

IBM Marketing Cloud

Os Termos de Uso ("ToU") são compostos por estes Termos de Uso da IBM – Termos de Oferta Específica do SaaS ("Termos de Oferta Específica do SaaS") e um documento intitulado Termos de Uso da IBM – Termos Gerais ("Termos Gerais") disponível na URL a seguir: <http://www.ibm.com/software/sla/slabd.nsf/sla/tou-gen-terms/>.

No caso de um conflito, os Termos da Oferta Específica do SaaS prevalecem sobre os Termos Gerais. Ao solicitar, acessar ou usar o IBM SaaS, o Cliente concorda com os ToU.

Os ToU são regidos pelo Contrato Internacional IBM Passport Advantage, pelo Contrato Internacional IBM Passport Advantage Express ou o Contrato Internacional IBM para Ofertas Selecionadas do IBM SaaS, conforme aplicável ("Contrato") e junto com os ToU tornam o contrato completo.

1. IBM SaaS

As seguintes ofertas do IBM SaaS são cobertas por estes Termos da Oferta Específica do SaaS:

- IBM Marketing Cloud Standard
- IBM Marketing Cloud Standard – Additional Marketing Interactions
- IBM Marketing Cloud B2B Standard
- IBM Marketing Cloud B2B Standard – Additional Records
- IBM Marketing Cloud – Additional User
- IBM Marketing Cloud – Additional Email Insight Opens
- IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Extension
- IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Additional Users
- IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Additional Connector

2. Métricas de Encargos

O IBM SaaS é vendido sob uma das métricas de encargos a seguir, conforme especificado no Documento de Transação:

- Acesso** – é uma unidade de medida pela qual o IBM SaaS pode ser obtido. Acesso é o direito ao uso do IBM SaaS. O Cliente deve obter uma única autorização de Acesso para usar o IBM SaaS durante o período de medição especificado no Certificado de Titularidade (PoE) ou no Documento de Transação.
- Evento** – é uma unidade de medida pela qual o IBM SaaS pode ser obtido. Autorizações de Evento baseiam-se no número de ocorrências de um evento específico relacionado ao uso do IBM SaaS. Autorizações de Evento são específicas ao IBM SaaS e o tipo de evento não pode ser trocado, intercambiado ou agregado a outras titularidades de Evento de outro IBM SaaS ou outro tipo de evento. Devem ser obtidas autorizações suficientes para cobrir todos os eventos que ocorram durante o período de medição especificado em um Certificado de Titularidade (PoE) ou Documento de Transação.
- Usuário Autorizado** – é uma unidade de medida pela qual o IBM SaaS pode ser obtido. O cliente deve obter autorizações separadas e dedicadas para cada acesso exclusivo concedido ao Usuário Autorizado ao IBM SaaS de qualquer maneira, diretamente ou indiretamente (por exemplo, por meio de um programa multiplex, dispositivo ou servidor de aplicativos), por quaisquer meios. Devem ser obtidas autorizações suficientes para abranger o número de Usuários Autorizados que receberam acesso ao IBM SaaS durante o período de medição especificado no Certificado de Titularidade (PoE) do Cliente ou Documento de Transação.
- Compromisso** – é uma unidade de medida pela qual os serviços podem ser obtidos. Um Compromisso consiste em serviços profissionais e/ou de treinamento relacionados ao IBM SaaS. Devem ser obtidas autorizações de uso suficientes para cobrir cada Compromisso.

- e. **Conexão** – é uma unidade de medida pela qual o IBM SaaS pode ser obtido. Uma Conexão é um link ou uma associação de um banco de dados, aplicativo, servidor ou qualquer outro tipo de dispositivo para o IBM SaaS. Devem ser obtidas autorizações suficientes para cobrir o número total de Conexões que foram ou são feitas com o IBM SaaS durante o período de medição especificado no Certificado de Titularidade (PoE) ou no Documento de Transação do Cliente.
- f. **Registro de Banco de Dados** – é uma unidade de medida pela qual o IBM SaaS pode ser obtido. Um Registro de Banco de Dados é o conjunto de campos em um banco de dados relacionados a uma única entidade e que podem ser acessados como uma única unidade. Cada autorização de Milhar de Registros de Banco de Dados representa Mil Registros de Banco de Dados. Devem ser obtidas autorizações de Milhares de Registros de Banco de Dados suficientes para cobrir o número total de Registros de Bancos de Dados disponíveis para serem processados pelo IBM SaaS durante o período de medição especificado no Certificado de Titularidade (PoE) ou no Documento de Transação do Cliente.

