

IBM Marketing Cloud

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

1. 雲端服務

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

- IBM Marketing Cloud Essentials 可讓行銷人員以較低容量需求，產生較高轉換率之個人化數位互動。
- IBM Marketing Cloud B2B Essentials 可讓行銷人員以較小資料庫擷取潛在顧客、限定其資格及培育潛在顧客。
- IBM Marketing Cloud Standard - 有助於行銷人員更充分的瞭解客戶行為，並以更高的對話率提供個人化互動。
- IBM Marketing Cloud B2B Standard - 有助於行銷人員擷取潛在顧客、限定其資格及培育潛在顧客，以配合銷售額改善行銷方式，進而增加收益。
- IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning - 有助於行銷人員使用應用程式連接至行銷系統、客戶關係管理系統及財務系統，進行預算之運用及計劃之擬定。
- IBM Marketing Cloud Enterprise - 以含有增加訂用容量之 IBM Marketing Cloud Standard 之特性建置而成。
- IBM Marketing Cloud B2B Enterprise - 以含有增加訂用容量之 IBM Marketing Cloud B2B 之特性建置而成。
- IBM Marketing Cloud Social Audiences - 可供行銷人員將目標鎖定在使用付費社群媒體之客戶。

1.1 IBM Marketing Cloud Essentials

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

- 行銷資料庫：蒐集單一來源中之綜合性客戶資料，並運用該等資料推動自動化行銷活動及個人化溝通。
- 區隔：利用行為、基本資料設定檔、喜好設定資料及其他項目，查詢目標讀者並縮小其範圍。此外，亦可選擇將前項區隔查詢與行銷策略整合，進而為 貴客戶之目標讀者提供高度引人注目之個人化內容。
- 內容建置器：一種直覺式 Web 型編輯器，可讓 貴客戶利用點按方式功能存取如鏈結追蹤、個人化、動態內容等功能，在應用程式中建立及編輯內容。
- 動態內容：使用直覺式點按方式介面，直接在訊息內文中建立每位客戶之相關及特定訊息。
- A/B 測試：傳送測試電子郵件，從名稱或內容元素測試主旨行；找出具有最佳回應之元件，再將效能最佳之電子郵件傳送給聯絡人。
- 電子郵件：建立及傳送含有相關及引人注目之內容之電子郵件。
- 行動式推送：將行動式應用程式資料與內容豐富之客戶基本資料設定檔資訊結合，以遞送個人化訊息。
- 社群共用：在社群網站上共用電子郵件行銷訊息，並產生詳細報告結果。
- 漸進式表單：使用漸進式 Web 表單，每當接觸對象造訪網站或登入網頁時均顯示不同問題，藉此隨時減少表單棄用並建置接觸對象基本資料設定檔。
- 數位行為追蹤：監視接觸對象如何在線上藉由使用計算機、即時會談、社群按鈕及其他方式與 貴客戶互動。進而利用前項客製 Web 追蹤事件行為，將接觸對象移至行銷方案或行為評分模型。

- 登入頁面：以點按存取之方式，建立行銷活動專屬網頁及客製 Web 表單。
- 行為分析：操作郵寄結果，以識別趨勢及目標客戶區段；定義客戶區段及選取度量值，以建立跨標籤及跨表格之報告，進而藉由新增或移除欄位、變更度量值及進行欄排序等方式操作報告。
- 行銷活動報告：建立有關傳送予客戶之累計詳細報告資訊。報告度量值包括開啟、轉換、複合式多媒體、轉遞及點選串流資料存取。
- **Email Insights**：可讓使用者透過多個不同電子郵件用戶預覽郵寄之外觀與操作方式；透過郵寄清單追蹤電子郵件用戶之使用量，以利於依據客戶所使用之特定裝置與電子郵件用戶，優化電子郵件程式。**Email Insights** 包含由 **Litmus** 提供之技術元件。
- **Journey Designer**：一種視覺化設計工具，可讓各行銷人員協同安排客戶體驗之旅，並將其分享給各小組。
- **Universal Behavior Exchange**：一種啟用技術，可讓客戶在 **IBM Marketing Cloud** 內公開資料，並訂用來自整合型第三人應用程式之資料。
- **IBM Marketing Cloud Orientation** 係為 **IBM Marketing Cloud** 之基礎教育套件。此套件提供 **Marketing Cloud** 特性與功能之高階說明，以及 **Customer Engagement Model** 之簡介。方向套件包含於 **Marketing Cloud** 之起始訂閱，並應於開始執行必要之上線服務前完成。此套件係以自助式供應項目遞送，且包含視訊及 Web 型錄音。

