

IBM Marketing Cloud

Ta opis storitve opisuje storitev v oblaku, ki jo IBM zagotavlja naročniku. Naročnik pomeni podjetje in njegove pooblaščne uporabnike in prejemnike storitev v oblaku. Ponudba in dokazilo o upravičenosti, ki se nanašata nanjo, sta podana v obliki ločenih transakcijskih dokumentov.

1. Storitev v oblaku

IBM Marketing Cloud digitalna trženjska platforma v oblaku, ki uporablja podatke naročnika, analitične vpoglede in ustrezne avtomatizirane interakcije prek več kanalov. Ponudba IBM Marketing Cloud vključuje naslednje pakete in storitve z rešitvami, ki se preslikajo v potrebe tržnih podjetij in poenostavijo postopek nakupa:

- IBM Marketing Cloud Essentials – tržnim podjetjem, ki obravnavajo manj podatkov, omogoča zagotavljanje personaliziranih digitalnih interakcij z večjo hitrostjo pretvorbe.
- IBM Marketing Cloud B2B Essentials – tržnim podjetjem z manjšimi bazami podatkov zagotavlja možnost zajemanja, kvalificiranja in vzpostavljanja razmerij s potencialnimi kupci.
- IBM Marketing Cloud Standard – tržnim podjetjem pomaga bolje razumeti vedenje strank in omogočiti personalizirane interakcije z večjo hitrostjo pretvorbe.
- IBM Marketing Cloud B2B Standard – tržnim podjetjem pomaga pri zajemanju, kvalificiranju in gojenju razmerij s potencialnimi strankami z namenom boljše uskladitve trženja s prodajo za večji prihodek.
- IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning – tržnim podjetjem pomaga pri pripravi obračuna in načrtovanju aplikacije, ki se poveže s sistemi za trženje, upravljanje razmerij s strankami in finance.
- IBM Marketing Cloud Enterprise - gradi na funkcijah IBM Marketing Cloud Standard s povečanjem obsega naročnine.
- IBM Marketing Cloud B2B Enterprise - gradi na funkcijah IBM Marketing Cloud B2B s povečanjem obsega naročnine.
- IBM Marketing Cloud Social Audiences - tržnikom omogoča zmožnost ciljanja na stranke prek plačanih družabnih medijev.

1.1 IBM Marketing Cloud Essentials

Naročnina za IBM Marketing Cloud Essentials nudi naslednje zmožnosti:

- Marketing Database: zbiranje obsežnih podatkov strank v enem viru in njihova uporaba za avtomatizirane kampanje in personalizirano komunikacijo.
- Segmentation: uporaba podatkov o vedenju, profilih in preferencah ter drugih podatkov za poizvedovanje in omejitev ciljnega občinstva. Izbirno je mogoče te poizvedbe segmentacije integrirati s trženjskimi strategijami za zagotavljanje izredno zanimive, personalizirane vsebine ciljnemu občinstvu.
- Content Builder: intuitivni spletni urejevalnik, ki omogoča ustvarjanje in urejanje vsebine v aplikaciji, z dostopom 'pokaži-in-klikni' do funkcij, kot so sledenje povezavam, personalizacija, dinamična vsebina in še več.
- Dynamic Content: neposredna izdelava sporočil v telesu sporočila, ki so relevantna za posamezno stranko, z uporabo intuitivnega vmesnika 'pokaži-in-klikni'.
- A/B Testing: pošiljanje preskusne e-pošte za preizkušanje vrstice zadeve, imena pošiljatelja ali elementov vsebine; ugotavljanje, kateri element ima najboljši odziv, in pošiljanje najboljše e-pošte stikom.
- Email: ustvarjanje in pošiljanje e-pošte z vsebino, ki je relevantna in zanimiva.
- Mobile Push: dostava personaliziranih sporočil z združevanjem podatkov mobilne aplikacije in obogatitve informacij o profilu uporabnika.
- Social Share: skupna raba trženjskih e-poštnih sporočil v družbenih omrežjih in izdelava podrobnih rezultatov poročila.

- Progressive Forms: zmanjšanje opustitve obrazcev in izdelava profila stika skozi čas, s progresivnimi spletnimi obrazci, ki kažejo različna vprašanja vsakič, ko stik obiše spletno mesto ali pristajalno stran.
- Digital Behavior Tracking: spremljanje, kako poteka interakcija med naročnikom in stiki prek spleta, na primer prek izračunov, klepetov v živo, družabnih gumbov in še več; uporaba teh vedenj dogodkov za spletno sledenje po meri za namen premeščanja stika v trženjski program ali model vedenjskega točkovanja.
- Landing Page: dostop 'pokaži-in-klikni' za ustvarjanje strani, značilnih za kampanjo, in spletnih obrazcev po meri.
- Behavioral Analytics: spreminjanje rezultatov e-pošte za ugotavljanje trendov in segmentov ciljnih strank; določanje segmentov strank in izbira metrike za ustvarjanje poročil z več zavijki in tabelami ter nato spreminjanje poročil z dodajanjem ali odstranjevanjem polj, spreminjanjem metrike ter razvrščanjem in razporejanjem stolpcev.
- Campaign Reports: ustvarjanje zbirnih in podrobnih informacij za poročanje o e-pošti, ki se pošilja strankam. Metrika za poročanje vključuje odprtja, pretvorbe, obogatene medije, posredovanja in dostop do podatkov o številu klikov.
- Email Insights: uporabnikom omogoča predogled videza in občutka e-pošte z več različnimi odjemalci elektronske pošte ter sledenje uporabi odjemalcev elektronske pošte v poštnih seznamih, kar pomaga optimizirati programe za elektronsko pošto za določene naprave in odjemalce elektronske pošte, ki jih naročniki uporabljajo. Aplikacija Email Insights vključuje tehnološke komponente, ki jih zagotavlja podjetje Litmus.
- Journey Designer: orodje za vizualno oblikovanje, s katerim tržniki lahko sodelujejo med seboj, zarišejo pot stranke in jo dajo v skupno rabo z ekipo.
- Universal Behavior Exchange: podporna tehnologija, s katero naročniki v oblaku IBM Marketing Cloud lahko objavljajo podatke in se naročajo na podatke integriranih aplikacij drugih ponudnikov.
- IBM Marketing Cloud Orientation je osnovni izobraževalni paket za ponudbo IBM Marketing Cloud. Zagotavlja podroben opis funkcij in zmogljivosti ponudbe Marketing Cloud ter uvod v model Customer Engagement Model. Orientacijski paket vključuje začetno naročnino za ponudbo Marketing Cloud in ga je treba dokončati pred začetkom zahtevane storitve uvajanja. Paket je na voljo kot samopostrežna ponudba ter vključuje videoposnetke in spletne posnetke.

V naročnino za to ponudbo storitev v oblaku je vključeno naslednje:

- a. pet (5) pooblaščenih uporabnikov;
- b. deset (10) aktivnih programov;
- c. 50 tisoč trženjskih interakcij mesečno za skupno 600 tisoč trženjskih interakcij, ki jih je mogoče porabiti na leto;
- d. neomejeno število zapisov baze podatkov;
- e. ena (1) organizacija;
- f. deset (10) tisoč vpogledov odpiranj e-pošte mesečno; in
- g. neomejeno število predogledov e-pošte. 'Predogled e-pošte' je zabeležen vsakič, ko naročnik tej funkciji predloži predlogo e-pošte v predogled.