3. Encargos e Faturamento

A quantia a pagar pelo IBM SaaS está especificada em um Documento de Transação.

3.1 Encargos de Configuração

Um encargo único de configuração inicial se aplica de acordo com os encargos e termos de faturamento especificados no Documento de Transação. Com base na oferta base do IBM SaaS escolhida, o serviço de configuração obrigatório correspondente provisionará o Cliente para uso da oferta selecionada do IBM SaaS. Os serviços de configuração disponíveis são:

- IBM Marketing Cloud Standard – Onboarding Services
- IBM Marketing Cloud B2B Standard – Onboarding Services

O serviço de configuração a seguir será cobrado nos termos de encargos e faturamento especificados no Documento de Transação quando forem solicitadas autorizações de Usuário Autorizado para o IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Additional Users:

- IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Onboarding Services

3.2 Encargos Mensais Parciais

Um encargo mensal parcial conforme especificado no Documento de Transação pode ser calculado de maneira proporcional.

3.3 Encargos dos Itens Excedentes

Se o uso real do Cliente do IBM SaaS durante o período de medição exceder a autorização indicada no PoE, então, o Cliente será faturado pelo excedente, conforme definido no Documento da Transação.

O Cliente será cobrado no mês seguinte após a prestação do serviço pelos encargos excedentes, de acordo com o encargo de excedente especificado no PoE, após o total agregado ser atingido. Esses encargos por excedentes são devidos além do encargo base de autorização mensal.

Se o Período de Subscrição for maior que 12 meses, o número total agregado de autorizações será baseado em 12 períodos de medição mensais. O total agregado será reconfigurado para zero após o 12º período de medição mensal. Encargos de excedentes para os próximos períodos de medição de 12 meses não serão devidos até que o uso real de interação exceda o número total de interações autorizadas, em conjunto, para tais períodos de medição de 12 meses.

Para Clientes que alavancam períodos de aprimoramento, cada período é tratado da mesma maneira que o período de subscrição e os mesmos princípios se aplicam.

Se um Período de Subscrição for inferior a 12 meses, ou se menos de 12 períodos mensais restarem em um Período de Subscrição, o número de autorizações mensais remanescentes em uma subscrição serão usados para o número total de interações autorizadas, em conjunto.

a. Exemplo 1:

O Cliente tem um Período de Subscrição de 12 meses e adquiriu 10 Usuários Autorizados adicionais sob a autorização do IBM Marketing Cloud Additional User. Se o Cliente ativar mais de 10 Usuários Autorizados antes do término do Período de Subscrição de 12 meses, o Cliente será faturado no mês seguinte para a quantidade em excesso e todo o uso nos meses seguintes será cobrado em atraso até o final do Período de Subscrição.

b. Exemplo 2:

O Cliente tem um Período de Subscrição de três anos e adquiriu 10 Usuários Autorizados adicionais sob a autorização do IBM Marketing Cloud Additional User. Se o Cliente ativar mais de 10 Usuários Autorizados antes do término do primeiro período de 12 meses, o Cliente será faturado no mês seguinte pela quantidade em excesso e por todo o uso até o término do período de 12 meses. No final de cada período de 12 meses, a contagem de uso será reiniciada. Se o Cliente ativar mais de 10 Usuários Autorizados antes do término do próximo período de 12 meses, o Cliente será faturado no mês seguinte para a quantidade em excesso e todo o uso nos meses seguintes será cobrado em atraso até que a contagem de uso seja reconfigurada ou até o término do Período de Subscrição restante.