本「雲端服務」供應項目之訂用費用包括下列項目：

- 五 (5) 位授權使用者；
- 十 (10) 個作用中程式；
- 每月 5 萬次「行銷互動」，一年耗用量總數以 60 萬次「行銷互動」為限；
- 無限制資料庫記錄；
- 一 (1) 個組織；
- 每月 1 萬項 **Email Insights** 開啟；及
- 無限制電子郵件預覽。每當「客戶」將電子郵件範本提交至此特性以供預覽時，便會登錄一項「電子郵件預覽」。

「客戶」亦得購買額外數量之「使用者」、「行銷互動」及「**Email Insights** 開啟」

1.2 IBM Marketing Cloud B2B Essentials

IBM Marketing Cloud B2B Essentials 可讓行銷人員以較小資料庫擷取潛在顧客、限定其資格及培育潛在顧客。本供應項目係以「訂用」及「依使用付款」為依據而提供。「雲端服務」包括下列特性：

- **IBM Marketing Cloud Essentials** 供應項目內之一切特性
- 行銷自動化
- 潛在顧客培育：透過視覺化建置器建立行銷活動；於潛在顧客遞送或執行某一動作時傳送自動化訊息或接受培育方案。
- 單一評分模型：依據購買準則、個人背景資訊及行為（例如：網站造訪次數、表單提交及訊息互動或準時型要素，包括新近性與頻率），對客戶與潛在客戶進行評分。行銷自動化特性會依據評分遞送客戶與潛在客戶，以利進行適當之延續作業。
- 客戶關係管理 (CRM) 整合：與第三人 CRM 系統整合，包括 **Salesforce.com**、**Microsoft Dynamics CRM** 及 **Sugar CRM** 等系統。

本「雲端服務」供應項目之訂用費用包括下列項目：

- 五 (5) 位授權使用者；
- 十 (10) 個作用中程式；
- 一 (1) 個評分模型；
- 無限制行銷互動；
- 10,000 筆資料庫記錄；

- f. 一 (1) 個組織；
 - g. 每月 1 萬項 Email Insights 開啟；及
 - h. 無限制電子郵件預覽。每當「客戶」將電子郵件範本提交至此特性以供預覽時，便會登錄一項「電子郵件預覽」。
- 「客戶」亦得購買額外數量之「使用者」、「資料庫記錄」及「Email Insights 開啟」。

1.3 IBM Marketing Cloud Standard

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

- 行銷資料庫：蒐集單一來源中之綜合性客戶資料，並運用該等資料推動自動化行銷活動及個人化溝通。
- 區隔：利用行為、基本資料設定檔、喜好設定資料及其他項目，查詢目標讀者並縮小其範圍。此外，亦可選擇將前項區隔查詢與行銷策略整合，進而為 貴客戶之目標讀者提供高度引人注目之個人化內容。
- 內容建置器：一種直覺式 Web 型編輯器，可讓 貴客戶利用點按方式功能存取如鏈結追蹤、個人化、動態內容等功能，在應用程式中建立及編輯內容。
- 動態內容：使用直覺式點按方式介面，直接在訊息內文中建立每位客戶之相關及特定訊息。
- A/B 測試：傳送測試電子郵件，從名稱或內容元素測試主旨行；找出具有最佳回應之元件，再將效能最佳之電子郵件傳送給聯絡人。
- 電子郵件：建立及傳送含有相關及引人注目之內容之電子郵件。
- 行動式推送：將行動式應用程式資料與內容豐富之客戶基本資料設定檔資訊結合，以遞送個人化訊息。
- 社群共用：在社群網站上共用電子郵件行銷訊息，並產生詳細報告結果。
- 漸進式表單：使用漸進式 Web 表單，每當接觸對象造訪網站或登入網頁時均顯示不同問題，藉此隨時減少表單棄用並建置接觸對象基本資料設定檔。
- 數位行為追蹤：監視接觸對象如何在線上藉由使用計算機、即時會談、社群按鈕及其他方式與 貴客戶互動。進而利用前項客製 Web 追蹤事件行為，將接觸對象移至行銷方案或行為評分模型。
- 登入頁面：以點按存取之方式，建立行銷活動專屬網頁及客製 Web 表單。
- 行為分析：操作郵寄結果，以識別趨勢及目標客戶區段；定義客戶區段及選取度量值，以建立跨標籤及跨表格之報告，進而藉由新增或移除欄位、變更度量值及進行欄排序等方式操作報告。
- 行銷活動報告：建立有關傳送予客戶之累計詳細報告資訊。報告度量值包括開啟、轉換、複合式多媒體、轉遞及點選串流資料存取。
- Email Insights：可讓使用者透過多個不同電子郵件用戶預覽郵寄之外觀與操作方式；透過郵寄清單追蹤電子郵件用戶之使用量，以利於依據客戶所使用之特定裝置與電子郵件用戶，優化電子郵件程式。Email Insights 包含由 Litmus 提供之技術元件。
- Journey Designer：一種視覺化設計工具，可讓各行銷人員協同安排客戶體驗之旅，並將其分享給各小組。
- Universal Behavior Exchange：一種啟用技術，可讓客戶在 IBM Marketing Cloud 內公開資料，並訂用來自整合型第三人應用程式之資料。
- Social Audiences：一種社群媒體應用程式，可讓客戶將特定觀眾及相關廣告傳送至社群媒體網路，以對該等特定觀眾或其類似觀眾進行行銷。
- IBM Marketing Cloud Orientation：IBM Marketing Cloud 之基礎教育套件。此套件提供 Marketing Cloud 特性與功能之高階說明，以及 Customer Engagement Model 之簡介。方向套件包含於 Marketing Cloud 之起始訂閱，並應於開始執行必要之上線服務前完成。此套件係以自助式供應項目遞送，且包含視訊及 Web 型錄音。