Naročniki lahko pridobijo dodatne količine uporabnikov, trženjskih interakcij in odpiranj Email Insights

1.2 IBM Marketing Cloud B2B Essentials

IBM Marketing Cloud B2B Essentials tržnim podjetjem z manjšimi bazami podatkov zagotavlja možnost zajemanja, kvalificiranja in gojenja razmerij s potencialnimi kupci. Ta ponudba je na voljo na podlagi naročnine in plačila glede na uporabo. Ta ponudba storitve v oblaku vključuje naslednje funkcije:

- Vse funkcije v okviru ponudbe IBM Marketing Cloud Essentials
- Avtomatizacija trženja
- Lead Nurturing: ustvarjanje trženjskih kampanj prek graditelja vizualnih kampanj; pošiljanje avtomatiziranih sporočil ali vnos v program za gojenje razmerij s potencialnimi kupci, ko se potencialni kupec usmeri na neko trženjsko pot ali izvede določeno dejanje.

- Single Scoring Model: razvrščanje strank in možnih kupcev na podlagi kriterijev nakupovanja, demografskih podatkov in vedenja, kot so obiski spletnih mest, pošiljanje obrazcev in interakcija prek sporočil, ali na podlagi časovnih komponent, vključno s kratko časovno oddaljenostjo in pogostostjo. Na osnovi točkovanja funkcije avtomatiziranega trženja preusmerijo stranke in možne kupce v ustrezno nadaljnjo obravnavo.
- Customer Relationship Management (CRM) Integration: integracija s sistemi za upravljanje odnosov s strankami (CRM) drugih ponudnikov, kot so Salesforce.com, Microsoft Dynamics CRM in Sugar CRM.

V naročnino za to ponudbo storitev v oblaku je vključeno naslednje:

- a. pet (5) pooblaščenih uporabnikov;
- b. deset (10) aktivnih programov;
- c. en (1) model točkovanja;
- d. neomejeno število trženjskih interakcij;
- e. 10.000 zapisov baze podatkov;
- f. ena (1) organizacija;
- g. deset (10) tisoč vpogledov odpiranj e-pošte mesečno; in
- h. neomejeno število predogledov e-pošte. 'Predogled e-pošte' je zabeležen vsakič, ko naročnik tej funkciji predloži predlogo e-pošte v predogled.

Naročniki lahko pridobijo dodatne količine uporabnikov, zapisov baze podatkov in odpiranj Email Insights.

1.3 IBM Marketing Cloud Standard

Naročnina za IBM Marketing Cloud Standard nudi naslednje zmožnosti:

- Marketing Database: zbiranje obsežnih podatkov strank v enem viru in njihova uporaba za avtomatizirane kampanje in personalizirano komunikacijo.
- Segmentation: uporaba podatkov o vedenju, profilih in preferencah ter drugih podatkov za poizvedovanje in omejitve ciljnega občinstva. Izbirno je mogoče te poizvedbe segmentacije integrirati s trženjskimi strategijami za zagotavljanje izredno zanimive, personalizirane vsebine ciljnemu občinstvu.
- Content Builder: intuitivni spletni urejevalnik, ki omogoča ustvarjanje in urejanje vsebine v aplikaciji, z dostopom 'pokaži-in-klikni' do funkcij, kot so sledenje povezavam, personalizacija, dinamična vsebina in še več.
- Dynamic Content: neposredna izdelava sporočil v telesu sporočila, ki so relevantna za posamezno stranko, z uporabo intuitivnega vmesnika 'pokaži-in-klikni'.
- A/B Testing: pošiljanje preskusne e-pošte za preizkušanje vrstice zadeve, imena pošiljatelja ali elementov vsebine; ugotavljanje, kateri element ima najboljši odziv, in pošiljanje najboljše e-pošte stikom.
- Email: ustvarjanje in pošiljanje e-pošte z vsebino, ki je relevantna in zanimiva.
- Mobile Push: dostava personaliziranih sporočil z združevanjem podatkov mobilne aplikacije in obogatenih informacij o profilu uporabnika.
- Social Share: skupna raba trženjskih e-poštnih sporočil v družbenih omrežjih in izdelava podrobnih rezultatov sporočila.
- Progressive Forms: zmanjšanje opustitve obrazcev in izdelava profila stika skozi čas, s progresivnimi spletnimi obrazci, ki kažejo različna vprašanja vsakič, ko stik obiše spletno mesto ali pristajalno stran.
- Digital Behavior Tracking: spremljanje, kako poteka interakcija med naročnikom in stiki prek spleta, na primer prek izračunov, klepetov v živo, družabnih gumbov in še več; uporaba teh vedenj dogodkov za spletno sledenje po meri za namen premeščanja stika v trženjski program ali model vedenjskega točkovanja.
- Landing Page: dostop 'pokaži-in-klikni' za ustvarjanje strani, značilnih za kampanjo, in spletnih obrazcev po meri.

- Behavioral Analytics: spreminjanje rezultatov e-pošte za ugotavljanje trendov in segmentov ciljnih strank; določanje segmentov strank in izbira metrike za ustvarjanje poročil z več zavihki in tabelami ter nato spreminjanje poročil z dodajanjem ali odstranjevanjem polj, spreminjanjem metrike ter razvrščanjem in razporejanjem stolpcev.
- Campaign Reports: ustvarjanje zbirnih in podrobnih informacij za poročanje o e-pošti, ki se pošilja strankam. Metrika za poročanje vključuje odprtja, pretvorbe, obogatene medije, posredovanja in dostop do podatkov o številu klikov.
- Email Insights: uporabnikom omogoča predogled videza in občutka e-pošte z več različnimi odjemalci elektronske pošte ter sledenje uporabi odjemalcev elektronske pošte v poštnih seznamih, kar pomaga optimizirati programe za elektronsko pošto za določene naprave in odjemalce elektronske pošte, ki jih naročniki uporabljajo. Aplikacija Email Insights vključuje tehnološke komponente, ki jih zagotavlja podjetje Litmus.
- Journey Designer: orodje za vizualno oblikovanje, s katerim tržniki lahko sodelujejo med seboj, zarišejo pot stranke in jo dajo v skupno rabo z ekipo.
- Universal Behavior Exchange: podporna tehnologija, s katero naročniki v oblaku IBM Marketing Cloud lahko objavljajo podatke in se naročajo na podatke integriranih aplikacij drugih ponudnikov.
- Social Audiences: aplikacija za trženje prek družabnih medijev, s katero naročniki za namene oglaševanja pri določenem ali sorodnem občinstvu lahko pošiljajo oglase za določena občinstva in sorodne oglase v omrežja družabnih medijev.
- IBM Marketing Cloud Orientation: osnovni izobraževalni paket za ponudbo IBM Marketing Cloud. Zagotavlja podroben opis funkcij in zmogljivosti ponudbe Marketing Cloud ter uvod v model Customer Engagement Model. Orientacijski paket vključuje začetno naročnino za ponudbo Marketing Cloud in ga je treba dokončati pred začetkom zahtevane storitve uvajanja. Paket je na voljo kot samopostrežna ponudba ter vključuje videoposnetke in spletne posnetke.