3.4 Encargos do Pagamento Por Uso

O Cliente pode usar o IBM Marketing Cloud Standard, o IBM Marketing Cloud Social Audiences, e o IBM Marketing Cloud Enterprise em medidas de 1.000 Eventos, o IBM Marketing Cloud B2B Standard e o IBM Marketing Cloud B2B Enterprise em medidas de incrementos de 10.000 Registros de Bancos de Dados, e o IBM Marketing Cloud Additional Email Insights Opens em medidas de incrementos de 100.000 Eventos em uma base de pagamento por uso. O Cliente será cobrado pela quantidade de Eventos ou Registros do Banco de Dados, conforme aplicável, usados a cada mês no encargo especificado no Documento de Transação.

4. Opções de Renovação do Período de Subscrição do IBM SaaS

A PoE do Cliente estabelecerá se o IBM SaaS será renovado no final do Período de Subscrição, designando um dos seguintes:

4.1 Renovação Automática

Se a Prova de Titularidade do Cliente declarar que a renovação do Cliente é automática, o Cliente poderá rescindir o Período de Subscrição do IBM SaaS que está expirando por solicitação por escrito para o representante de vendas IBM do Cliente ou o Parceiro de Negócios IBM, pelo menos noventa (90) dias antes da data de expiração, conforme apresentado no Certificado de Titularidade. Se a IBM ou seu Parceiro de Negócios IBM não receber tal aviso de rescisão até a data de expiração, o Período de Subscrição a expirar será automaticamente renovado por um ano ou a mesma duração que o Período de Subscrição original, conforme estabelecido no PoE.

4.2 Renovação Obrigatória

Quando a Prova de Titularidade declarar que o tipo de renovação do Cliente é "finalizar", o IBM SaaS será rescindido no fim do Período de Subscrição e o acesso do Cliente ao IBM SaaS será removido. Para continuar a usar o IBM SaaS além da data de encerramento, o Cliente precisará colocar uma ordem com o representante de vendas IBM ou Parceiros de Negócios IBM do Cliente para comprar um novo Período de Subscrição.

5. Suporte Técnico

O suporte técnico é fornecido para a oferta IBM SaaS e para o Software de Ativação, conforme aplicável, durante o Período de Subscrição. Esse suporte técnico está incluído no IBM SaaS e não está disponível como uma oferta separada.

6. Termos Adicionais da Oferta IBM SaaS

6.1 Software de Ativação

Esta oferta IBM SaaS pode incluir o Software de Ativação fornecido pela IBM ou por um fornecedor terceiro. Se o Cliente fizer download ou instalar qualquer Software de Ativação, ele concorda em não usar o Software de Ativação para nenhum propósito que não seja facilitar ou ativar o acesso e uso do IBM SaaS por ele mesmo. Se o Software de Ativação for ofertado com um contrato de licença separado (por exemplo, o Contrato Internacional de Licenciamento para Programas Sem Garantia - "ILAN", ou outro contrato de licença da IBM ou de terceiros) no momento da instalação ou do download, tal contrato separado regerá o uso deste software. O Cliente concorda que tais termos serão aceitos mediante a aceitação deste ToU ou a realização de download, instalação ou uso o Software de Ativação.

6.2 Proteção de Dados da UE

Caso o Cliente disponibilize Dados pessoais ao IBM SaaS, entre o Cliente e a IBM, o Cliente será considerado o único controlador dos Dados pessoais e o Cliente apontará a IBM como o processador para processar (conforme os termos definidos na Diretiva da UE 95/46/EC) esses Dados pessoais. A IBM só processará os Dados Pessoais até onde for necessário para disponibilizar o IBM SaaS de acordo com esta ToU. A IBM deverá cooperar de forma sensata com o Cliente em seu cumprimento de quaisquer requisitos legais, incluindo o fornecimento ao Cliente de acesso aos Dados pessoais. O Cliente concorda que a IBM poderá processar o Conteúdo disponibilizado ao IBM SaaS, incluindo quaisquer Dados Pessoais, além das fronteiras do país para a IBM nos Estados Unidos. Se a IBM mudar a forma como processa ou protege Dados Pessoais, e tais mudanças fizerem com que o Cliente não esteja em conformidade com leis de proteção de dados aplicáveis, o Cliente poderá rescindir o IBM SaaS afetado dentro de 30 dias a partir da notificação da IBM sobre a mudança.

