisce l'invio illimitato di messaggi duplicati.

1.9.2 IBM Marketing Cloud Unlimited Scoring

Offre le seguenti funzionalità agli abbonati di IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud B2B Standard, IBM Marketing Cloud Essentials e IBM Marketing Cloud B2B Essentials. Unlimited Scoring

offre la possibilità di aggiungere modelli di misurazione aggiuntivi oltre a quelli inclusi nel pacchetto di IBM Marketing Cloud del Cliente. Ulteriori modelli di misurazione possono essere richiesti in base alle esigenze tramite il team addetto al provisioning IBM Marketing Cloud. Ulteriori modelli possono essere implementati in numeri specifici in base all'uso più efficace della funzionalità di misurazione e in base alle esigenze del Cliente.

1.9.3 IBM Marketing Cloud Unlimited Programs

Offre le seguenti funzionalità agli abbonati di IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud B2B Standard, IBM Marketing Cloud Essentials e IBM Marketing Cloud B2B Essentials. Unlimited Programs offre la possibilità di aggiungere ulteriori programmi attivi oltre a quelli inclusi nel pacchetto di IBM Marketing Cloud del Cliente. Ulteriori programmi attivi possono essere richiesti in base alle esigenze tramite il team addetto al provisioning IBM Marketing Cloud. Ulteriori programmi possono essere implementati in numeri specifici in base all'uso efficace della funzionalità dei programmi e in base alle esigenze del Cliente.

1.9.4 IBM Marketing Cloud Additional IP Address

È il canone annuale per un indirizzo IP aggiuntivo.

1.9.5 IBM Marketing Cloud Citrix Integration

Fornisce la funzionalità del prodotto IBM Marketing Cloud da utilizzare con un'istanza dei prodotti Citrix GoToWebinar, GoToMeeting o GoToTraining. Questa integrazione importa ogni giorno la sessione di partecipanti e i dati del profilo in una Tabella Relazionale Engage. Il Cliente deve acquistare separatamente le rispettive licenze Citrix.

1.9.6 IBM Marketing Cloud CRM Integration

Consente al Cliente di stabilire una sincronizzazione dei dati tra determinati sistemi CRM (Client relationship management) disponibili commercialmente come, ad esempio, Salesforce.com, Microsoft Dynamics CRM e IBM Marketing Cloud. L'integrazione si limita ad un'istanza del sistema CRM ed un database IBM Marketing Cloud. Questa offerta non include l'integrazione con Scribe. Se questo tipo di integrazione è necessaria, utilizzare l'offerta IBM Marketing Cloud CRM Integration con l'offerta Scribe.

1.9.7 IBM Marketing Cloud CRM Integration with Scribe

Consente al Cliente di stabilire una sincronizzazione dei dati tra determinati sistemi CRM (customer relationship management) disponibili commercialmente e IBM Marketing Cloud. L'integrazione si limita ad un'istanza del sistema CRM ed un database IBM Marketing Cloud. IBM Marketing Cloud CRM Integration with Scribe si basa o integra la tecnologia di terze parti fornita da Scribe.

1.9.8 IBM Marketing Cloud Inbox Monitoring

Consente ai Clienti di effettuare una misurazione generale del traffico della casella di posta verso i grandi ISP (Internet Service Provider) e gli Inbox Provider su più regioni.

1.9.9 IBM Marketing Cloud Multi-Factor Authentication

Fornisce la funzionalità per il supporto di un codice di autenticazione come requisito di accesso secondario, in aggiunta alla combinazione nome utente e password, per consentire l'accesso all'account IBM Marketing Cloud attraverso un browser.

1.9.10 IBM Marketing Cloud Transact Magento Integration

Consente di instradare le relative email transazionali, generate da un'istanza di Magento tramite il servizio email transazionale IBM Marketing Cloud Transact. È richiesta inoltre una licenza per Magento che il Cliente deve acquistare separatamente dal fornitore.

1.9.11 IBM Marketing Cloud Web Analytics Integrations

Fornisce l'integrazione tra IBM Marketing Cloud (una Org) ed uno dei seguenti sistemi analitici web: IBM Digital Analytics o Adobe Omniture.