V naročnino za storitev v oblaku je vključeno naslednje:

- a. Deset (10) pooblaščenih uporabnikov na organizacijo;
- b. Pet (5) organizacij;
- c. Dvajset (20) aktivnih programov;
- d. en (1) model točkovanja;
- e. dvesto petdeset (250) tisoč trženjskih interakcij mesečno za skupno tri (3) milijone trženjskih interakcij, ki jih je mogoče porabiti na leto;
- f. neomejeno število zapisov baze podatkov;
- g. pet (5) tisoč dogodkov stika Social Audiences mesečno;
- h. dvesto (200) tisoč odpiranj Email Insights mesečno; in
- i. neomejeno število predogledov e-pošte. 'Predogled e-pošte' je zabeležen vsakič, ko naročnik tej funkciji predloži predlogo e-pošte v predogled.

Naročniki lahko pridobijo dodatne količine uporabnikov, trženjskih interakcij in odpiranj Email Insights.

1.4 IBM Marketing Cloud B2B Standard

Naročnina za IBM Marketing Cloud B2B Standard nudi naslednje zmožnosti:

- Vse funkcije v okviru ponudbe IBM Marketing Cloud Standard
- Avtomatizacija trženja
- Lead Nurturing: ustvarjanje trženjskih kampanj prek graditelja vizualnih kampanj; pošiljanje avtomatiziranih sporočil ali vnos v program za gojenje razmerij s potencialnimi kupci, ko se potencialni kupec usmeri na neko trženjsko pot ali izvede določeno dejanje.
- Single Scoring Model: razvrščanje strank in možnih kupcev na podlagi kriterijev nakupovanja, demografskih podatkov in vedenja, kot so obiski spletnih mest, pošiljanje obrazcev in interakcija prek sporočil, ali na podlagi časovnih komponent, vključno s kratko časovno oddaljenostjo in pogostostjo. Na osnovi točkovanja funkcije avtomatiziranega trženja preusmerijo stranke in možne kupce v ustrezno nadaljnjo obravnavo.

- Customer Relationship Management (CRM) Integration: integracija s sistemi za upravljanje odnosov s strankami (CRM) drugih ponudnikov, kot so Salesforce.com, Microsoft Dynamics CRM in Sugar CRM.

V naročnino za storitev v oblaku je vključeno naslednje:

- Deset (10) pooblaščenih uporabnikov na organizacijo;
- Pet (5) organizacij;
- Dvajset (20) aktivnih programov;
- pet (5) modelov točkovanja;
- neomejeno število trženjskih interakcij;
- petdeset (50) tisoč zapisov baze podatkov;
- pet (5) tisoč dogodkov stika Social Audiences mesečno;
- dvesto (200) tisoč odpiranj Email Insights mesečno; in
- neomejeno število predogledov e-pošte. 'Predogled e-pošte' je zabeležen vsakič, ko naročnik tej funkciji predloži predlogo e-pošte v predogled.

Naročniki lahko pridobijo dodatne količine uporabnikov, zapisov baze podatkov in odpiranj Email Insights.

1.5 IBM Marketing Cloud – Načrtovanje proračuna in stroškov

IBM-ovo storitev IBM Marketing Cloud – Načrtovanje proračuna in stroškov poganja Allocadia, IBM-ov zunanji partner, in jo je mogoče kupiti kot samostojni produkt za uporabo s storitvami Marketing Cloud Standard, Marketing B2B Standard, Marketing Cloud Enterprise, Marketing Cloud B2B Enterprise, IBM Silverpop Engage ali IBM Campaign. Funkcije vključujejo:

- Načrtovanje: ustvarjanje in skupna raba načrtov za usklajitev poslovne strategije, napoved donosnosti naložbe ali predvidevanje vpliva na prihodek.
- Načrtovanje proračuna: ustvarjanje in upravljanje globalnih proračunov v poljubni valuti brez nerodnih, nepovezanih preglednic (na globalni/regionalni ravni ali usmerjeno v produkt).
- Zmogljivost: vizualizacija, analiza in optimizacija porabe; sprejemanje pametnejših odločitev pri povezovanju načrtov in proračunov s podatki CRM ter finančnimi in trženjskimi podatki.

V naročnino za storitev v oblaku je vključeno naslednje:

- pet (5) pooblaščenih uporabnikov; in
- en (1) spojnik.

Naročnik lahko kupi IBM-ovo storitev Marketing Cloud Budget and Expense Planning Additional Users, če zahteva dodatne pooblaščene uporabnike, izven okvira, ki je zagotovljen z osnovno storitvijo. Če naročnik potrebuje dodatne spojnike za uporabo z osnovno storitvijo, lahko kupi ponudbo IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning Additional Connector.

1.6 IBM Marketing Cloud Enterprise

Ta paket temelji na zmogljivostih, ponujenih v paketu Standard. Paket Enterprise vključuje pooblastilo za zmogljivosti načrtovanja in načrtovanja proračuna s tehnologijo Allocadia. Vključuje tudi zmogljivosti upravljanja odnosov s strankami (CRM). Naročniki v paketu Enterprise prejmejo dodatne pooblaščene uporabnike in količine za večjo uporabo za avtomatizacijo programov, točkovanje in aplikacijo Email Insights. Naročniki v okviru paketa Enterprise prav tako prejmejo več trženjskih interakcij.

V naročnino za storitev v oblaku je vključeno naslednje:

- dvajset (20) pooblaščenih uporabnikov na organizacijo;
- deset (10) organizacij;
- neomejeno število aktivnih programov;
- neomejeno število zapisov baze podatkov;
- sedemsto petdeset (750) tisoč trženjskih interakcij mesečno za skupno devet (9) milijonov trženjskih interakcij, ki jih je mogoče porabiti na leto;
- petindvajset (25) tisoč dogodkov stika Social Audiences mesečno;
- neomejeno število modelov točkovanja;

- h. štiristo (400) tisoč odpiranj Email Insights mesečno; in
- i. neomejeno število predogledov e-pošte. 'Predogled e-pošte' je zabeležen vsakič, ko naročnik tej funkciji predloži predlogo e-pošte v predogled.

Naročniki lahko pridobijo dodatne količine uporabnikov, trženjskih interakcij in odpiranj Email Insights.

1.7 IBM Marketing Cloud B2B Enterprise

Ta paket temelji na zmogljivostih, ponujenih v paketu B2B Standard. Paket B2B Enterprise vključuje pooblastilo za zmogljivosti načrtovanja in načrtovanja proračuna s tehnologijo Allocadia. Naročniki v paketu B2B Enterprise prejmejo dodatne pooblaščen uporabnike in količine za večjo uporabo za avtomatizacijo programov, točkovanje in aplikacijo Email Insights. Naročniki v okviru paketa B2B Enterprise prav tako prejmejo več zapisov baze podatkov.

V naročnino za storitev v oblaku je vključeno naslednje:

- a. dvajset (20) pooblaščenih uporabnikov;
- b. deset (10) organizacij;
- c. neomejeno število aktivnih programov;
- d. neomejeno število trženjskih interakcij;
- e. sto (100.000) tisoč zapisov baze podatkov;
- f. petindvajset (25) tisoč dogodkov stika Social Audiences mesečno;
- g. neomejeno število modelov točkovanja;
- h. štiristo (400) tisoč odpiranj Email Insights mesečno; in
- i. neomejeno število predogledov e-pošte. 'Predogled e-pošte' je zabeležen vsakič, ko naročnik tej funkciji predloži predlogo e-pošte v predogled.