6.3 Locais de Benefício Derivados

Onde aplicável, os tributos são baseados no(s) local(is) que o Cliente identifica como os que recebem os benefícios do IBM SaaS. A IBM aplicará impostos com base no endereço comercial listado ao pedir um IBM SaaS como o local de benefício primário a menos que o Cliente forneça informações adicionais à IBM. O Cliente é responsável por manter essas informações atuais e por fornecer qualquer alteração à IBM.

6.4 Listas de Distribuição

O Cliente não usará nenhuma lista de distribuição com o IBM SaaS que inclua pessoas que não tenham concedido permissão para serem incluídas nessa lista para o propósito de receber comunicações por e-mail, especificamente do Cliente, a não ser que o Cliente tenha um relacionamento comercial ou pessoal existente tal pessoa. O uso de listas ou dados gerados por meio de práticas de marketing de afiliados é expressamente proibido em todos os casos. O Cliente deverá incluir um mecanismo de "não participação" (Opt-out) válido em cada mensagem.

6.5 Sem revenda

O direito de uso do IBM SaaS pelo Cliente é pessoal do Cliente. O Cliente não revenderá o IBM SaaS ou fornecerá a terceiros (além de funcionários ou contratados trabalhando em nome do Cliente) acesso ao IBM SaaS sem o consentimento prévio, por escrito, da IBM.

6.6 Retenção de Dados

Elementos de dados específicos do IBM SaaS devem estar disponíveis dentro do IBM SaaS como segue: mensagens e conteúdo de e-mail, bancos de dados e modelos não usados ou inativos – 450 dias; rastreamento da web para visitantes conhecidos – 180 dias; rastreamento da web para visitantes anônimos – 30 dias; e Comportamentos Universais – 180 dias (o "Período de Retenção de Dados"). Esses elementos de dados podem ser removidos da rede e dos sistemas da IBM depois que o Período de Retenção de Dados expirar e, em qualquer caso, a IBM pode destruir todas as cópias desses elementos de dados, além de outros dados relacionados ao Cliente, 30 dias após a rescisão ou expiração do Período de Subscrição. O Cliente arquivará cópias de backup de todo conteúdo fornecido para uso em conjunto com o IBM SaaS.

6.7 Avisos de Código de Terceiro

O IBM SaaS inclui os seguintes softwares que não podem ser usados para propósitos Nocivos: janrain4j_1.1.0, JSON, JSON-lib-2.3, JDK15, flexjson e packtag.

Apêndice A

O IBM Marketing Cloud, uma plataforma de marketing digital baseada em nuvem, permite que os comerciantes atinjam um retorno sobre investimento (ROI) por meio dos seguintes recursos:

- Projeção e automação de experiências consistentes de canal cruzado, através de canais de e-mail, de dispositivos móveis, da Web e de redes sociais.
- Uso das análises para direcionar decisões de marketing e engajamento do consumidor.
- Melhoramento do retorno sobre o investimento por meio de uma plataforma de marketing digital baseada em nuvem que se integra com outros aplicativos e fontes de dados do consumidor.

O IBM Marketing Cloud inclui os seguintes pacotes e serviços novos, baseados em solução, que mapeiam para as necessidades do comerciante a fim de simplificar o processo de compra.

1. IBM Marketing Cloud Standard

O IBM Marketing Cloud Standard ajuda os comerciantes a entenderem melhor o comportamento do consumidor e a entregarem interações personalizadas com taxas de conversão mais altas.