1.9.12 IBM Marketing Cloud WebEx Integration

Fornisce la funzionalità del prodotto IBM Marketing Cloud da utilizzare con un'istanza di Cisco WebEx. Questa integrazione importa ogni giorno la sessione di partecipanti e i dati del profilo in una Tabella Relazionale di IBM Marketing Cloud. Il Cliente deve acquistare separatamente le rispettive licenze WebEx.

1.9.13 IBM Marketing Cloud Transact – Database

Consente di fornire messaggi in tempo reale, con marchio personalizzato e transazionali uno a uno, generati da trigger presenti in e-mail, moduli web, pagine di destinazione o televendite. IBM Marketing Cloud Transact è un'architettura di invio dedicata, progettata per le esigenze uniche dei messaggi transazionali o attivati, quali ricevute, notifiche, avvisi, itinerari e così via. Può essere collegato ad un sistema in-house di messaggi di attivazione. Nel prodotto sono inclusi un indirizzo IP ed un dominio personalizzato, il tracciamento dell'invio dei link e dei messaggi, la gestione dei messaggi rifiutati e delle risposte, il tracciamento riguardante la distribuzione, l'attività e le metriche di consegna dei messaggi.

1.10 Offerte di Servizi di Setup

- **IBM Marketing Cloud Basic Onboarding Services**

È una combinazione di provisioning e formazione che è stata progettata per consentire agli utenti di configurare e utilizzare le offerte all'interno dell'offerta Marketing Cloud Standard. Questo servizio fornito in remoto offre fino a 15 ore ed è richiesto con un abbonamento iniziale all'offerta Marketing Cloud. Un consulente di servizi di 'onboarding' viene assegnato per guidare i clienti attraverso il processo di 'onboarding' che viene fornito attraverso una serie di riunioni in remoto e sessioni di formazione basate su web registrate. I servizi di 'onboarding' includono il provisioning, la configurazione e il setup, la formazione e D & R.
- **IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Services**

È un servizio di formazione progettato per consentire agli utenti di configurare e utilizzare le offerte all'interno dell'offerta IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning. Questo servizio fornito in remoto è richiesto con l'acquisto dell'offerta IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Additional Users. Un consulente dei servizi di formazione viene assegnato per guidare le organizzazioni nell'utilizzo dei report migliorati e nella personalizzazione dei dashboard attraverso una serie di riunioni in remoto e sessioni di formazione basate su web registrate. I servizi di 'onboarding' includono il provisioning, la configurazione e il setup, la formazione e D & R.
- **IBM Marketing Cloud Onboarding Services**

È una combinazione di provisioning e formazione che è stata progettata per consentire agli utenti di configurare e utilizzare le offerte all'interno del pacchetto Marketing Cloud Enterprise. Questo pacchetto di servizi fornito in remoto offre fino a 30 ore ed è richiesto con un abbonamento iniziale all'offerta Marketing Cloud. Un consulente di servizi di 'onboarding' viene assegnato per guidare i clienti attraverso il processo di 'onboarding' che viene fornito attraverso una serie di riunioni in remoto e sessioni di formazione basate su web registrate. I servizi di 'onboarding' includono il provisioning, la configurazione e il setup, la formazione e D & R.
- **IBM Marketing Cloud Mobile Onboarding Services**

È un'offerta opzionale per gli abbonati IBM Marketing Cloud che scelgono di trarre vantaggio dalla funzionalità Mobile Push. Questa offerta fornisce fino a (35) ore di servizi in remoto che comprendono attività quali il setup, la consulenza, l'implementazione iniziale delle notifiche push e il test di accettazione. Questo servizio di 'onboarding' è disponibile anche per gli abbonati Standard e B2B Standard.
- **IBM Marketing Cloud Instructor Led Training (Webinar / IBM Facility)**

Fornisce un unico giorno di formazione IBM Marketing Cloud. Ogni giorno include fino a otto ore di teoria e pratica (tra cui più pause di breve durata e un'ora di pausa per il pranzo). L'ordine del giorno può essere personalizzato per coprire gli argomenti che il Cliente desidera conoscere. Il corso di formazione viene erogato attraverso un ambiente webinar o presso una struttura IBM autorizzata.
- **IBM Marketing Cloud Instructor Led Training (On Site) Setup**