Naročniki lahko pridobijo dodatne količine zapisov baze podatkov in odpiranj Email Insights.

1.8 IBM Marketing Cloud Social Audiences

IBM Marketing Cloud Social Audiences tržnikom zagotavlja možnost ciljnega oglaševanja za stranke prek plačljivih družabnih medijev. Naročniki, ki pridobijo pakete Marketing Cloud – Standard, B2B Standard, Enterprise ali B2B Enterprise so upravičeni do količin za uporabo ponudbe Social Audiences. Ponudbo Social Audiences je mogoče pridobiti tudi kot samostojni izdelek.

V naročnino za storitev v oblaku je vključeno naslednje:

- Za naročnike, ki so pridobili enega od paketov IBM Marketing Cloud Standard: pet (5) tisoč dogodkov stika mesečno.
- Za naročnike, ki so pridobili enega od paketov IBM Marketing Cloud Enterprise: petindvajset (25) tisoč dogodkov stika mesečno.
- Naročniki, ki so ponudbo Social Audiences pridobili neodvisno od naročnine na ponudbe IBM Marketing Cloud, imajo možnost pridobiti dogodke stika v stopnjah po pet (5) tisoč, petindvajset (25) tisoč, sto (100) tisoč, dvesto petdeset (250) tisoč, petsto (500) tisoč, en (1) milijon, dva (2) milijona in pet (5) milijonov dogodkov stika.

1.9 Izbirne funkcije

1.9.1 IBM Marketing Cloud - pošiljanje podvojenih sporočil

Naročnikom na storitve IBM Marketing Cloud Essentials, IBM Marketing Cloud B2B Essentials, IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud B2B Standard, IBM Marketing Cloud Enterprise in IBM Marketing Cloud B2B Enterprise zagotavlja naslednje zmožnosti. Funkcija pošiljanja podvojenih sporočil naročniku na ponudbe IBM Marketing Cloud omogoča prejemanje popolnoma enakih kopij prilagojenih sporočil, ki jih je poslal svojim strankam za odobritve, preverjanja skladnosti, nadzorovanje ali druge vrste sledenja. Funkcija pošiljanja podvojenih sporočil trenutno velja le za e-poštna sporočila. Ta ponudba je na voljo v obliki naročnine in zagotavlja neomejeno pošiljanje podvojenih sporočil.

1.9.2 IBM Marketing Cloud Unlimited Scoring

Naročnikom na storitve IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud B2B Standard, IBM Marketing Cloud Essentials in IBM Marketing Cloud B2B Essentials zagotavlja naslednje zmožnosti. Unlimited Scoring zagotavlja zmožnost dodajanja dodatnih modelov točkovanja poleg tistih, ki so že vključeni v naročnikov paket storitve IBM Marketing Cloud. Naročnik lahko po potrebi zahteva dodatne

modele točkovanja tako, da se obrne na ekipo za omogočanje storitve IBM Marketing Cloud. Razmeščenih bo toliko dodatnih modelov, da bo uporaba funkcije točkovanja najbolj učinkovita in se zadovoljijo naročnikove potrebe.

1.9.3 IBM Marketing Cloud Unlimited Programs

Naročnikom na storitve IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud B2B Standard, IBM Marketing Cloud Essentials in IBM Marketing Cloud B2B Essentials zagotavlja naslednje zmožnosti. Unlimited Programs zagotavlja zmožnost dodajanja dodatnih aktivnih programov poleg tistih, ki so že vključeni v naročnikov paket storitve IBM Marketing Cloud. Naročnik lahko po potrebi zahteva dodatne aktivne programe tako, da se obrne na ekipo za omogočanje storitve IBM Marketing Cloud. Razmeščenih bo toliko dodatnih programov, da bo uporaba funkcije programov najbolj učinkovita in se zadovoljijo naročnikove potrebe.

1.9.4 IBM Marketing Cloud Additional IP Address

je letni znesek za dodatni IP-naslov.

1.9.5 IBM Marketing Cloud Citrix Integration

produktu IBM Marketing Cloud zagotavlja funkcionalnost za uporabo z enim primerkom produktov Citrix GoToWebinar, GoToMeeting ali GoToTraining. S to integracijo dnevno uvaža sejo in profilne podatke udeleženca v relacijske tabele produkta Engage. Naročnik mora licenco za Citrix kupiti posebej.

1.9.6 IBM Marketing Cloud CRM Integration

naročniku omogoča sinhronizacijo podatkov med nekaterimi komercialno dostopnimi sistemi za vodenje odnosov s strankami (CRM), kot so Salesforce.com, Microsoft Dynamics CRM in IBM Marketing Cloud. Integracija je omejena na en primerek sistema CRM in eno bazo podatkov storitve IBM Marketing Cloud. Ta ponudba ne vključuje integracije s programsko opremo Scribe. Če je potrebna ta vrsta integracije, je treba uporabiti ponudbo IBM Marketing Cloud CRM Integration with Scribe.

1.9.7 IBM Marketing Cloud CRM Integration with Scribe

naročniku omogoča sinhronizacijo podatkov med nekaterimi komercialno dostopnimi sistemi za vodenje odnosov s strankami (CRM) in storitvijo IBM Marketing Cloud. Integracija je omejena na en primerek sistema CRM in eno bazo podatkov storitve IBM Marketing Cloud. IBM Marketing Cloud CRM Integration with Scribe se naslanja na tehnologijo drugih ponudnikov, ki jo ponuja programska oprema Scribe, oziroma vključuje takšno tehnologijo.

1.9.8 IBM Marketing Cloud Inbox Monitoring

naročnikom omogoča merjenje splošne dostave v e-poštni nabiralnik na naslove velikih ponudnikov internetnih storitev (ISP-jev) in ponudnikov e-poštnih nabiralnikov v različnih regijah.

1.9.9 IBM Marketing Cloud Multi-Factor Authentication

zagotavlja funkcije, ki podpirajo uporabo kode za overjanje kot druge zahteve ob prijavi, poleg kombinacije uporabnikovega uporabniškega imena in gesla, s čimer zagotovi dostop do računa storitve IBM Marketing Cloud prek spletnega brskalnika.

1.9.10 IBM Marketing Cloud Transact Magento Integration

omogoča usmerjanje pomembne transakcijske e-pošte, ki jo ustvari primerek produkta Magento, prek storitev transakcijske e-pošte storitve IBM Marketing Cloud Transact. Zahtevana je tudi licenca za Magento, ki jo mora naročnik pri dobavitelju kupiti posebej.

1.9.11 IBM Marketing Cloud Web Analytics Integrations

omogoča integracijo med storitvijo IBM Marketing Cloud (ena organizacija) in enim od naslednjih sistemov za spletno analitiko: IBM Digital Analytics ali Adobe Omniture.

1.9.12 IBM Marketing Cloud WebEx Integration

produktu IBM Marketing Cloud zagotavlja funkcionalnost za uporabo z enim primerkom produkta Cisco WebEx. S to integracijo dnevno uvaža sejo in profilne podatke udeleženca v relacijske tabele storitve IBM Marketing Cloud. Naročnik mora licenco za WebEx kupiti posebej.