本「雲端服務」之訂用費用包括下列項目：

- a. 每一組織十 (10) 位授權使用者；
- b. 五 (5) 個組織；
- c. 二十 (20) 個作用中程式；
- d. 一 (1) 個評分模型；
- e. 每月 25 萬次「行銷互動」，一年耗用量總數以 3 百萬次「行銷互動」為限；
- f. 無限制資料庫記錄；
- g. 每月 5 千個「社群觀眾聯絡事件」；
- h. 每月 20 萬項 Email Insights 開啟；及
- i. 無限制電子郵件預覽。每當「客戶」將電子郵件範本提交至此特性以供預覽時，便會登錄一項「電子郵件預覽」。

「客戶」亦得購買額外數量之「使用者」、「行銷互動」及「Email Insights 開啟」。

1.4 IBM Marketing Cloud B2B Standard

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

- IBM Marketing Cloud Standard 供應項目內之一切特性
- 行銷自動化
- 潛在顧客培育：透過視覺化建置器建立行銷活動；於潛在顧客遞送或執行某一動作時傳送自動化訊息或接受培育方案。
- 單一評分模型：依據購買準則、個人背景資訊及行為（例如：網站造訪次數、表單提交及訊息互動或準時型要素，包括新近性與頻率），對客戶與潛在客戶進行評分。行銷自動化特性會依據評分遞送客戶與潛在客戶，以利進行適當之延續作業。
- 客戶關係管理 (CRM) 整合：與第三人 CRM 系統整合，包括 Salesforce.com、Microsoft Dynamics CRM 及 Sugar CRM 等系統。

本「雲端服務」之訂用費用包括下列項目：

- a. 每一組織十 (10) 位授權使用者；
- b. 五 (5) 個組織；
- c. 二十 (20) 個作用中程式；
- d. 五 (5) 個評分模型；
- e. 無限制行銷互動；
- f. 50,000 筆資料庫記錄；
- g. 每月 5 千個「社群觀眾聯絡事件」；
- h. 每月 20 萬項 Email Insights 開啟；及
- i. 無限制電子郵件預覽。每當「客戶」將電子郵件範本提交至此特性以供預覽時，便會登錄一項「電子郵件預覽」。

「客戶」亦得購買額外數量之「使用者」、「資料庫記錄」及「Email Insights 開啟」。

1.5 IBM Marketing Cloud - Budget and Expense Planning

IBM Marketing Cloud - Budget and Expense Planning 由 IBM 第三人夥伴 Allocadia 供應，得以獨立式產品購買之，亦得於購買此供應項目後，搭配 Marketing Cloud Standard、Marketing B2B Standard、Marketing Cloud Enterprise、Marketing Cloud B2B Enterprise、IBM Silverpop Engage 或 IBM Campaign 一併使用。該等特性包括：

- 規劃：建立及共用計劃，以配合公司策略、預測投資報酬率及預估收益影響。

- 預算作業：在不使用麻煩的斷線模式試算表（不問全球性、區域性或產品導向）之情形下，建立及管理採用任何貨幣之全球預算。
- 效能：視覺化、分析及優化開銷；在將計劃與預算連接至 CRM、財務及行銷等資料時作出更有智慧之決策。