Fornisce 1 (uno) giorno di 8 ore di formazione IBM Marketing Cloud presso una struttura del Cliente. Ogni giorno include fino a otto ore di teoria e pratica (tra cui più pause di breve durata e un'ora di pausa per il pranzo). L'ordine del giorno può essere personalizzato per coprire gli argomenti che il Cliente desidera conoscere. Le spese di viaggio non sono incluse e saranno fatturate separatamente tramite l'Allegato (SOW).

- IBM Marketing Cloud Additional Domain service
 Aggiorna l'ambiente del Servizio Cloud affinché venga utilizzata un'ulteriore Identità Accreditata in aggiunta a quelle fornite con IBM Marketing Cloud.

2. Descrizione della Sicurezza

Questo Servizio Cloud si conforma ai principi IBM sulla sicurezza e riservatezza dei dati per i Servizi Cloud che sono disponibili alla pagina web <https://www.ibm.com/cloud/resourcecenter/content/80> e ad eventuali condizioni aggiuntive fornite in questo articolo. Eventuali modifiche dei principi IBM sulla sicurezza e riservatezza dei dati non avranno un impatto negativo sulla sicurezza del Servizio Cloud.

3. Service Level Agreement ("SLA")

IBM fornisce il seguente Service Level Agreement ("SLA") di disponibilità per il Servizio Cloud, come specificato nella PoE. Lo SLA non costituisce una garanzia. Lo SLA è disponibile solo per il Cliente e si applica solo per essere utilizzato negli ambienti di produzione.

3.1 Crediti di Disponibilità

Il Cliente deve inoltrare un ticket di assistenza di Severità 1 mediante l'help desk del supporto tecnico IBM, entro le 24 ore successive dal momento in cui il Cliente determina che un evento ha avuto un impatto negativo sulla disponibilità del Servizio Cloud. Il Cliente deve fornire ad IBM ragionevole assistenza nella diagnosi e risoluzione di qualsiasi problema.

La richiesta di rimedio per il ticket di assistenza per il mancato rispetto dello SLA dovrà essere inoltrata entro tre giorni lavorativi dal termine del Mese Contrattuale. Il rimborso per un reclamo valido relativo allo SLA sarà costituito da un credito di cui verrà dato atto in una fattura successiva per il Servizio Cloud in base al periodo di tempo durante il quale l'elaborazione del sistema di produzione per il Servizio Cloud non è disponibile ("Tempo di Fermo"). Il Tempo di Fermo è misurato dal momento in cui il Cliente segnala l'evento fino a quando il Servizio Cloud viene ripristinato e non include il tempo relativo ad un'interruzione pianificata o annunciata per manutenzione; cause al di fuori del controllo di IBM; problemi con i contenuti, le tecnologie, i progetti o le istruzioni del Cliente o di terzi; errori nelle configurazioni di sistema e di piattaforme non supportate o altri errori del Cliente; oppure incidenti di sicurezza causati dal Cliente o da test di sicurezza del Cliente. IBM applicherà il rimborso più elevato in base alla disponibilità cumulativa del Servizio Cloud durante ciascun mese contrattuale, come mostrato nella tabella seguente. Il rimborso totale rispetto ad un mese contrattuale non può superare il 20 per cento di un dodicesimo (1/12) del corrispettivo annuale per il Servizio Cloud.

3.2 Livelli di Servizio

Disponibilità del Servizio Cloud in un mese contrattuale

Disponibilità in un mese contrattuale	Rimborso (% del Costo* dell'abbonamento mensile per il mese contrattuale oggetto di una richiesta di rimedio)
99% – 99,949%	2%
98% – 98,999%	5%
97% – 97,999%	10%
Meno del 97,000%	20%

* Se il Cliente ha acquistato il Servizio Cloud da un Business Partner IBM, il costo dell'abbonamento mensile sarà calcolato in base al listino prezzi al momento in vigore per il Servizio Cloud attivo nel mese contrattuale che è oggetto della richiesta di rimedio, scontato del 50%. IBM applicherà uno sconto direttamente al Cliente.