1.9.13 IBM Marketing Cloud Transact – Database

zagotavlja zmožnost dostavljanja transakcijskih sporočil v realnem času, prilagojenih blagovni znamki in namenjenih individualni komunikaciji, ki jih generirajo prožilniki v e-poštnih sporočilih, spletnih obrazcih, pristajalnih straneh ali teleprodaji. IBM Marketing Cloud Transact je namenska arhitektura za pošiljanje,

zasnovana posebej za edinstvene potrebe transakcijskih ali proženih sporočil, kot so računi, obvestila, opozorila, itinerarji itd. Lahko se jo poveže z internim sistemom, ki trenutno proži sporočila. Skupaj s produktom je zagotovljen IP-naslov in domena po meri, sledenje povezav in sporočil, upravljanje nedostavljene e-pošte in odgovorov ter sledenje distribucije sporočil, aktivnosti in metrike dostave.

1.10 Ponudbe storitve nastavitve

- **IBM Marketing Cloud Basic Onboarding Services**
je kombinacija omogočanja uporabe in usposabljanja, ki uporabnikom omogoča konfiguracijo in uporabo ponudb v okviru ponudbe Marketing Cloud Standard. Ta storitev zagotavlja do 15 ur oddaljenih storitev in se zahteva z začetno naročnino za ponudbo Marketing Cloud. Naročnikom je dodeljen svetovalec za uvajanje, ki jih vodi skozi postopek uvajanja s pomočjo številnih oddaljenih sestankov in posnetkov sej spletnega učenja. Storitve uvajanja vključujejo zagotavljanje, konfiguracijo in nastavitve, usposabljanje ter vprašanja in odgovore.
- **IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Services**
je storitev usposabljanja, ki uporabnikom omogoča konfiguracijo in uporabo ponudb v okviru ponudbe IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning. Ta storitev, ki je na voljo oddaljeno, se zahteva ob nakupu ponudbe IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Additional Users. Organizacijam je dodeljen svetovalec za usposabljanje, ki jim pomaga pri uporabi izboljšane prilagoditve poročil in nadzorne plošče s pomočjo številnih oddaljenih sestankov in posnetkov sej učenja prek spleta. Storitve uvajanja vključujejo zagotavljanje, konfiguracijo in nastavitve, usposabljanje ter vprašanja in odgovore.
- **IBM Marketing Cloud Onboarding Services**
je kombinacija omogočanja uporabe in usposabljanja, ki uporabnikom omogoča konfiguracijo in uporabo ponudb v okviru paketa Marketing Cloud Enterprise. Ta paket storitev zagotavlja do 30 ur oddaljenih storitev in se zahteva z začetno naročnino za ponudbo Marketing Cloud Enterprise. Naročnikom je dodeljen svetovalec za uvajanje, ki jih vodi skozi postopek uvajanja s pomočjo številnih oddaljenih sestankov in posnetkov sej spletnega učenja. Storitve uvajanja vključujejo zagotavljanje, konfiguracijo in nastavitve, usposabljanje ter vprašanja in odgovore.
- **IBM Marketing Cloud Mobile Onboarding Services**
je izbirna ponudba za naročnike na storitev IBM Marketing Cloud, ki se odločijo za uporabo funkcije Mobile Push. Ta ponudba zagotavlja največ petintrideset (35) ur oddaljenih storitev, ki vključujejo dejavnosti, kot so nastavitve, svetovanje in začetna implementacija potisnega obveščanja in preizkus sprejemljivosti. Ta storitev uvajanja je na voljo tudi naročnikom Standard in B2B Standard.
- **IBM Marketing Cloud Instructor Led Training (Webinar / IBM Facility)**
zagotavlja en dan usposabljanja za storitev IBM Marketing Cloud. Posamezen dan vključuje do osem ur predavanj in prakse (vključno z več kratkimi premori in enournim premorom za kosilo). Dnevni red je mogoče prilagoditi tako, da zajema teme, ki naročnika zanimajo. Usposabljanje se izvaja prek okolja spletnega seminarja ali na lokaciji, ki jo odobri IBM.
- **IBM Marketing Cloud Instructor Led Training (On Site) Setup**
8 ur v enem (1) dnevu zagotavlja usposabljanje za storitev IBM Marketing Cloud v prostorih naročnika. Posamezen dan vključuje do osem ur predavanj in prakse (vključno z več kratkimi premori in enournim premorom za kosilo). Dnevni red je mogoče prilagoditi tako, da zajema teme, ki naročnika zanimajo. Potni stroški niso vključeni in bodo zaračunani ločeno v dogovoru o obsegu del.
- **Storitev IBM Marketing Cloud Additional Domain**
Posodobi okolje Cloud Service tako, da lahko uporablja dodatno identiteto ugleda poleg količine, ki jo zagotavlja IBM Marketing Cloud.

2. Opis zaščite

Ta storitev v oblaku je v skladu z IBM-ovimi načeli glede zaščite podatkov in zasebnosti za storitve v oblaku, ki so na voljo na spletnem mestu <https://www.ibm.com/cloud/resourcecenter/content/80>, in vsemi drugimi določili v tem razdelku. Morebitne spremembe v IBM-ovih načelih glede varnosti in zasebnosti podatkov ne bodo zmanjšale zaščite storitev v oblaku.

3. Pogodba o ravni storitev

IBM za storitev v oblaku zagotavlja naslednjo pogodbo o ravni storitev za razpoložljivost ("SLA"), kot je navedeno v dokazilu o upravičenosti. Pogodba o ravni storitev ne zagotavlja jamstva. Pogodba o ravni storitev je na voljo samo naročniku in velja samo za uporabo v produkcijskih okoljih.

3.1 Dobropisi za razpoložljivost

Za uveljavljanje zahtevka mora naročnik pri IBM-ovi službi za tehnično podporo vložiti prijavo za podporo ravni resnosti 1, in sicer v 24 urah od trenutka, ko naročnik ugotovi, da je dogodek vplival na njegovo uporabo storitve v oblaku. Naročnik mora razumno pomagati IBM-u pri kakršnikoli diagnozi in razreševanju težav.

Naročnik mora predložiti prijavo za podporo zaradi neizpolnjevanja pogodbe o ravni storitev v treh delovnih dneh po koncu pogodbenega meseca. Nadomestilo za upravičen zahtevek na podlagi pogodbe o ravni storitev (SLA) bo priznано kot dobropis pri naslednjem računu za storitev v oblaku na podlagi obdobja, v katerem obdelovanje produkcijskega sistema za storitev v oblaku ni na voljo ("nerazpoložljivost"). Nerazpoložljivost se meri od trenutka, ko je naročnik poročal o dogodku, do trenutka, ko je bilo obnovljeno delovanje storitev v oblaku, in ne vključuje časa izpada zaradi načrtovanega ali napovedanega vzdrževanja; zaradi vzrokov, ki so zunaj IBM-ovega nadzora; zaradi težav z vsebino, tehnologijo, zasnovano ali navodili naročnika ali tretje osebe; zaradi nepodprtih sistemskih konfiguracij in platform ali zaradi drugih napak naročnika; ali zaradi varnostnega incidenta, ki ga je povzročil naročnik ali naročnikovo preizkušanje varnosti. IBM bo uporabil najvišje veljavno nadomestilo na podlagi zbirne razpoložljivosti storitev v oblaku v vsakem pogodbenem mesecu, kot je prikazano v spodnji tabeli. Celotno nadomestilo z upoštevanjem vseh pogodbenih mesecev ne sme presežati 20 odstotkov ene dvanajstine (1/12) letnih stroškov za storitev v oblaku.

3.2 Ravni storitve

Razpoložljivost storitve v oblaku v pogodbenem mesecu

Razpoložljivost v pogodbenem mesecu	Nadomestilo (odstotek mesečne naročnine* za pogodbeni mesec, na katerega se nanaša zahtevek)
99 %–99,949 %	2 %
98 %–98,999 %	5 %
97 %–97,999 %	10 %
Manj kot 97,000 %	20 %

*Če je naročnik storitve v oblaku pridobil od IBM-ovega poslovnega partnerja, se mesečna naročnina izračuna na podlagi takrat veljavne cene za storitve v oblaku, ki velja za pogodbeni mesec, na katerega se nanaša zahtevek, pri čemer bo upoštevan 50-odstotni popust. IBM bo rabat omogočil neposredno naročniku.

Razpoložljivost, izražena v odstotkih, se izračuna kot: (a) skupno število minut v pogodbenem mesecu, zmanjšano za (b) skupno število minut nerazpoložljivosti v pogodbenem mesecu, deljeno s (c) skupnim številom minut v pogodbenem mesecu.

Primer: skupaj 50 minut nerazpoložljivosti v pogodbenem mesecu

Skupaj 43.200 minut v 30-dnevnem pogodbenem mesecu - 50 minut nerazpoložljivosti = 42.150 minut	= 2-odstotni dobropis za razpoložljivost za 99,884 % razpoložljivost v pogodbenem mesecu
Skupaj 43.200 minut	

4. Tehnična podpora

Tehnična podpora za storitve v oblaku je na voljo prek e-pošte, spletnega sistema za podporo, klepeta v živo in telefona. Tehnična podpora je ponujena v okviru storitve v oblaku in ni na voljo kot ločena ponudba.

Resnost	Definicija resnosti	Ciljni odzivni časi med urami podpore
1	Odločilen vpliv na poslovanje/izpad storitve: Nedelovanje funkcije, ki je kritičnega pomena za poslovanje, ali izpad kritičnega vmesnika. To običajno velja za produkcijsko okolje in pomeni nezmožnost dostopanja do storitev, kar ima odločilen vpliv na delovanje. To stanje zahteva takojšnjo rešitev.	V roku 1 ure
2	Velik vpliv na poslovanje: Uporaba lastnosti ali funkcije storitve je zelo omejena oz. za naročnika obstaja nevarnost, da bo zamudil poslovne roke.	V roku 2 delovnih ur
3	Manjši vpliv na poslovanje: Označuje, da je storitev ali funkcijo mogoče uporabljati in nima odločilnega vpliva na operacije.	V roku 4 delovnih ur
4	Minimalen vpliv na poslovanje: Poizvedba ali netehnična zahteva.	V roku 1 delovnega dne

5. Pooblastila in informacije o zaračunavanju

5.1 Metrike zaračunavanja

Storitev v oblaku je na voljo v skladu z naslednjo metriko zaračunavanja, ki je določena v transakcijskem dokumentu:

- a. **Dostop** je merska enota, na podlagi katere je mogoče pridobiti storitev v oblaku. Dostop je pravica do uporabe ponudbe storitev v oblaku. Naročnik mora pridobiti eno samo pooblastilo, da lahko v obdobju merjenja, navedenem v naročnikovem dokazilu o upravičenosti ali transakcijskem dokumentu, uporablja storitve v oblaku.
- b. **Pooblaščen uporabnik** je merska enota, na podlagi katere je mogoče pridobiti storitev v oblaku. Naročnik mora pridobiti ločena, namenska pooblastila za vsakega edinstvenega pooblaščenega uporabnika, ki se mu omogoči dostop do storitve v oblaku na katerikoli način prek kateregakoli sredstva, posredno ali neposredno (na primer prek programa za multipleksiranje, naprave ali aplikacijskega strežnika). Naročnik mora pridobiti zadostna pooblastila, da z njimi pokrije število pooblaščenih uporabnikov, ki se jim omogoči dostop do storitev v oblaku tekom obdobja merjenja, opredeljenega v naročnikovem potrdilu o upravičenosti ali transakcijskem dokumentu.
- c. **Povezava** je merska enota, na podlagi katere je mogoče pridobiti storitve v oblaku. Povezava je povezava ali povezanost baze podatkov, aplikacije, strežnika ali kateregakoli drugega tipa naprave s storitvami v oblaku. Naročnik mora pridobiti zadostno število pooblastil, da z njimi pokrije število povezav, ki so bile vzpostavljene ali so vzpostavljene s storitvami v oblaku med obdobjem merjenja, določenem v naročnikovem dokazilu o upravičenosti ali transakcijskem dokumentu.
- d. **Zapis baze podatkov** je merska enota, na podlagi katere je mogoče pridobiti storitve v oblaku. Zapis baze podatkov je zbirka polj v bazi podatkov, ki se nanašajo na eno samo entiteto, in do katere je mogoče dostopati kot do ene same enote. Vsako pooblastilo tisoč zapisov baze podatkov predstavlja tisoč zapisov baze podatkov. Naročnik mora pridobiti zadostna pooblastila za tisoč zapisov baze podatkov, ki jih ponudba storitve v oblaku upravlja ali obdeluje v obdobju merjenja, navedenem v naročnikovem dokazilu o upravičenosti ali transakcijskem dokumentu.
- e. **Digitalno sporočilo** je merska enota, na podlagi katere je mogoče pridobiti storitev v oblaku. Digitalno sporočilo je elektronska komunikacija, ki jo upravlja ali obdeluje storitev v oblaku. Naročnik mora pridobiti zadostna pooblastila, da z njimi pokrije skupno število digitalnih sporočil, ki jih storitev v oblaku upravlja ali obdeluje v obdobju merjenja, navedenem v naročnikovem dokazilu o upravičenosti ali transakcijskem dokumentu.
- f. **Sodelovanje** je merska enota, na podlagi katere je mogoče pridobiti storitve. Sodelovanje je sestavljeno iz profesionalnih storitev in/ali storitev usposabljanja, povezanih s storitvami v oblaku. Naročnik mora pridobiti zadostna pooblastila za vsa sodelovanja.
- g. **Dogodek** je merska enota, na podlagi katere je mogoče pridobiti storitve v oblaku. Pooblastila za dogodke so osnovana na številu pojavov določenega dogodka, ki je povezan z uporabo storitev v oblaku. Pooblastila za dogodke veljajo za storitve v oblaku in vrste dogodka ni mogoče menjati, izmenjati ali združiti z drugimi pooblastili za dogodke druge storitve v oblaku ali vrste dogodka.

Naročnik mora pridobiti zadostno število pooblastil, da z njimi pokrije vse dogodke, do katerih pride v obdobju merjenja, navedenem v naročnikovem dokazilu o upravičenosti ali transakcijskem dokumentu.

Pri pridobivanju pooblastil dogodkov se kot dogodek šteje naslednje:

(1) Marketinška interakcija:

Trženjska interakcija je dohodna ali odhodna stična točka/komunikacija. Primeri takšne komunikacije so e-poštno sporočilo, mobilno potisno obvestilo, sporočilo aplikacije naprave, vsebina v brskalnikih, družabni vtis in cilj oglasa. Ti so lahko povezani z anonimnimi ali znanimi obiskovalci ali strankami.

(2) Vpogledi odpiranj e-pošte:

'Vpogled odpiranj e-pošte' je registriran vsakič, ko prejemnik prejme e-pošto od naročnika in prejemnik odpre elektronsko sporočilo.

(3) Stik:

Stik je dogodek, povezan s pošiljanjem ID-ja stika v ustrezno družabno platformo prek funkcije Social Audiences.

- g. **Primerek** je merska enota, na podlagi katere je mogoče pridobiti storitev v oblaku. Primerek je dostop do določene konfiguracije storitve v oblaku. Naročnik mora pridobiti zadostna pooblastila za vsak primerek ponudbe storitve v oblaku, ki je na voljo v obdobju merjenja, navedenem v naročnikovem dokazilu o upravičenosti ali transakcijskem dokumentu.

5.2 Stroški nastavitve

Strošek začetne enkratne nastavitve se določi na podlagi cen in določb glede zaračunavanja, navedenih v transakcijskem dokumentu. Na osnovi izbrane osnovne ponudbe storitev v oblaku bo ustrezna obvezna storitev nastavitve naročniku omogočala uporabo izbrane ponudbe storitev v oblaku. Na voljo so naslednje storitve nastavitve:

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

Za naslednjo storitev nastavitve veljajo cene in določbe glede zaračunavanja, navedene v transakcijskem dokumentu ob naročilu pooblastil pooblaščenega uporabnika za IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Additional Users:

- IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning Services

Vse storitve nastavitve se iztečejo v 90 dneh od datuma, ko IBM naročnika obvesti, da je dostop do storitve v oblaku na voljo, ne glede na to, ali so bile porabljene vse ure.

5.3 Delni mesečni stroški

Delni mesečni strošek, kot je naveden v transakcijskem dokumentu, se lahko oceni na podlagi sorazmernega deleža.

5.4 Zaračunavanje presežkov

Če naročnikova dejanska uporaba storitev v oblaku med obdobjem merjenja presega pooblastila, navedena v dokazilu o upravičenosti, se naročniku zaračuna presežek, kot je navedeno v transakcijskem dokumentu.

Naročniku bodo zaračunani stroški za presežke za nazaj vsak mesec po ceni za presežke, navedeni v dokazilu o upravičenosti, ko bo prvič dosežen skupni zbir. Takšni presežki zapadejo v plačilo poleg osnovnega mesečnega stroška za pooblastila.

Če je naročniško obdobje daljše od 12 mesecev, temelji zbirno skupno število pooblastil na 12 mesečnih obdobjih merjenja. Zbirno skupno število bo po 12 mesečnem obdobju merjenja ponastavljeno na nič. Stroški presežka za naslednjih 12 mesečnih obdobjih merjenja bodo v plačilo zapadli šele, ko bo dejanska poraba interakcij preseгла skupno število pooblaščenih interakcij v zbirni obliki za takšnih 12 mesečnih obdobjih merjenja.

Pri naročnikih, ki izkoriščajo obdobja spodbujanja povečevanja odziva strank, se vsako obdobje obravnava na enak način kot naročniško obdobje in veljajo enaka načela.

Če je naročniško obdobje krajše od 12 mesecev ali v naročniškem obdobju ostane manj kot 12 mesečnih obdobj, bo število preostalih mesečnih pooblastil v naročnini uporabljeno za skupno število pooblaščenih interakcij v zbirni obliki.

a. 1. primer:

Naročnik ima 12-mesečno naročniško obdobje in je pridobil 10 dodatnih pooblaščenih uporabnikov v okviru pooblastila IBM Marketing Cloud Additional User. Če naročnik pred koncem 12-mesečnega naročniškega obdobja omogoči več kot 10 pooblaščenih uporabnikov, mu bo naslednji mesec izstavljen račun za presežno količino in v naslednjih mesecih do konca naročniškega obdobja bo vsa poraba zaračunana za nazaj.

b. 2. primer:

Naročnik ima triletno naročniško obdobje in je pridobil 10 dodatnih pooblaščenih uporabnikov v okviru pooblastila IBM Marketing Cloud Additional User. Če naročnik pred koncem prvega 12-mesečnega obdobja omogoči več kot 10 pooblaščenih uporabnikov, mu bo naslednji mesec izstavljen račun za presežno količino in vso porabo do konca 12-mesečnega obdobja. Na koncu vsakega 12-mesečnega obdobja bo števec porabe ponastavljen. Če naročnik pred koncem naslednjega 12-mesečnega obdobja omogoči več kot 10 pooblaščenih uporabnikov, mu bo v naslednjem mesecu izstavljen račun za presežno količino in vsa poraba v naslednjih mesecih bo zaračunana za nazaj, dokler števec porabe ne bo ponastavljen oziroma dokler ne poteče preostali del naročniškega obdobja.

5.5 Stroški na podlagi uporabe

Naročniku se uporaba naslednjih ponudb obračuna glede na uporabo, pri čemer se uporaba ponudb IBM Marketing Cloud Essentials, IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud Social Audiences in IBM Marketing Cloud Enterprise meri na podlagi 1000 dogodkov, uporaba ponudb IBM Marketing Cloud B2B Essentials, IBM Marketing Cloud B2B Standard in IBM Marketing Cloud B2B Enterprise se meri v prirastkih po 10.000 zapisov baze podatkov in uporaba ponudbe IBM Marketing Cloud Additional Email Insights Opens se meri v prirastkih po 100.000 dogodkov. Naročniku se zaračuna količina dogodkov ali zapisov baze podatkov, kot je primerno, ki jo porabi vsak mesec, in sicer po ceniku, navedenem v transakcijskem dokumentu.

6. Obdobje trajanja in možnosti podaljšanja

Obdobje trajanja storitev v oblaku se začne na datum, ko IBM naročnika obvesti, da ima dostop do storitev v oblaku, opisanih v dokazilu o upravičenosti. V dokazilu o upravičenosti bo navedeno, ali se storitve v oblaku podaljšajo samodejno, se nadaljujejo na podlagi neprekinjene uporabe ali se končajo ob izteku naročniškega obdobja.

Na podlagi samodejnega podaljšanja se bo naročnina na storitve v oblaku samodejno podaljševala v okviru naročniškega obdobja, navedenega v dokazilu o upravičenosti, razen če naročnik posreduje pisno obvestilo o prenehanju podaljšanja najmanj 90 dni pred iztekom naročniškega obdobja.

Za neprekinjeno uporabo bodo storitve v oblaku še naprej na voljo mesec za mesecem, dokler naročnik pisno ne odpove storitve z 90-dnevnim odpovednim rokom. Po izteku takšnega 90-dnevnega obdobja bodo storitve v oblaku na voljo še do konca koledarskega meseca.

7. Podporna programska oprema

Te storitve v oblaku vključujejo podporno programsko opremo, ki se jo sme uporabljati le v povezavi z naročnikovo uporabo storitev v oblaku in le v času trajanja storitev v oblaku.

8. Splošno

8.1 Distribucijski sezname

Naročnik v storitvi v oblaku ne bo uporabljal nobenih distribucijskih seznamov, ki bi vključevali osebe, ki niso dale soglasja za vključitev na takšen seznam za namen prejemanja komunikacij specifično od naročnika, razen če naročnik ima obstoječe poslovno ali osebno razmerje s takšnimi osebami. Uporaba seznamov ali podatkov, ki so bili generirani s pridruženimi trženjskimi praksami, je v vseh primerih izrecno prepovedana. Naročnik mora v vsakem sporočilu vključiti veljaven mehanizem za izključitev iz seznama.

8.2 Nadaljnja prodaja ni dovoljena

Naročnik ne bo nadalje prodal storitve v oblaku ali zagotovil tretjim osebam (razen zaposlenim ali podizvajalcem, ki delajo v imenu naročnika) dostopa do storitve v oblaku brez IBM-ovega predhodnega pisnega soglasja.

8.3 Mobilna potisna sporočila

Dogodki marketinških interakcij, vezani na mobilna potisna obvestila, vključujejo preprosta potisna obvestila, preprosta potisna obvestila v aplikacijah, preprosta potisna obvestila zgolj s podatki in obvestila nabiralnika. Preprosta potisna obvestila, preprosta potisna obvestila v aplikacijah in preprosta potisna obvestila zgolj s podatki se štejejo kot ena trženjska interakcija na napravo ob času pošiljanja. Obvestila za nabiralnik se štejejo kot ena trženjska interakcija za vsak ključ aplikacije, v katero so poslana.

Izračun trženjskih interakcij, povezanih z mobilnimi potisnimi obvestili, vključuje število mobilnih potisnih obvestil, poslanih v naprave z nastavljenim izklopom prejetanja potisnih obvestil in število mobilnih potisnih obvestil, poslanih v naprave po odstranitvi aplikacije. IBM bo redno uporabljal storitve povratnih informacij Apple in Google ter bo posodabljal potisna obvestila, poslana glede na odstranitve namestitvev. Naročnik je odgovoren za določanje količine naročnin za trženjske interakcije, ki vključujejo potisna obvestila.

8.4 Pošiljanje podvojenih sporočil

Pošiljanje podvojenih sporočil je dodatna naročniška funkcija, omogočena na ravni organizacije. Naročnik lahko funkcijo vklopi ali izklopi. E-poštni naslov, ki jih naročnik vnese za pošiljanje podvojenih sporočil, se dodajo v polje Bcc in prejemnikom e-pošte niso vidni. Prejemnike podvojenih e-poštnih sporočil je mogoče zamenjati.

Če podvojenega e-poštnega sporočila ni mogoče dostaviti na naslov v polju Bcc, IBM ne bo mogel poslati podvojenega e-poštnega sporočila.

8.5 Hranjenje podatkov

Določeni podatkovni elementi ponudbe storitve v oblaku bodo v okviru ponudbe storitve v oblaku na voljo na naslednji način: baze podatkov (sezname stikov) in predloge – 450 dni od zadnje uporabe (baze podatkov in predloge, ki se redno uporabljajo, se hranijo za nedoločen čas, ko je storitev dejavna); e-poštna sporočila, vsebina, podatki, ki sledijo klikom e-poštnih sporočil, ter baze podatkov in predloge, ki niso v uporabi ali niso dejavne – 450 dni od datuma poslanega sporočila; spletno sledenje za poznane ali pooblaščen obiskovalce - 180 dni; spletno sledenje za anonimne obiskovalce - 30 dni (zapise je mogoče pretvoriti v zapis "poznani ali pooblaščen", če je identiteta obiskovalca razkrita v teh 30 dneh); in univerzalna vedenja - 180 dni ("obdobje hranjenja podatkov").

Ti podatkovni elementi se lahko odstranijo iz IBM-ovega omrežja in sistemov, ko obdobje hranjenja podatkov izteče; v vsakem primeru IBM lahko uniči vse kopije teh podatkovnih elementov in morebitne druge naročnikove podatke po tridesetih (30) dneh od prekinitve ali izteka naročniškega obdobja. Naročnik bo obdržal vse varnostne kopije celotne vsebine, zagotovljene za uporabo v povezavi s storitvijo v oblaku.

8.6 Obvestila glede programske kode drugih ponudnikov

Te storitve v oblaku vključujejo naslednjo programsko opremo, ki ne sme biti uporabljena za zlonamerna dejanja: janrain4j_1.1.0, JSON, JSON-lib-2.3, JDK15, flexjson in packtag.

8.7 Različice, ki niso v angleškem jeziku

Naročnik razume in soglaša, da sta dostop do in uporaba različic ponudbe storitve v oblaku v drugem jeziku kot angleščini lahko odvisna od funkcionalnosti zunanjega tehnološkega partnerja, translations.com, ki zagotavlja prevajanje uporabniškega vmesnika. Ob uporabi druge jezikovne različice ponudbe storitve v oblaku lahko uporabniški vmesnik ponudbe storitve v oblaku posreduje nešifrirane naročnikove podatke in vsebino, dostopno prek uporabniškega vmesnika storitve v oblaku, v sisteme translations.com, dodeljene za ponudbo storitve v oblaku in prevajanje uporabniškega vmesnika na naročnikovo zahtevo.

8.8 Storitve nastavitve usposabljanja pod vodstvom predavatelja

Če je storitev nastavitve usposabljanja pod vodstvom predavatelja zasnovana za izvajanje na lokaciji naročnika, mora naročnik zagotoviti primerno sobo za usposabljanje za določeno število udeležencev, vključno z zadostnim številom vtičnic, grafoskopom in tablo in/ali tablo s papirjem ter povezljivost do potrebnih sistemov in okolij, vključno z internetno povezavo, če je to potrebno.

Če se storitev nastavitve usposabljanja pod vodstvom predavatelja izvaja v IBM-ovih prostorih, naročnik razume in potrjuje, da ima IBM dovoljenje za uporabo globalnih virov (lokalnih rezidentov brez stalnega prebivališča in osebja po vsem svetu) za zagotavljanje storitve nastavitve usposabljanja.

8.8.1 Naročnikove odgovornosti

IBM-ova učinkovitost je odvisna od naročnikovega upravljanja in izpolnjevanja dolžnosti, kot je opisano spodaj, brez stroškov za IBM. Kakršnakoli zamuda pri opravljanju teh dolžnosti lahko vpliva na IBM-ovo zmožnost dokončanja storitev nastavitve usposabljanja. Naročnik bo:

- a. IBM-u zagotovi naslov in podrobnosti o učilnici na lokaciji usposabljanja (razen če to zagotovi IBM);
- b. če je to ustrezno, bo naročnik za IBM-ovo osebje med delom v prostorih naročnika zagotovil varen dostop, primeren poslovni prostor, pisarniški material, pohištvo, hitro povezavo s spletom in druge pripomočke; ter
- c. če IBM ne zagotovi prostorov, je naročnik odgovoren za varno shranjevanje vse strojne in programske opreme, ki je v lasti IBM-a, ko se ta nahaja v prostorih naročnika, zagotoviti mora tudi, da so predavalnice ves čas zaklenjene.