本「雲端服務」之訂用費用包括下列項目：

- 五 (5) 位授權使用者；及
- 一 (1) 個連接器

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

1.6 IBM Marketing Cloud Enterprise

本套件係以 Standard 套件中所提供之功能建置而成。Enterprise 套件包含 Allocadia 所供應規劃與預算控管功能之授權。此外，該套件亦提供客戶關係管理 (CRM) 功能。訂用者在 Enterprise 套件中可獲得額外「授權使用者」，並可獲得程式自動化、評分及 Email Insights 等項目之增加用量。訂用者亦可獲得更多「行銷互動」，以作為 Enterprise 套件之一部分。

本「雲端服務」之訂用費用包括下列項目：

- 每一組織二十 (20) 位授權使用者；
- 十 (10) 個組織；
- 無限制作用中程式；
- 無限制資料庫記錄；
- 每月 75 萬次「行銷互動」，一年耗用量總數以 9 百萬次「行銷互動」為限；
- 每月 2 萬 5 千個「社群觀眾聯絡事件」；
- 無限制評分模型；
- 每月 40 萬項 Email Insights 開啟；及
- 無限制電子郵件預覽。每當「客戶」將電子郵件範本提交至此特性以供預覽時，便會登錄一項「電子郵件預覽」。

「客戶」亦得購買額外數量之「使用者」、「行銷互動」及「Email Insights 開啟」。

1.7 IBM Marketing Cloud B2B Enterprise

本套件係以 B2B Standard 套件中所提供之功能建置而成。B2B Enterprise 套件包含 Allocadia 所供應規劃與預算控管功能之授權。訂用者在 B2B Enterprise 套件中可獲得額外「授權使用者」，並可獲得程式自動化、評分及 Email Insights 等項目之增加用量。訂用者亦可獲得更多資料庫記錄，以作為 B2B Enterprise 套件之一部分。

本「雲端服務」之訂用費用包括下列項目：

- 二十 (20) 位授權使用者；
- 十 (10) 個組織；
- 無限制作用中程式；
- 無限制行銷互動；
- 100,000 筆資料庫記錄；
- 每月 2 萬 5 千個「社群觀眾聯絡事件」；
- 無限制評分模型；
- 每月 40 萬項 Email Insights 開啟；及
- 無限制電子郵件預覽。每當「客戶」將電子郵件範本提交至此特性以供預覽時，便會登錄一項「電子郵件預覽」。

「客戶」亦得購買額外數量之「資料庫記錄」及「Email Insights 開啟」。

1.8 IBM Marketing Cloud Social Audiences

IBM Marketing Cloud Social Audiences 可供行銷人員將目標鎖定在使用付費社群媒體之客戶。購買 Marketing Cloud 套件 (Standard、B2B Standard、Enterprise 或 B2B Enterprise) 之客戶，享有 Social Audiences 使用容量授權。Social Audiences 亦得以獨立式產品購買之。

本「雲端服務」之訂用費用包括下列項目：

- 如係為已購買其中一個 IBM Marketing Cloud Standard 套件之「客戶」：每月 5,000 個「聯絡事件」。
- 如係為已購買其中一個 IBM Marketing Cloud Enterprise 套件之「客戶」：每月 25,000 個「聯絡事件」。
- 與 IBM Marketing Cloud 訂用供應項目分開購買 Social Audiences 供應項目之「客戶」，得選購下列層級：5 千個、2 萬 5 千個、10 萬位、25 萬個、50 萬個、1 百萬個、2 百萬個及 5 百萬個「聯絡事件」。

1.9 選用特性

1.9.1 IBM Marketing Cloud Duplicate Message Send

為 IBM Marketing Cloud Essentials、IBM Marketing Cloud B2B Essentials、IBM Marketing Cloud Standard、IBM Marketing Cloud B2B Standard、IBM Marketing Cloud Enterprise 及 IBM Marketing Cloud B2B Enterprise 之訂用者提供下列功能。Duplicate Message Send 允許 IBM Marketing Cloud Client 基於法規、法規遵循、審核或其他追蹤目的，而收受與傳送予其客戶之個人化訊息完全相同之複本。Duplicate Message Send 目前僅適用於電子郵件。本供應項目以訂用項目提供，並提供無限制複製訊息傳送。