La disponibilità, espressa come percentuale, viene calcolata nel seguente modo: il numero totale di minuti in un mese contrattuale, meno il numero totale di minuti del Tempo di Fermo in un mese contrattuale, diviso per il numero totale di minuti in un mese contrattuale.

Esempio: 50 minuti del Tempo di Fermo totale in un mese contrattuale

43.200 minuti totali in un mese contrattuale di 30 (trenta) giorni - 50 minuti di Tempo di Fermo = 42.150 minuti <hr style="width: 50%; margin: 10px auto;"/> 43.200 minuti totali	= 2% Credito di Disponibilità per il 99,884% di disponibilità in un mese contrattuale
---	---

4. Supporto Tecnico

Il Supporto tecnico per il Servizio Cloud viene fornito tramite email, sistemi di supporto online, chat dal vivo e telefonicamente. Il Supporto tecnico è incluso nel Servizio Cloud e non è disponibile come offerta separata.

Severità	Definizione di Severità	Obiettivi del Tempo di Risposta durante le Ore di Supporto
1	Inattività di servizio/impatto critico: La funzionalità aziendale critica non è operativa oppure l'interfaccia critica non funziona. Ciò è di solito applicabile a un ambiente di produzione e indica l'impossibilità di accedere ai servizi determinando un impatto critico sulle operazioni. Questa condizione richiede una soluzione immediata.	Entro (1) un'ora
2	Impatto aziendale significativo: Una funzionalità dei servizi o una funzione è gravemente limitata nel suo utilizzo oppure il Cliente rischia di non rispettare le scadenze aziendali.	Entro due (2) ore lavorative
3	Impatto aziendale minore: Indica che il servizio o la funzionalità è utilizzabile e non ha un impatto critico sulle operazioni.	Entro 4 ore lavorative
4	Impatto aziendale minimo: una domanda o una richiesta non tecnica.	Entro 1 giorno lavorativo

5. Informazioni sulle Titolarità e sulla Fatturazione

5.1 Calcolo dei Corrispettivi

Il Servizio Cloud è disponibile in base al calcolo dei corrispettivi specificato nel Documento d'Ordine:

- a. **Accesso** – è un'unità di misura che consente di ottenere il Servizio Cloud. Un Accesso rappresenta il diritto di utilizzare il Servizio Cloud. Il Cliente deve ottenere un'unica titolarità per l'Accesso al fine di utilizzare il Servizio Cloud durante il periodo di misurazione specificato nella PoE del Cliente o nel Documento d'Ordine.
- b. **Utente Autorizzato** – è un'unità di misura che consente di ottenere il Servizio Cloud. Il Cliente deve ottenere autorizzazioni separate, dedicate per ciascun Utente Autorizzato specifico che accede al Servizio Cloud in qualsiasi modo, direttamente o indirettamente (ad esempio: tramite un programma multiplexing, dispositivo o server applicativo) tramite qualsiasi mezzo. È necessario ottenere titolarità sufficienti a coprire il numero totale di Utenti Autorizzati ai quali è stato concesso l'accesso al Servizio Cloud durante il periodo di misurazione specificato nella PoE o nel Documento d'Ordine del Cliente.
- c. **Connessione** – è un'unità di misura che consente di ottenere il Servizio Cloud. Una Connessione è un collegamento o l'associazione di un database, un'applicazione, un server o di qualsiasi altro tipo di dispositivo per il Servizio Cloud. È necessario ottenere titolarità sufficienti a coprire il numero totale di Connessioni che sono state o vengono realizzate per il Servizio Cloud durante il periodo di misurazione specificato nella PoE del Cliente o nel Documento d'Ordine.
- d. **Record di Database** – è un'unità di misura che consente di ottenere il Servizio Cloud. Un Record di database è costituito da un insieme di campi all'interno di un database, correlati ad una singola entità ed accessibili come una singola unità. Ciascuna titolarità "Migliaia di record di database" rappresenta un migliaio di record di database. È necessario ottenere sufficienti titolarità "Migliaia di

Record di Database" a coprire il numero totale di Record di database elaborati dal Servizio Cloud durante il periodo di misurazione specificato nella PoE del Cliente o nel Documento d'Ordine.