- Banco de Dados de Marketing: permite que o Cliente colete dados abrangentes do consumidor em uma fonte isolada e alavanque esses dados para direcionar campanhas automatizadas e comunicações personalizadas.
- Segmentação: o Cliente pode usar dados comportamentais, de perfil, de preferência e mais, para consultar e limitar o público-alvo do Cliente. Como opção, o Cliente pode associar essas consultas de segmentação com estratégias de marketing do Cliente para entregar conteúdo altamente envolvente, personalizado, ao público-alvo do Cliente.
- Construtor de Conteúdo: um editor intuitivo, baseado na web que possibilita que o Cliente crie e edite conteúdo no aplicativo, com acesso do tipo apontar e clicar em recursos como rastreamento de link, personalização, conteúdo dinâmico e mais.
- Conteúdo Dinâmico: permite que o Cliente crie mensagens diretamente no corpo da mensagem que sejam relevantes e específicas para cada consumidor, usando uma interface intuitiva do tipo apontar e clicar.
- Teste A/B: possibilita que o Cliente envie e-mails de teste para testar a linha de assunto, a partir do nome ou de elementos de conteúdo; descubra qual elemento tem a melhor resposta; e envie os e-mails com melhor desempenho para os contatos.
- E-mail: o Cliente pode criar e enviar e-mails com conteúdo que seja relevante e envolvente.
- Push de Dispositivos Móveis: permite que o Cliente entregue mensagens personalizadas combinando dados de aplicativo móvel com informações complexas do perfil do consumidor.
- Compartilhamento Social: ajuda o Cliente a compartilhar mensagens de marketing por e-mail em sites de rede social e a produzir relatórios detalhados de resultado.
- Página de Entrada: oferece acesso do tipo apontar e clicar para criar páginas específicas de campanha e customizar formulários da Web.
- Análises Comportamentais: o Cliente pode manusear resultados de correspondência para identificar tendências e segmentos do consumidor-alvo; definir segmentos do consumidor e selecionar métricas para criar relatórios de tabela cruzada e de tabela, e, depois, manejar relatórios incluindo ou removendo campos, alterando métricas e classificando colunas.
- Relatório de Campanha: possibilita a criação de informações de relatório agregadas e detalhadas sobre e-mails enviados para consumidores. As métricas de relatório incluem aberturas, conversões, rich media, encaminhamentos e acesso a dados de sequência de cliques.

- Insights de E-mail: possibilita que os usuários visualizem a aparência de correspondências entre vários consumidores de e-mails diferentes, controlem o uso do e-mail pelo consumidor em listas de distribuição, ajudando a otimizar os programas de e-mail com base nos dispositivos e e-mails específicos que os consumidores usam. Incluídas na subscrição estão 200.000 aberturas de e-mail. Um 'email aberto' será registrado cada vez que um destinatário de email receber um email do Cliente e abri-lo. Incluídas na subscrição estão 50 visualizações de e-mail. Uma 'visualização de email' será registrada cada vez que o Cliente enviar um modelo de email adicional para esse recurso para visualização. O Insights de E-mail inclui componentes de tecnologia fornecidos pelo Litmus. Adicionalmente, se as necessidades do Cliente excederem o número de visualizações de e-mail ou de aberturas de e-mail fornecido com o pacote comprado, o Cliente pode expandir a sua quantidade autorizada comprando as Aberturas de Insights de E-mail Adicionais do IBM Marketing Cloud em incrementos de 100.000 em uma base por Evento, conforme aplicável.
- O IBM Marketing Cloud Orientation é um pacote básico de instrução para o IBM Marketing Cloud. Ele fornece uma descrição de alto nível dos recursos do Marketing Cloud, junto com uma introdução ao Modelo de Engajamento do Consumidor. O pacote de orientação está incluído na subscrição inicial do Marketing Cloud e deve ser concluído antes de iniciar o serviço de integração necessário. Ele é entregue como uma oferta de autoatendimento e inclui vídeos e gravações baseadas na web.

Incluídos nos encargos de subscrição para essa oferta do IBM SaaS estão os seguintes:

- a. Cinco (5) Usuários Autorizados;
- b. Dez (10) programas ativos;
- c. 250 mil interações de marketing, que incluem as mensagens de e-mail e as mensagens push de dispositivo móvel. Se interações de marketing adicionais forem necessárias, o Cliente deve comprar autorizações para as Interações de Marketing Adicionais do IBM Marketing Cloud Standard em incrementos de 1.000 em uma base por Evento; e
- d. 200 mil aberturas de Insights de E-mail.