1.9.2 IBM Marketing Cloud Unlimited Scoring

為 IBM Marketing Cloud Standard、IBM Marketing Cloud B2B Standard、IBM Marketing Cloud Essentials 及 IBM Marketing Cloud B2B Essentials 之訂用者提供下列功能。Unlimited Scoring 可供使用者新增客戶之 IBM Marketing Cloud 套件所含評分模型以外之額外評分模型。如有必要，可向 IBM Marketing Cloud 供應小組索取額外評分模型。額外模型之部署，將依評分特性最大效用及客戶需求，以特定數量為之。

1.9.3 IBM Marketing Cloud Unlimited Programs

為 IBM Marketing Cloud Standard、IBM Marketing Cloud B2B Standard、IBM Marketing Cloud Essentials 及 IBM Marketing Cloud B2B Essentials 之訂用者提供下列功能。Unlimited Programs 可供使用者新增客戶之 IBM Marketing Cloud 套件所含作用中程式以外之額外作用中程式。如有必要，可向 IBM Marketing Cloud 供應小組索取額外作用中程式。額外程式之部署，將依程式特性最大效用及客戶需求，以特定數量為之。

1.9.4 IBM Marketing Cloud Additional IP Address

係為一個額外 IP 位址之年費。

1.9.5 IBM Marketing Cloud Citrix Integration

提供用以搭配一個 Citrix GoToWebinar、GoToMeeting 或 GoToTraining 產品實例使用之 IBM Marketing Cloud 產品功能。此項整合係以每日為週期，將與會者階段作業與基本資料設定檔資料匯入 Engage 關聯式表格。「客戶」必須另外購買其 Citrix 授權。

1.9.6 IBM Marketing Cloud CRM Integration

可讓「客戶」建立若干商用「客戶」關係管理 (CRM) 系統 (例如：Salesforce.com、Microsoft Dynamics CRM 及 IBM Marketing Cloud) 間之資料同步。此項整合以一個 CRM 系統實例及一個 IBM Marketing Cloud 資料庫為限。本供應項目不包含與 Scribe 之整合。如需該類型之整合，則應使用 IBM Marketing Cloud CRM Integration with Scribe 供應項目。

1.9.7 IBM Marketing Cloud CRM Integration with Scribe

可讓「客戶」建立若干商用「客戶」關係管理 (CRM) 系統與 IBM Marketing Cloud 間之資料同步。此項整合以一個 CRM 系統實例及一個 IBM Marketing Cloud 資料庫為限。IBM Marketing Cloud CRM Integration with Scribe 仰賴或併入由 Scribe 提供之第三人技術。

1.9.8 IBM Marketing Cloud Inbox Monitoring

可讓「客戶」測量大型「網際網路服務供應商 (ISP)」與「收件匣供應商」之多重區域一般收件匣遞送量。

1.9.9 IBM Marketing Cloud Multi-Factor Authentication

所具備之功能除支援使用者名稱/密碼組合外，亦支援將鑑別碼當作次要登入要件，以透過 Web 瀏覽器授予對 IBM Marketing Cloud 帳戶之存取權。

1.9.10 IBM Marketing Cloud Transact Magento Integration

透過 IBM Marketing Cloud Transact 交易式電子郵件服務，啟用 Magento 實例所產生之相關交易式電子郵件之遞送。另需 Magento 授權，此授權需由「客戶」向供應商另外購買。

1.9.11 IBM Marketing Cloud Web Analytics Integrations

提供 IBM Marketing Cloud (一個組織) 與下列其中一個 Web 分析系統間之整合：IBM Digital Analytics 或 Adobe Omniture。

1.9.12 IBM Marketing Cloud WebEx Integration

提供用以搭配一個 Cisco WebEx 實例使用之 IBM Marketing Cloud 產品功能。此項整合係以每日為週期，將與會者階段作業與基本資料設定檔資料匯入 IBM Marketing Cloud 關聯式表格。此「客戶」必須另外購買其 WebEx 授權。

1.9.13 IBM Marketing Cloud Transact - Database

可遞送電子郵件、Web 表單、登入頁面或電話行銷中之觸發程式所產生之即時、客製品牌一對一交易訊息。IBM Marketing Cloud Transact 係一種專為交易或觸發訊息 (例如：接收、通知、警示、路線等等訊息) 之特定需求而設計之傳送架構。它可連接至現行用以觸發訊息之自用系統。本產品提供 IP 位址及客製網域、鏈結及訊息遞送追蹤、退件及回覆管理，以及訊息分送、活動及遞送計量等項目之追蹤。

1.10 設定服務供應項目

- IBM Marketing Cloud Basic Onboarding Services

係一種結合供應與訓練之組合式服務，其設計目的在於讓使用者得以在 Marketing Cloud Standard 供應項目中配置及使用此等供應項目。本遠端交付之服務提供多達 15 小時之服務，且起始訂用 Marketing Cloud 時，需要該服務。會指派一位上線顧問，引導「客戶」進行上線程序，此程序係透過一系列遠端會議及事先錄製之 Web 型學習課程予以提供。上線服務包括供應、配置與設定、訓練及問答。

- IBM Marketing Cloud - Budget and Expense Planning Services

係一種訓練服務，其設計目的在於讓使用者得以在 IBM Marketing Cloud - Budget and Expense Planning 供應項目中配置及使用此等供應項目。購買 IBM Marketing Cloud - Budget and Expense Planning Additional Users 供應項目時，需要本遠端交付之服務。會指派一位訓練顧問，透過一系列遠端會議及事先錄製之 Web 型學習階段作業，引導組織使用進階報告及儀表板客製作業。上線服務包括供應、配置與設定、訓練及問答。

- IBM Marketing Cloud Onboarding Services

係一種結合供應與訓練之組合式服務，其設計目的在於讓使用者得以在 Marketing Cloud Enterprise 套件中配置及使用此等供應項目。本遠端交付之服務套件提供多達 30 小時之服務，且起始訂用 Marketing Cloud Enterprise 時，需要該服務。會指派一位上線顧問，引導「客戶」進行上線程序，此程序係透過一系列遠端會議及事先錄製之 Web 型學習課程予以提供。上線服務包括供應、配置與設定、訓練及問答。

- **IBM Marketing Cloud Mobile Onboarding Services**
係選擇採用「行動式推送」特性之 IBM Marketing Cloud 訂用者所適用之選用供應項目。本供應項目至多提供 35 小時之遠端服務，包括設定、諮詢及起始推送通知實作及驗收測試等活動。此上線服務亦適用於 Standard 及 B2B Standard 訂用者。
- **IBM Marketing Cloud Instructor Led Training (Webinar/IBM Facility)**
提供一日 IBM Marketing Cloud 訓練。每日包含多達八小時指導與練習（包括數次短暫課間休息及一小時午餐休息）。訓練課程可調整為涵蓋「客戶」希望學習之主題。本訓練係透過 Webinar 環境或於 IBM 核准機構進行。
- **IBM Marketing Cloud Instructor Led Training (On Site) Setup**
提供一日共 8 小時之 IBM Marketing Cloud 訓練，此訓練係於「客戶」之設施進行。每日包含多達八小時指導與練習（包括數次短暫課間休息及一小時午餐休息）。訓練課程可調整為涵蓋「客戶」希望學習之主題。不含差旅費，差旅費應依「工作說明書 (SOW)」之規定，另外請款。
- **IBM Marketing Cloud Additional Domain 服務**
可更新「雲端服務」環境，以使用 IBM Marketing Cloud 隨附數量以外之另一「身分識別」。

2. 安全說明

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

3. 服務水準協定 (SLA)

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

3.1 可用度扣抵

「客戶」應在得知事件影響「雲端服務」可用性之 24 小時內，先向 IBM 技術支援中心服務台記載「嚴重性層次 1」支援問題單。「客戶」應於合理範圍內協助 IBM 進行問題之診斷與解決。

就未能符合 SLA 而提出之支援問題單請求，應於合約月份結束後三個營業日內提出。對於有效 SLA 請求之補償，將以「雲端服務」未來發票折抵方式提供之，該項折抵之計算期間為無法提供「雲端服務」正式作業系統處理之期間（「停用時間」）。「停用時間」之計算，自「客戶」提報事件時起，至「雲端服務」回復時止，但不包括因下列事由所致時間：基於維修目的而排定或公布之停止；非 IBM 所能掌控之原因；因「客戶」或第三人內容或技術、設計或指示所生問題；不受支援之系統配置及平台或其他「客戶」錯誤；或「客戶」所致資安事件或「客戶」安全測試。IBM 將依各合約月份期間之「雲端服務」累計可用度，套用最高可適用之補償，如下表所示。任何合約月份相關之補償總額，以「雲端服務」年費十二分之一 (1/12) 的百分之二十 (20%) 金額為上限。

3.2 服務水準

合約月份期間的「雲端服務」可用度

「合約月份」期間的可用度	補償 （「請求」事由發生之「合約月份」的「每月訂用費用」* 之百分比）
99% - 99.949%	2%
98% - 98.999%	5%
97% - 97.999%	10%
小於 97.000%	20%

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

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

範例：「合約月份」期間的「停用時間」總共 50 分鐘

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

4. 技術支援

本「雲端服務」之技術支援係透過電子郵件、線上支援系統、即時會談和電話提供。技術支援僅附隨於「雲端服務」而提供，其非可作為單獨供應項目而提供。

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

5. 授權與付款資訊

5.1 計費度量

本「雲端服務」係依「交易文件」中所定計費度量而提供。

- a. 「存取」- 是取得「雲端服務」所需的一種計量單位。「存取權」係指「雲端服務」之使用權。「客戶」應在其「權利證明書」或「交易文件」中所指定之計量期間，取得單一「存取權」之授權，才能使用「雲端服務」。
- b. 「授權使用者」- 是取得「雲端服務」所需的一種計量單位。「客戶」應為每一個透過任何方法以任何直接或間接方式（例如：透過多工程式、裝置或應用程式伺服器）存取「雲端服務」的唯一「授權使用者」取得個別的專用授權。「客戶」應取得足夠涵蓋在其「權利證明書」或「交易文件」中所指定計量期間被授予「雲端服務」存取權之「授權使用者」數量之授權數。
- c. 「連線」- 是取得「雲端服務」所需的一種計量單位。一個「連線」是指資料庫、應用程式、伺服器或任何其他類型之裝置與「雲端服務」的一個鏈結或關聯。「客戶」應在其「權利證明書」或「交易文件」中所指定的計量期間，取得足夠涵蓋已對或將對「雲端服務」建立的「連線」總數的授權數。
- d. 「資料庫記錄」- 是取得「雲端服務」所需的一種計量單位。「資料庫記錄」係為資料庫中有關單一實體之欄位集合，存取時可將其視為單一單元。每一「千筆資料庫記錄」授權分別代表一千筆資料庫記錄。「客戶」應在其「權利證明書」或「交易文件」中所指定的計量期間，取得足夠涵蓋「雲端服務」所處理的「資料庫記錄」總數的「千筆資料庫記錄」授權數。
- e. 「數位訊息」- 是取得「雲端服務」所需的一種計量單位。「數位訊息」是指由「雲端服務」管理或處理的電子通訊。「客戶」應取得足夠涵蓋在其「權利證明書」或「交易文件」中所指定計量期間由「雲端服務」管理或處理之「數位訊息」總數之授權。
- f. 「約定」- 是取得服務所需的一種計量單位。一個「約定」(Engagement) 係由有關「雲端服務」的專業及/或訓練服務組成。「客戶」應取得足夠的授權數，才能涵蓋每一個「約定」。

- g. 「事件」- 是取得「雲端服務」所需的一種計量單位。「事件」授權係以有關「雲端服務」之使用之特定事件發生次數為基礎。「事件」授權係限定於本「雲端服務」，且不得與另一「雲端服務」或事件類型之其他「事件」授權替換、交換或累計。「客戶」應在「權利證明書」或「交易文件」中所指定的計量期間，取得足夠涵蓋所發生之每一事件的授權數。

於取得「事件」授權時，以下各項應計為「事件」：

(1) 行銷互動：

「行銷互動」係為推播式行銷或集客式行銷接觸點/通訊。此類通訊，其範例如下：電子郵件訊息、行動式推送、裝置應用程式訊息、瀏覽器所顯示之內容、社群印象及廣告目標。該等通訊可與匿名或不明訪客或客戶有關。

(2) Email Insights 開啟：

每當電子郵件收件人接收「客戶」發送之電子郵件且該電子郵件收件人開啟該電子郵件時，便會登錄一項「Email Insights 開啟」。

(3) 聯絡：

「聯絡」係為關聯於透過 Social Audiences 特性將聯絡人 ID 傳送至對應社群平台之「事件」。

- g. 「實例」- 是取得「雲端服務」所需的一種計量單位。「實例」是對「雲端服務」特定配置的存取。「客戶」應在其「權利證明書」或「交易文件」中所指定的計量期間，取得足夠讓「雲端服務」的每一個實例可供存取及使用的授權數。

5.2 設定費

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

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

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

- IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning Services

一切設定服務之所有時數不論是否用完，均自 IBM 通知「客戶」已可存取「雲端服務」之當日起算九十日到期。

5.3 未足月費用

「交易文件」所定未足月費用得按比例計算之。

5.4 超額使用計費

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

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

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

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

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

a. 範例 1：

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

b. 範例 2：

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

5.5 依使用付款計費

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

6. 期間及續約選項

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

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

如係持續使用，將依按月之方式持續提供「雲端服務」，至「客戶」提供九十日前終止之書面通知為止。於前項到期日九十日前之期間後至該日曆月月底前，將繼續提供「雲端服務」。

7. 啟用軟體

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

8. 一般規定

8.1 發佈清單

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

8.2 不得轉售

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

8.3 行動式推送通知

行動式推送通知相關「行銷互動事件」包括簡式推送通知、應用程式內簡式推送通知、僅限資料簡式推送通知及收件匣通知。每一裝置，於傳送簡式推送通知、簡式推送應用程式內通知及簡式僅推送通知時，此等通知均計為一次「行銷互動」。作為收件匣通知傳送目的地之每一 Appkey，其收件匣通知計為一次「行銷互動」。

行動式推送通知相關「行銷互動」，其次數之計算，應包括傳送至已選擇暫停行動式推送通知之裝置之行動式推送通知次數，以及於應用程式解除安裝後傳送至裝置之行動式推送通知次數。IBM 將定期使用

Apple 及 Google 意見服務，並更新依解除安裝程序傳送之推送通知。「客戶」應自行負責判斷包括推送通知在內之「行銷互動」之訂用容量。

8.4 Duplicate Message Send

Duplicate Message Send 是一種以組織層次啟用之額外訂用特性。訂用該特性之「客戶」，可將該特性切換為開啟或關閉。「客戶」為接收複製訊息而輸入之電子郵件位址，將被輸入為 Bcc 位址，客戶電子郵件收件人無法看到此位址。複製訊息之「客戶」收件人可予以變更。

倘複製電子郵件無法遞送至前揭 Bcc 電子郵件位址，IBM 無法重新傳送該複製電子郵件。

8.5 資料保留

下列「雲端服務」特定資料元素僅限於「雲端服務」內部使用：資料庫（聯絡人清單）及範本 - 自前次使用起算，為期 450 日（使用中之資料庫與範本，於服務有效期間內無保留期限）；電子郵件訊息與內容，以及電子郵件點選追蹤資料、未使用或非作用中資料庫與範本 - 自訊息傳送當日起算，為期 450 日；對已知或已鑑別訪客所為 Web 追蹤 - 180 日；對匿名訪客所為 Web 追蹤 - 30 日（倘若使用者身分於 30 日內成為已知，則記錄得轉換為「已知」或「已鑑別」）；及「通用行為」- 180 日（「資料保留期間」）。

IBM 於「資料保留期間」過期後，可能會從 IBM 之網路與系統移除該等資料元素，且於「訂用期間」終止或過期後三十日，在任何情形下，IBM 均得銷毀該等資料元素之一切複本及其他任何相關「客戶」資料。

「客戶」應保留為與「雲端服務」搭配使用而提供之一切內容之備份複本。

8.6 第三人程式碼注意事項

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

8.7 非英文語言版本

「客戶」瞭解並同意，對非英文語言版本之「雲端服務」所為之存取及使用，基於翻譯使用者介面之目的，有可能仰賴第三人技術夥伴 (translations.com) 之功能。「雲端服務」使用者介面於使用非英文語言版本之「雲端服務」時，基於依「客戶」之要求而翻譯使用者介面之目的，有可能透過「雲端服務」專屬 translations.com 系統，傳遞「客戶」資料及任何可藉由未加密之「雲端服務」使用者介面而存取之內容。

8.8 Instructor Led Training Setup Services

如果 Instructor Led Training Setup Service 之設計目的是要在「客戶」場所執行，「客戶」有責任依學生人數提供適用之訓練教室，包括適當數量之電源插座、投影機與白板及/或用以連接必要系統與環境之連線功能，如有必要，應包括網際網路連線功能。

如 Instructor Led Training Setup Services 係於 IBM 設施執行者，「客戶」瞭解並承認 IBM 得運用全球資源（意指於當地運用非永久居民及全球各地之人員）交付 Training Setup Services。

8.8.1 客戶之責任

IBM 之效能取決於「客戶」對於以下「客戶」責任之管理與執行，「客戶」不得就該等責任向 IBM 收取任何費用。前揭責任之履行如有延遲，可能影響 IBM 完成 Training Setup Services 之能力。「客戶」得：

- 除非 IBM 另有規定，否則，應將訓練場所之地址與教室詳細資料告知 IBM。
- 在適用之情形下，提供安全之進入管制、適當之辦公空間、耗材、傢俱、網際網路高速連線功能及其他設施，以供 IBM 人員於「客戶」場所工作時使用；及
- 除非設施係由 IBM 提供，否則，「客戶」對於 IBM 所擁有之一切軟硬體在「客戶」場所之期間，應負責提供安全存放之環境，並確保一切教室隨時均予上鎖。