- e. **Messaggio Elettronico** – è un'unità di misura che consente di ottenere il Servizio Cloud. Un Messaggio Elettronico è una comunicazione elettronica gestita o elaborata dal Servizio Cloud. È necessario ottenere titolarità sufficienti a coprire il numero totale di Messaggi Elettronici gestiti o elaborati dal Servizio Cloud durante il periodo di misurazione specificato nella PoE del Cliente o nel Documento d'Ordine.
- f. **Impegno** – è un'unità di misura che consente di ottenere i servizi. Un Impegno consiste in servizi professionali e/o di formazione relativi al Servizio Cloud. È necessario ottenere titolarità sufficienti a coprire ciascun Impegno.
- g. **Evento** – è un'unità di misura che consente di ottenere il Servizio Cloud. Le titolarità dell'Evento si basano sul numero di ricorrenze di un evento specifico relativo all'utilizzo del Servizio Cloud. Le titolarità dell'Evento sono specifiche del Servizio Cloud e il tipo di evento non può essere scambiato, interscambiato o aggregato con altre titolarità per Eventi di un altro Servizio Cloud o un altro tipo di evento. È necessario ottenere titolarità sufficienti a coprire tutti gli eventi che si verificano durante il periodo di misurazione specificato nel Documento d'Ordine.

Quando si acquisiscono le titolarità "Evento", quanto di seguito specificato deve essere conteggiato come un Evento:

(1) **Interazione di Marketing:**

Un'Interazione di Marketing è un punto di contatto/comunicazione in entrata o in uscita. Esempi di queste comunicazioni sono i messaggi email, i 'mobile push', i messaggi dell'applicazione di un dispositivo, i contenuti visualizzati nei browser, gli effetti sociali e i destinatari di un annuncio pubblicitario. Tali interazioni possono essere relative a visitatori anonimi o noti o ai clienti.

(2) **Apertura di Email Insights:**

Le Aperture di Email Insights vengono registrate ogni volta che il destinatario di un'email riceve una email dal Cliente e il destinatario dell'email la apre.

(3) **Contatto:**

Il Contatto è l'Evento associato mediante l'invio di un ID contatto con la funzionalità 'Social Audiences' ad una piattaforma social corrispondente.

- g. **Istanza** – è un'unità di misura che consente di ottenere il Servizio Cloud. Un'Istanza rappresenta l'accesso ad una configurazione specifica del Servizio Cloud. È necessario ottenere titolarità sufficienti per ogni Istanza del Servizio Cloud resa disponibile per accedervi e utilizzarla durante il periodo di misurazione specificato nella PoE del Cliente o nel Documento d'Ordine.

5.2 Corrispettivi di Setup

Un corrispettivo iniziale per il setup una tantum viene applicato in base alle tariffe e alle condizioni di fatturazione specificate nel Documento d'Ordine. In base all'offerta di base del Servizio Cloud selezionato, il corrispondente servizio di setup obbligatorio fornirà al Cliente l'utilizzo dell'offerta del Servizio Cloud selezionato. I servizi di setup disponibili sono i seguenti:

- IBM Marketing Cloud Basic Onboarding Services
- IBM Marketing Cloud Onboarding Services
- IBM Marketing Cloud Mobile Onboarding Services

Il seguente servizio di setup sarà addebitato in base alle tariffe e alle condizioni di fatturazione specificate nel Documento d'Ordine quando vengono ordinate le titolarità Utente Autorizzato per IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Additional Users:

- IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning Services

I servizi di setup scadono a 90 giorni dalla data in cui IBM comunica al Cliente che l'accesso al Servizio Cloud è disponibile, indipendentemente dal numero di ore utilizzate.

5.3 Corrispettivi Mensili Parziali

Un Corrispettivo Mensile Parziale così come specificato nel Documento d'Ordine può essere valutato proporzionalmente.