2. IBM Marketing Cloud B2B Standard

O IBM Marketing Cloud B2B Standard ajuda os comerciantes na captura, qualificação e estimulação de leads a fim de melhor alinharem marketing com vendas para aumentarem a renda. Essa oferta do IBM SaaS inclui os seguintes recursos:

- Todos os recursos oferecidos com a oferta do IBM Marketing Cloud Standard
- Automação de Marketing
- Estimulação de lead: possibilita a criação de campanhas de marketing através de um construtor de campanha visual; o envio de mensagens automatizadas ou cair em um programa de estimulação quando um lead guia ou executa uma determinada ação.
- Modelo único de pontuação: o Cliente pode pontuar os consumidores e consumidores em potencial com base nos critérios de compra, dados demográficos e comportamentos como visitas a website, envios de formulário e interação de mensagem ou em componentes baseados em tempo, incluindo recência e frequência. Com base nas pontuações, recursos de automação de marketing direcionam consumidores e consumidores em potencial para acompanhamento apropriado.
- Formulários Progressivos: o Cliente pode reduzir o abandono de formulário e construir um perfil de contato, ao longo do tempo, com formulários da Web progressivos que mostrem perguntas diferentes sempre que um contato visitar um website ou uma página de entrada.
- Rastreamento de Comportamento Digital: permite que o Cliente monitore como os contatos interagem com o Cliente on-line usando calculadoras, bate-papos em tempo real, botões em redes sociais e mais. Use esses rastreamentos customizados de evento de comportamentos na Web para mover um contato para um programa de marketing ou para um modelo de pontuação de comportamento.
- Integração de Gestão de Relacionamento com o Consumidor (CRM): A integração com sistemas CRM de terceiros, incluindo o Salesforce.com, Microsoft Dynamics CRM e Sugar CRM.

Incluídos nos encargos de subscrição para essa oferta do IBM SaaS estão os seguintes:

- a. Cinco (5) Usuários Autorizados;
- b. Dez (10) programas ativos;

- c. Um (1) modelo de pontuação;
- d. 50.000 registros do banco de dados. Se registros do banco de dados adicionais forem necessários, o Cliente deve comprar os Registros Adicionais do IBM Marketing Cloud B2B Standard em incrementos de 10.000 Registros do Banco de Dados; e
- e. 200 mil aberturas de Insights de E-mail.

3. IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Extension

O IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Extension é alimentado pelo Allocadia, um terceiro fornecedor parceiro da IBM, oferece os recursos abaixo, e pode ser adquirido para uso com o Marketing Cloud Standard, Marketing B2B Standard, Marketing Cloud Enterprise, Marketing Cloud B2B Enterprise, IBM Silverpop Engage, ou IBM Campaign. Os recursos incluem:

- Planejamento: o Cliente pode criar e compartilhar planos para alinhar estratégia corporativa, prever retorno sobre investimento e prever impacto na receita.
- Orçamento: permite criar e gerenciar orçamentos globais em qualquer moeda sem planilhas complicadas ou desconexas, sejam globais, regionais ou centralizadas em produto.
- Desempenho: ajuda o Cliente a visualizar, analisar e otimizar gastos; e a tomar decisões mais inteligentes ao conectar planos e orçamentos a dados de CRM, finanças e marketing.

Incluídos nos encargos de subscrição para essa oferta do IBM SaaS estão os seguintes:

- Cinco (5) Usuários Autorizados; e
- Um (1) Conector

O IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning Additional Users pode ser adquirido se o Cliente necessitar de Usuários Autorizados adicionais além daqueles fornecidos com o serviço de base. O Conector Adicional de Planejamento de Orçamento e Despesa do IBM Marketing Cloud pode ser comprado se o Cliente requer Conectores adicionais para serem usados com o serviço de base.

4. Ofertas de Serviço de Configuração

- O IBM Marketing Cloud Enterprise Onboarding Services é uma combinação de provisionamento e treinamento projetada para permitir que os usuários configurem e utilizem ofertas nos pacotes do Marketing Cloud Enterprise. Esse serviço entregue remotamente necessita de uma subscrição inicial do Marketing Cloud. Um consultor de integração é designado para orientar o cliente através do processo de integração para o IBM Marketing Cloud e para capacitar usuários a configurar e utilizar ofertas nos pacotes do Marketing Cloud. Serviços de integração incluem provisionamento, configuração, treinamento e Perguntas e Respostas.
- O IBM Marketing Cloud B2B Standard Onboarding Services é uma combinação de provisionamento e treinamento projetada para permitir que usuários configurem e utilizem ofertas na oferta no IBM Marketing Cloud B2B Standard. Esse serviço entregue remotamente necessita de uma subscrição inicial do Marketing Cloud B2B Standard. Um consultor de integração é designado para guiar organizações através do processo de integração, que é entregue por meio de uma série de reuniões remotas e sessões de aprendizado registradas e baseadas na Web. Serviços de integração incluem provisionamento, configuração, treinamento e Perguntas e Respostas.
- O Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Onboarding Services é um serviço de treinamento projetado para permitir que os usuários configurem e utilizem ofertas no IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning offering. Esse serviço entregue remotamente é necessário com a compra da oferta do IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning offering. Um consultor de treinamento é designado para guiar organizações no uso de relatório aprimorado e de customização de painel por meio de uma série de reuniões remotas e sessões de aprendizado registradas e baseadas na Web. Serviços de integração incluem provisionamento, configuração, treinamento e Perguntas e Respostas.

Apêndice B

A IBM fornece o seguinte acordo de nível de serviço ("SLA") de disponibilidade para o IBM SaaS. O Cliente entende que o SLA não constitui uma garantia.

1. Definições

- a. **Tempo de Inatividade do Aplicativo** – significa um período de tempo durante o qual os usuários da IBM que hospedaram partes da interface de aplicativo não podem usar todos os aspectos do Serviço para o qual têm permissões apropriadas. Como esclarecimento, não há "Tempo de Inatividade" se qualquer usuário puder usar qualquer aspecto do Serviço para o qual possui permissões apropriadas.
- b. **Crédito de Disponibilidade** – significa a solução que a IBM fornecerá para uma Reivindicação validada. O Crédito de Disponibilidade será aplicado na forma de um crédito ou desconto em uma fatura futura de encargos de subscrição para o Serviço.
- c. **Reivindicação** – significa uma reivindicação que o Cliente envia à IBM conforme o SLA de que um Nível de Serviço não foi atingido durante um Mês Contratado.
- d. **Mês Contratado** – significa cada mês completo durante a vigência do Serviço medido de 0h horário GMT do primeiro dia do mês até 23h59 horário GMT do último dia do mês.
- e. **Tempo de Inatividade de Processamento de Dados** – significa um período durante o qual o Serviço não pode coletar dados por meio de elementos de processamento de dados do Serviço.
- f. **Tempo de Inatividade** – significa o Tempo de Inatividade do Aplicativo e/ou Tempo de Inatividade de Processamento de Dados. Além disso, o Tempo de Inatividade inclui um período de tempo durante o qual o IBM SaaS não pode enviar ou receber dados através dos elementos de processamento de dados do IBM SaaS. O tempo de inatividade não incluirá o período de tempo durante o qual o IBM SaaS não estiver disponível por causa de:
 - (1) uma indisponibilidade de manutenção planejada ou anunciada;
 - (2) Eventos ou causas além do controle da IBM (por exemplo, desastre natural, indisponibilidades da internet, manutenção de emergência, ações ou inações do provedor de serviços da internet ou de operadoras de telecomunicação, etc.);
 - (3) problemas com aplicativos, equipamento ou dados do Cliente ou com aplicativos, equipamento ou dados de um terceiro;
 - (4) falha do Cliente em aderir às configurações necessárias do sistema e às plataformas suportadas para acessar o Serviço; ou
 - (5) A conformidade da IBM com quaisquer designs, especificações ou instruções que o Cliente fornece à IBM ou que um terceiro fornece à IBM em nome do Cliente.
- g. **Evento** – significa uma circunstância ou um conjunto de circunstâncias reunidas, resultando em uma falha ao atender um Nível de Serviço.
- h. **Serviço** – significa o IBM SaaS ao qual este SLA se aplica.
- i. **Nível de Serviço** – significa o padrão apresentado abaixo pelo qual a IBM mede o nível de serviço que fornece neste LA.

2. Créditos de Disponibilidade

- a. Para enviar uma Reivindicação, O Cliente deve registrar um chamado de suporte de Gravidade 1 (como definido abaixo na seção Suporte Técnico) para cada Evento com o help desk de suporte técnico da IBM, dentro de vinte e quatro (24) horas após o Cliente primeiramente tomar conhecimento de que o Evento impactou o uso do Serviço pelo Cliente. O Cliente deve fornecer todas as informações necessárias sobre o Evento e ajudar de forma sensata a IBM com o diagnóstico e a resolução do Evento.
- b. O Cliente deve submeter uma Reivindicação de crédito de disponibilidade em até três (3) dias úteis após o final do Mês contratado no qual a Reivindicação surgiu.

- c. Os Créditos de disponibilidade são baseados na duração do Tempo de inatividade medido a partir do momento em que o Cliente relatou o impacto do Tempo de inatividade pela primeira vez. Se o Cliente relatar um Evento de Tempo de Inatividade do Aplicativo e um Evento de Tempo de Inatividade de Processamento de Dados ocorrendo simultaneamente, a IBM tratará os períodos sobrepostos de Tempo de Inatividade como um único período de Tempo de Inatividade, e não como dois períodos separados de Tempo de Inatividade. Para cada Reivindicação válida, a IBM irá aplicar o mais alto Crédito de Disponibilidade aplicável com base no Nível de Serviço atingido durante cada Mês Contratado, conforme mostrado na tabela abaixo. A IBM não será responsabilizada por diversos Créditos de Disponibilidade para o mesmo Evento no mesmo Mês Contratado.
- d. O total de Créditos de Disponibilidade concedidos com relação a qualquer Mês Contratado não deverá, sob nenhuma circunstância, exceder a 20 por cento (20%) de um doze avos (1/12) do encargo anual pago pelo Cliente à IBM pelo Serviço.

3. Níveis de Serviço

Disponibilidade do IBM SaaS durante o Mês Contratado

Disponibilidade durante um Mês Contratado	Crédito de Disponibilidade (% do Encargo de Assinatura Mensal para o Mês Contratado que é o assunto de uma Reivindicação)
99% – 99,949%	2%
98% – 98,999%	5%
97% – 97,999%	10%
Menos que 97,000%	20%

A disponibilidade, expressa como uma porcentagem, é calculada como: (a) o número total de minutos em um Mês Contratado menos (b) o número total de minutos de Tempo de Inatividade em um Mês Contratado, dividido pelo (c) número total de minutos em um Mês Contratado.

Exemplo: 50 minutos de Tempo de Inatividade total durante o Mês Contratado

Total de 43.200 minutos em um Mês Contratado de 30 dias - 50 minutos de Tempo de Inatividade = 43.150 minutos <hr/> Total de 43.200 minutos em um Mês Contratado de 30 dias	= 2% Crédito de Disponibilidade para 99,884% de Nível de Serviço Atingido
--	---

4. Outras informações sobre este SLA

Este SLA é disponibilizado apenas para Clientes da IBM e não se aplica a reivindicações feitas por de usuários, guests, participantes e convidados autorizados do Serviço ou quaisquer serviços beta ou de testes que a IBM forneça. O SLA somente se aplica aos Serviços que estejam em uso de produção. Ele não se aplica a ambientes de não produção, incluindo, mas a eles não se limitando a: testes, recuperação de desastre, garantia de qualidade ou desenvolvimento.