5.4 Corrispettivi di sovrapprezzo

Se l'utilizzo effettivo del Servizio Cloud da parte del Cliente durante il periodo di misurazione supera la titolarità per cui è autorizzato, il Cliente dovrà corrispondere un sovrapprezzo, secondo quanto stabilito nel Documento d'Ordine.

Il Cliente dovrà corrispondere l'ammontare della fattura posticipata a scadenza mensile per i corrispettivi di sovrapprezzo, in base alla tariffa di sovrapprezzo specificata nella PoE, dopo che è stato raggiunto l'aggregato totale. Tali corrispettivi di sovrapprezzo saranno esigibili in base ai corrispettivi mensili della titolarità.

Se il Periodo di Abbonamento è superiore a 12 mesi, il totale aggregato del numero di titolarità sarà calcolato su 12 periodi di misurazione mensili. Il totale aggregato sarà reimpostato su zero al termine del 12esimo periodo di misurazione mensile. I corrispettivi di sovrapprezzo per i successivi 12 periodi di misurazione mensili non saranno esigibili finché l'utilizzo effettivo dell'interazione non supererà il numero totale di interazioni autorizzate aggregato per questi 12 periodi di misurazione mensili.

Per i clienti che utilizzano i periodi di incremento, ciascun periodo viene trattato allo stesso modo del periodo di abbonamento con l'applicazione degli stessi principi.

Se il Periodo di Abbonamento è inferiore a 12 mesi o rimane un numero inferiore a 12 periodi mensili in un Periodo di Abbonamento, il numero di titolarità mensili rimanenti in un abbonamento sarà utilizzato per il numero totale di interazioni autorizzate aggregato.

a. Esempio 1:

Il Cliente ha un Abbonamento per un Periodo di 12 mesi e ha acquistato 10 ulteriori Utenti Autorizzati in base alla titolarità IBM Marketing Cloud Additional User. Se il Cliente attiva più di 10 Utenti Autorizzati prima del termine del Periodo di Abbonamento di 12 mesi, il mese successivo al Cliente verrà fatturata la quantità in eccesso e tutto l'utilizzo del mese successivo sarà fatturato con scadenza posticipata fino al termine del Periodo di Abbonamento.

b. Esempio 2:

Il Cliente ha un Abbonamento per un Periodo di tre anni e ha acquistato 10 ulteriori Utenti Autorizzati in base alla titolarità IBM Marketing Cloud Additional User. Se il Cliente attiva più di 10 Utenti Autorizzati prima del termine del periodo di 12 mesi, il mese successivo al Cliente verrà fatturata la quantità in eccesso e tutto l'utilizzo fino al termine del periodo di 12 mesi. Alla fine di ciascun periodo di 12 mesi, il calcolo dell'utilizzo sarà reimpostato. Se il Cliente attiva più di 10 Utenti Autorizzati prima del termine del periodo di 12 mesi successivi, il mese successivo al Cliente verrà fatturata la quantità in eccesso e tutto l'utilizzo dei mesi successivi sarà fatturato con scadenza posticipata fino a quando non sarà reimpostato il conteggio oppure fino al termine del Periodo di Abbonamento rimanente.

5.5 Corrispettivi 'Pay Per Use'

Il Cliente può utilizzare IBM Marketing Cloud Essentials, IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud Social Audiences e IBM Marketing Cloud Enterprise misurati in base a 1.000 Eventi, IBM Marketing Cloud B2B Essentials, IBM Marketing Cloud B2B Standard e IBM Marketing Cloud B2B Enterprise misurati in incrementi di 10.000 Record di Database e IBM Marketing Cloud Additional Email Insights Opens misurato in incrementi di 100.000 Eventi in base alla tariffa 'pay per use'. Al Cliente saranno addebitati i corrispettivi per la quantità di Eventi o Record di Database, quando applicabile, utilizzati ogni mese in base alla tariffa specificata nel Documento d'Ordine.

6. Opzioni di Durata e Rinnovo

La durata del Servizio Cloud inizia nel momento in cui IBM comunica al Cliente che l'accesso al Servizio Cloud è disponibile, così come documentato nella PoE. Nella PoE sarà specificato se il Servizio Cloud sarà rinnovato automaticamente, se procederà sulla base di un uso continuativo o se terminerà alla scadenza.

In caso di rinnovo automatico, salvo comunicazione scritta da parte del Cliente di non voler rinnovare almeno 90 (novanta) giorni prima della data di scadenza del periodo contrattuale, il Servizio Cloud sarà rinnovato automaticamente per la durata contrattuale specificata nella presente PoE.

In caso di utilizzo continuativo, il Servizio Cloud continuerà ad essere disponibile con cadenza mensile fino a quando il Cliente non fornirà una comunicazione scritta di recesso almeno 90 giorni prima della

scadenza. Il Servizio Cloud sarà disponibile fino alla fine del mese di calendario successivo a tale periodo di 90 (novanta) giorni.

7. Software di Abilitazione (Prerequisiti Software)

Il presente Servizio Cloud comprende il software di abilitazione che potrà essere utilizzato solo in associazione con l'utilizzo da parte del Cliente del Servizio Cloud e solo per la durata del periodo di abbonamento.

8. Generale

8.1 Elenco di distribuzione

Il Cliente non utilizzerà con il Servizio Cloud alcun elenco di distribuzione che contenga persone a cui non è stato concesso di essere incluse in tale elenco allo scopo di ricevere le comunicazioni da parte del Cliente, a meno che il Cliente non abbia in corso rapporti commerciali o relazioni personali con tali persone. L'utilizzo di elenchi o di dati generati tramite le procedure di marketing delle consociate è espressamente proibito in tutti i casi. Al Cliente viene richiesto di inserire un meccanismo valido di opt-out in ciascun messaggio.

8.2 Divieto di rivendita

Il Cliente non potrà rivendere o fornire l'accesso al Servizio Cloud a terze parti (che non siano i dipendenti o i fornitori che lavorano per conto del Cliente) senza una precedente autorizzazione scritta da parte di IBM.

8.3 Notifiche 'Mobile Push'

Gli Eventi di Interazioni di Marketing relativi alle notifiche 'mobile push' includono notifiche push semplici, notifiche push in-app semplici, notifiche push semplici di soli dati e notifiche di posta in arrivo. Le notifiche push semplici, le notifiche push in-app semplici e le notifiche solo push semplici vengono calcolate come un'unica Interazione di Marketing Interaction per dispositivo al momento dell'invio. Le notifiche di posta in arrivo vengono calcolate come un unico Evento di Marketing per ciascuna appkey cui vengono inviate.

Il calcolo delle Interazioni di Marketing relative alle notifiche 'mobile push' includeranno il numero di notifiche 'mobile push' inviate ai dispositivi che hanno scelto di eliminare le notifiche 'mobile push' e il numero di notifiche 'mobile push' inviate ai dispositivi dopo che l'applicazione è stata disinstallata. IBM utilizzerà periodicamente i servizi di feedback Apple e Google e aggiornerà le notifiche push inviate in base alle disinstallazioni. Il Cliente è responsabile della definizione del volume di abbonamento per le Interazioni di Marketing che include le notifiche push.

8.4 Invio Messaggi Duplicati

Invio Messaggi Duplicati è un'ulteriore funzionalità dell'abbonamento abilitata a livello di organizzazione. Un Cliente abbonato può attivare o disattivare la funzione. Gli indirizzi email inseriti dal Cliente per ricevere il messaggio duplicato saranno inseriti come indirizzi Ccn e non saranno visibili ai destinatari dell'email del Cliente. I destinatari del messaggio duplicato del Cliente sono modificabili.

Se l'email duplicata non può essere consegnata all'indirizzo email Ccn, IBM non sarà in grado di inviare nuovamente l'email duplicata.

8.5 Conservazione dei Dati

Ne Servizio Cloud è necessario che alcuni elementi di dati specifici del Servizio Cloud siano resi disponibili come segue: database (elenchi di contatti) e modelli, 450 giorni dall'ultimo utilizzo (i database e i modelli usati attivamente vengono conservati indefinitamente mentre il servizio è attivo); messaggi email, contenuti, dati delle email di tracciamento dei clic, modelli e database non utilizzati o inattivi - 450 giorni dalla data in cui viene inviato il messaggio; tracciamento web per visitatori noti o autenticati - 180 giorni; tracciamento web dei visitatori anonimi - 30 giorni (i record possono essere convertiti in "noti o autenticati" se l'identità dell'utente diventa nota entro 30 giorni); e Comportamenti universali - 180 giorni ("Periodo Conservazione dei Dati").

Tali elementi di dati possono essere rimossi dalla rete e dai sistemi IBM alla scadenza del Periodo di Conservazione dei Dati e, in qualsiasi caso, IBM potrà distruggere tutte le copie di tali elementi di dati e qualsiasi altro dato riguardante il Cliente, 30 giorni dopo l'interruzione o scadenza del Periodo di Abbonamento. Il Cliente conserverà le copie di backup di tutti i contenuti forniti per l'utilizzo nel Servizio Cloud.

8.6 Avvisi relativi ai codici di Terze Parti

Questi Servizi Cloud contengono il seguente software che non può essere utilizzato per intenti criminosi: janrain4j_1.1.0, JSON, JSON-lib-2.3, JDK15, flexjson, e packtag.

8.7 Versioni non in lingua inglese

Il Cliente comprende e accetta che per accedere e utilizzare qualsiasi versione non in lingua inglese del Servizio Cloud, potrà utilizzare la funzionalità di un partner tecnologico terzo, translations.com, al fine di tradurre l'interfaccia utente. Quando si utilizza qualsiasi versione non in lingua inglese del Servizio Cloud, l'interfaccia utente del Servizio Cloud può passare i dati del Cliente e qualsiasi contenuto accessibile attraverso l'interfaccia utente del Servizio Cloud decriptato tramite i sistemi translations.com dedicati al Servizio Cloud per lo scopo di tradurre l'interfaccia utente su richiesta del Cliente.

8.8 Servizi di Setup della Formazione eseguita dall'Istruttore

Se il Servizio di Setup della Formazione eseguita dall'Istruttore è progettato per essere eseguito presso la sede del Cliente, il Cliente è responsabile di fornire un'aula di formazione adeguata per il numero di studenti, dotata di un numero adeguato di prese di alimentazione elettrica, un proiettore ed una lavagna magnetica e/o a fogli e di connessioni agli ambienti ed ai sistemi necessari, inclusa la connettività Internet, se richiesta.

Se il Servizio di Setup della Formazione eseguita dall'Istruttore viene eseguito presso una struttura IBM, il Cliente conviene e riconosce che ad IBM sarà consentito utilizzare risorse globali (personale che lavora a qualsiasi titolo localmente e in tutto il mondo) per il provisioning del Servizio di Setup della Formazione.

8.8.1 Responsabilità del Cliente

La corretta esecuzione dei Servizi da parte di IBM dipende dalla misura in cui il Cliente gestisce ed adempie alle proprie responsabilità, come specificato di seguito, senza alcun onere per IBM. Eventuali ritardi nell'adempimento di queste responsabilità possono incidere sulla capacità di IBM di completare i Servizi di Setup della Formazione. Il Cliente provvederà a:

- a. fornire a IBM, se necessario, l'indirizzo e i dettagli dell'aula della sede di formazione;
- b. se applicabile, fornire un accesso protetto, un appropriato spazio per ufficio, arredi, mobili, connessione ad alta velocità ad Internet e altre strutture per il personale tecnico di IBM quando si trova presso la sede del Cliente; e
- c. a meno che le strutture non siano fornite da IBM, essere responsabile dell'archiviazione e deposito protetto di tutto il software e l'hardware di proprietà di IBM presso le proprie strutture e garantire che tutte le aule siano costantemente chiuse.

Accettato da:

Firma e timbro del Cliente

Data:

Ai sensi degli artt. 1341 e 1342 del Codice Civile Italiano, il Cliente accetta espressamente i seguenti articoli del presente documento: "Service Level Agreement ("SLA")"; "Crediti di Disponibilità"; "Opzioni di Durata e Rinnovo"; "Responsabilità del Cliente";

Firma e timbro del Cliente

Data: