

IBM Marketing Cloud

Vilkår for brug består af disse IBM Vilkår for brug – SaaS-specifikke produktvilkår (kaldet SaaS-specifikke produktvilkår) og dokumentet IBM Vilkår for brug – Standardvilkår (kaldet Standardvilkår), som er tilgængeligt på adressen <http://www.ibm.com/software/sla/sladb.nsf/sla/tou-gen-terms/>.

I tilfælde af en uoverensstemmelse har de SaaS-specifikke produktvilkår forrang for Standardvilkårene. Ved at bestille, tilgå eller benytte IBM SaaS-produktet accepterer Kunden disse Vilkår for brug.

Disse Vilkår for brug er reguleret af IBM International Passport Advantage-Aftalen, IBM International Passport Advantage Express-Aftalen eller IBM International Aftale om Udvalgte IBM SaaS-produkter (hver især kaldet Aftalen), som sammen med Vilkår for brug udgør den fuldstændige aftale.

1. IBM SaaS

De SaaS-specifikke produktvilkår dækker følgende IBM SaaS-produkt:

- IBM Marketing Cloud Standard
- IBM Marketing Cloud – Additional Marketing Interactions
- IBM Marketing Cloud B2B Standard
- IBM Marketing Cloud B2B – 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
- IBM Marketing Cloud Enterprise
- IBM Marketing Cloud B2B Enterprise
- IBM Marketing Cloud Social Audiences
- IBM Marketing Cloud Duplicate Message Send

2. Måletyper for betaling

IBM SaaS-produktet sælges og betales på basis af en af følgende målinger, som angivet i Transaktionsdokumentet:

- Adgang (Access)** – er en måleenhed, som IBM SaaS-produktet kan anskaffes på basis af. En Adgang er retten til at bruge IBM SaaS-produktet. Kunden skal anskaffe en adgangsret for at kunne bruge IBM SaaS-produktet i den måleperiode, som er angivet i beviset for brugsret eller i Transaktionsdokumentet.
- Autoriseret Bruger (Authorized User)** – er en måleenhed, som IBM SaaS-produktet kan anskaffes på basis af. Kunden skal anskaffe separate, dedikerede brugsrettigheder til hver entydige Autoriserede Bruger, som – uanset måde – får adgang til IBM SaaS-produktet direkte eller indirekte, f.eks. via et multiplex-program, en enhed eller en applikationsserver, uanset metode. Kunden skal anskaffe tilstrækkeligt mange brugsrettigheder til at kunne dække det antal Autoriserede Brugere, som får adgang til IBM SaaS-produktet i den måleperiode, der er angivet i Kundens bevis for brugsret eller i Transaktionsdokumentet.
- Forbindelse (Connection)** – er en måleenhed, som IBM SaaS-produktet kan anskaffes på basis af. En Forbindelse er et link eller en tilknytning mellem en database, applikation, server eller en anden type enhed og IBM SaaS-produktet. Kunden skal anskaffe tilstrækkeligt mange brugsrettigheder til at kunne dække det samlede antal Forbindelser, som er blevet eller vil blive oprettet til IBM SaaS-produktet i den måleperiode, der er angivet i Kundens bevis for brugsret eller i Transaktionsdokumentet.

- d. **Databaserecord (Database Record)** – er en måleenhed, som IBM SaaS-produktet kan anskaffes på basis af. En Databaserecord er en samling felter i en database, som vedrører en enkelt enhed, og som er tilgængelig som en enkelt enhed. Hver brugsrettighed af typen Databaserecords i tusinder repræsenterer Tusind Databaserecords. Kunden skal anskaffe tilstrækkeligt mange brugsrettigheder af typen Databaserecord i tusinder til at kunne dække det samlede antal Databaserecords, som er tilgængelige til at blive behandlet af IBM SaaS-produktet i den måleperiode, der er angivet i Kundens bevis på brugsret eller i Transaktionsdokumentet.
- e. **Engagement (Engagement)** – er en måleenhed, som serviceydelse kan anskaffes på basis af. Et Engagement består af faglige og/eller uddannelsesmæssige serviceydelser, som vedrører IBM SaaS-produktet. Kunden skal anskaffe tilstrækkeligt mange brugsrettigheder til at kunne dække hvert Engagement.
- f. **Begivenhed (Event)** – er en måleenhed, som IBM SaaS-produktet kan anskaffes på basis af. Brugsrettigheder af typen Begivenheder baseres på antallet af forekomster af en bestemt begivenhed, som er knyttet til brugen af IBM SaaS-produktet. Brugsrettighederne gælder det specifikke IBM SaaS-produkt, og begivenhedstypen kan ikke udskiftes eller sammenlægges med andre brugsrettigheder til Begivenheder til et andet IBM SaaS-produkt eller en anden begivenhedstype. Kunden skal anskaffe tilstrækkeligt mange brugsrettigheder til at kunne dække alle begivenheder, som opstår i den måleperiode, der er angivet i Kundens bevis for brugsret eller i Transaktionsdokumentet.

Ved anskaffelse af brugsretter af typen Begivenhed tæller følgende med som en Begivenhed:

(1) Marketinginteraktion

En Marketinginteraktion er et indgående eller udgående kontaktpunkt/kommunikation. En e-mailbesked, en pushmeddelelse til mobilenheden, en enhedsapplikationsmeddelelse, indhold vist i en browser, en social visning og en målrettet annonce er eksempler på en sådan kommunikation. De kan relatere sig til anonyme eller kendte besøgende eller kunder.

(2) Email Insights-åbninger

Det bliver registreret en Email Insights-åbning, hver gang en e-mailmodtager modtager en mail fra Kunden og åbner e-mailen.

(3) Kontakt

Kontakt er den Begivenhed, hvor en kontakt-id sendes til en tilsvarende social platform via Social Audiences-funktionen.

- g. **Forekomst (Instance)** – er en måleenhed, som IBM SaaS-produktet kan anskaffes på basis af. Ved Forekomst forstås en adgang til en specifik IBM SaaS-konfiguration. Kunden skal anskaffe tilstrækkeligt mange brugsrettigheder for hver Forekomst af IBM SaaS-produktet, der stilles til rådighed, til at kunne dække adgang og brug i den måleperiode, der er angivet i Kundens bevis for brugsret eller i Transaktionsdokumentet.

3. Pris og fakturering

Det beløb, der skal betales for IBM SaaS-produktet, er angivet i et Transaktionsdokument.

3.1 Betaling for opsætning

Der bliver pålagt et engangsbeløb for betaling af første opsætning, og beløbet faktureres i overensstemmelse med faktureringsvilkårene i Transaktionsdokumentet. Baseret på den IBM SaaS-basisløsning, som Kunden har valgt, vil den tilsvarende, obligatoriske opsætningsydelse gøre det muligt for Kunden at bruge det valgte IBM SaaS-produkt. Følgende opsætningsydelser er tilgængelige:

- IBM Marketing Cloud Standard – Onboarding Services
- IBM Marketing Cloud B2B Standard – Onboarding Services
- IBM Marketing Cloud Enterprise – Onboarding Services
- IBM Marketing Cloud B2B Enterprise – Onboarding Services
- IBM Marketing Cloud Mobile Onboarding Services
- IBM Marketing Cloud – Onboarding Services Upgrade

Nedenstående opsætningsydelse vil blive faktureret i overensstemmelse med de faktureringsvilkår, som er angivet i Transaktionsdokumentet, når Kunden bestiller rettigheder af typen Autoriseret Bruger til IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Additional Users:

- IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Onboarding Services

3.2 Betaling for del af måned

Betaling for en del af en måned, som angivet i Transaktionsdokumentet, kan opgøres forholdsvis.

3.3 Betaling for merforbrug

Hvis Kundens faktiske brug af IBM SaaS-produktet i måleperioden overstiger den brugsret, som er angivet i beviset for brugsret, bliver Kunden faktureret for merforbruget, som angivet i Transaktionsdokumentet.

Kunden faktureres bagud for merforbruget hver måned til den pris, der er angivet i beviset for brugsret, når først den samlede total er nået. Sådant merforbrug skal betales i tillæg til den månedlige basisbetaling.

Hvis Abonnementsperioden er på mere end 12 måneder, baseres det samlede, totale antal brugsrettigheder på 12 månedlige måleperioder. Den samlede total nulstilles efter den 12. månedlige måleperiode. Betaling for merforbrug for de næste 12 måleperioder forfalder først, når den faktiske brug af interaktioner overstiger det totale antal interaktioner, Kunden ret til at bruge i de 12 månedlige måleperioder.

For Kunder, som gør brug af opgraderingydelse, behandles hver opgraderingsperiode på samme måde som abonnementsperioden og er underlagt samme principper.

Hvis en Abonnementsperiode er på mindre end 12 måneder, eller der resterer under 12 måleperioder i Abonnementsperioden, bliver det resterende antal månedlige brugsrettigheder i et abonnement brugt til det samlede antal interaktioner, Kunden har brugsret til.

a. Eksempel 1:

Kunden har en Abonnementsperiode på 12 måneder og har anskaffet 10 Autoriserede Brugere under IBM Marketing Cloud Additional User-rettigheden. Hvis Kunden aktiverer mere end 10 Autoriserede Brugere inden udgangen af Abonnementsperioden på 12 måneder, bliver Kunden faktureret den følgende måned for det ekstra antal, og al brug i de efterfølgende måneder faktureres bagud indtil udgangen af Abonnementsperioden.

b. Eksempel 2:

Kunden har en Abonnementsperiode på tre år og har anskaffet 10 Autoriserede Brugere under IBM Marketing Cloud Additional User-rettigheden. Hvis Kunden aktiverer mere end 10 Autoriserede Brugere inden udgangen af den første 12-måneders periode, bliver Kunden den efterfølgende måned faktureret for det ekstra antal og for al brug til udgangen af denne 12-måneders periode. Brugsantallet bliver nulstillet ved udgangen af hver 12-måneders periode. Hvis Kunden aktiverer mere end 10 Autoriserede Brugere inden udgangen af den næste 12-måneders Abonnementsperiode, bliver Kunden faktureret den følgende måned for det ekstra antal, og al brug i de efterfølgende måneder faktureres bagud, indtil brugstallet bliver nulstillet eller indtil udgangen af Abonnementsperioden.

3.4 Betaling for brug (Pay Per Use)

Kunden må bruge IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud Social Audiences og IBM Marketing Cloud Enterprise målt i 1.000 Begivenheder, IBM Marketing Cloud B2B Standard og IBM Marketing Cloud B2B Enterprise målt i enheder på 10.000 Databaserecords og IBM Marketing Cloud Additional Email Insights Opens målt i enheder af 100.000 Begivenheder med betaling efter forbrug. Kunden bliver faktureret for det antal Begivenheder eller Databaserecords, alt efter hvad der er relevant, som bruges hver måned, til den pris, der er angivet i Transaktionsdokumentet.

4. Fornyelse af IBM SaaS-abonnementsperioden

IBM SaaS-perioden begynder den dato, hvor IBM giver Kunden besked om, at Kunden har adgang til IBM SaaS-produktet, som beskrevet i beviset for brugsret. Beviset for brugsret angiver, om IBM SaaS-produktet fornyes automatisk, fortsætter løbende eller ophører ved udgangen af aftaleperioden.

Ved automatisk fornyelse: Medmindre Kunden mindst 90 dage inden periodens udløbsdato informerer IBM om ikke at forny aftaleperioden, fornyes IBM SaaS-produktet automatisk for den periode, der er angivet i beviset for brugsret.

Ved løbende brug: IBM SaaS-produktet vil fortsat være tilgængeligt på månedsbasis, indtil Kunden med 90 dages skriftligt varsel til IBM bringer aftalen til ophør. IBM SaaS-produktet vil være tilgængeligt indtil udgangen af den kalendermåned, der følger efter en sådan 90-dages periode.

5. Teknisk support

Der ydes teknisk support til IBM SaaS-produktet og Aktiveringssoftwaren i Abonnementsperioden. Den tekniske support er inkluderet i IBM SaaS-produktet og kan ikke anskaffes separat.

Problemklassificering	Definition af problemklassificering	Målsætning for reaktionstid	Dækning – reaktionstid
1	Funktion/serviceydelse med central indvirkning på forretningen er nede: En central forretningsfunktion er ude af drift, eller der er fejl på en central grænseflade. Det gælder sædvanligvis et produktionsmiljø og angiver manglende adgang til serviceydelser, hvilket resulterer i en væsentlig påvirkning af driften. Tilstanden kræver en øjeblikkelig løsning.	Inden for 1 time	24 x 7
2	Betydelig indvirkning på forretningen: Der er en alvorlig brugsbegrænsning i en forretningsfunktion i serviceydelsen, eller der er risiko for, at tidsfrister ikke overholdes.	Inden for 2 arbejdstimer	Mandag – fredag i arbejdstiden
3	Mindre indvirkning på forretningen: Angiver, at serviceydelsen eller funktioner kan benyttes, og at der ingen alvorlig påvirkning er af driften.	Inden for 4 arbejdstimer	Mandag – fredag i arbejdstiden
4	Minimal indvirkning på forretningen: En forespørgsel eller en ikke-teknisk anmodning	Inden for 1 arbejdsdag	Mandag – fredag i arbejdstiden

6. Tillægsvilkår for IBM SaaS-produktet

6.1 Aktiveringssoftware

Hvis der henvises til en separat licensaftale, f.eks. IBM International License Agreement for Non-Warranted Programs (kaldet ILAN) eller en anden IBM- eller tredjepartslicensaftale, sammen med Aktiveringssoftwaren på installerings- eller downloadningstidspunktet, er brugen af Aktiveringssoftwaren underlagt den separate aftale. Følger der ikke en licensaftale med aktiveringssoftwaren, gælder disse Vilkår for brug.

6.2 Databeskyttelse i EU

Hvis Kunden gør Personoplysninger tilgængelige for IBM SaaS-produktet, betragtes Kunden – mellem Kunden og IBM – som fuldt dataansvarlig for Personoplysningerne, og Kunden udpeger IBM som databehandler til at behandle Personoplysningerne (som disse udtryk er defineret som henholdsvis "registeransvarlig" og "registerfører" i EU-direktiv 95/46/EF). IBM behandler kun sådanne Personoplysninger i det omfang, det er nødvendigt for at gøre IBM SaaS-produktet tilgængelig i overensstemmelse med disse Vilkår for brug. IBM skal i rimeligt omfang samarbejde med Kunden med hensyn til opfyldelse af de lovgivningsmæssige krav, herunder give Kunden adgang til Personoplysninger. Kunden giver samtykke til, at IBM må behandle Indhold, der stilles til rådighed for IBM SaaS-produktet, herunder Personoplysninger, på tværs af landegrænser til IBM i United States. Hvis IBM ændrer den måde, IBM behandler eller sikrer Personoplysninger, og ændringen betyder, at Kunden ikke længere opfylder de relevante databeskyttelseslove, kan Kunden opsigte det relevante IBM SaaS-produkt, senest 30 dage efter at IBM har givet meddelelse om ændringen.

6.3 Lokalteter med afledte fordele (Derived Benefit)

Hvor det er relevant, baseres skatter og afgifter på den eller de lokationer, Kunden identificerer som værende den eller de lokationer, der modtager fordelene ved IBM SaaS-produktet. IBM inkluderer skatter og afgifter på basis af den forretningsadresse, Kunden anfører som primær fordelingslokation ved bestilling af et IBM SaaS-produkt, medmindre Kunden informerer IBM om andet. Det er Kundens ansvar at sørge for, at oplysningerne er opdateret og at informere IBM om eventuelle ændringer.

6.4 Overholdelse af Safe Harbor-principperne

IBM overholder principperne i Safe Harbor-ordningen, som er aftalt mellem EU og USA, som angivet af det amerikanske handelsministerium, vedrørende indsamling, brug og opbevaring af oplysninger, der indsamles fra EU. Der er flere oplysninger om Safe Harbor-ordningen og om IBM's certificering på <http://www.export.gov/safeharbor/>.

6.5 Distributionslister

Kunden må ikke sammen med IBM SaaS-produktet benytte distributionslister, som indeholder personer, der ikke har givet tilladelse til at blive inkluderet på sådanne lister for specifikt at modtage mail-kommunikation fra Kunden, medmindre Kunden har en eksisterende forretningsrelation eller personlig relation med personerne. Det er under alle omstændigheder udtrykkeligt forbudt at bruge lister eller data, som er genereret via "affiliate marketing". Kunden skal inkludere en gyldig fravælgelsesmekanisme i hver meddelelse.

6.6 Intet videresalg

Kundens ret til at benytte IBM SaaS-produktet gælder kun Kunden. Kunden må ikke videresælge IBM SaaS-produktet eller give tredjepart (udover medarbejdere eller kontraktansatte, som arbejder på vegne af Kunden) adgang til IBM SaaS-produktet uden forudgående, skriftlig godkendelse fra IBM.

6.7 Push-adviseringer til mobilenheder

Begivenheder af typen Marketinginteraktion, som er knyttet til push-adviseringer til mobile enheder, omfatter enkle push-adviseringer, enkle push-adviseringer inden for en app (in-app), rich-adviseringer og indboksadviseringer. Enkle push-adviseringer, adviseringer inden for en app og rich-adviseringer tæller som én Marketinginteraktion pr. enhed på tidspunktet for adviseringens afsendelse. Indboksadviseringer tæller som én Marketinginteraktion pr. appkey, de sendes til.

Beregning af Marketinginteraktioner, som er knyttet til push-adviseringer til mobile enheder, skal inkludere det antal push-adviseringer, som sendes til mobile enheder, der har valgt at undertrykke push-adviseringer, og det antal push-adviseringer, som sendes til mobile enheder, efter applikationen er blevet afinstalleret. IBM vil bruge feedback fra Apple og Google regelmæssigt og opdatere push-adviseringer, der sendes, på basis af afinstalleringer. Det er Kundens ansvar at fastlægge det nødvendige antal rettigheder af typen Begivenhed til de Marketinginteraktioner, som omfatter push-adviseringer.

6.8 Duplicate Message Send

Duplicate Message Send er en ekstra abonnementsfunktion, som aktiveres på virksomhedsniveau. En Kunde, der abonnerer på funktionen, kan aktivere og deaktivere funktionen. De e-mailadresser, som Kunden angiver skal modtage en kopi af beskeden, står som Bcc-adresser og kan ikke ses af modtageren af e-mailen. Kundens modtagere af beskedkopien kan ændres. Hvis e-mailen ikke kan afleveres til den adresse, der er angivet som Bcc, kan IBM ikke gensende e-mailkopien.

6.9 Dataopbevaring

Bestemte dataelementer i IBM SaaS-produktet skal være tilgængelige i IBM SaaS-produktet som følger: E-mailmeddelelser og -indhold, ubrugte eller inaktive databaser og skabeloner – 450 dage; websporing af kendte besøgende – 180 dage; websporing af anonyme besøgende – 30 dage; og Universal Behaviors – 180 dage (Dataopbevaringsperioden). Dataelementerne kan blive fjernet fra IBM's netværk og systemer, når Dataopbevaringsperioden er udløbet, og IBM kan – under alle omstændigheder – destruere alle kopier af disse dataelementer og eventuelle andre relaterede kundedata 30 dage efter Abonnementsperiodens ophør eller udløb. Kunden skal opbevare sikkerhedskopier af alt indhold, der leveres til brug i forbindelse med IBM SaaS-produktet.

6.10 Bemærkninger om tredjepartskode

IBM SaaS-produktet inkluderer følgende software, som ikke må bruges i ond hensigt: janrain4j_1.1.0, JSON, JSON-lib-2.3, JDK15, flexjson og packtag.

6.11 Versioner på andre sprog end engelsk

Kunden er indforstået med og accepterer, at adgang til og brug af en ikke-engelsk version af IBM SaaS-produktet kan afhænge af funktionaliteten hos en tredjepartsteknologipartner, translations.com, med hensyn til oversættelse af brugergrænsefladen. Når Kunden bruger en ikke-engelsk sprogversion af IBM SaaS-produktet, kan IBM SaaS-brugerens grænseflade overføre Kundedata og andet indhold, hvortil der er adgang via IBM SaaS-brugergrænsefladen, ukrypteret via de systemer hos translations.com, der er dedikeret til IBM SaaS-produktet med det formål at oversætte brugergrænsefladen på Kundens anmodning.

Bilag A

IBM Marketing Cloud, en cloudbaseret digital marketingplatform, gør det muligt for markedsføringsfolk at opnå et investeringsafkast (ROI) ved brug af følgende nøglefunktioner:

- Design og automatisering af ensartede brugeroplevelser på tværs af kanaler via e-mail, mobil, web og sociale kanaler.
- Brug af analyse til at træffe markedsføringsbeslutninger og styrke kundeengagementet.
- Bedre investeringsafkast via en cloudbaseret digital marketingplatform, som kan integreres med andre kundedatakilder og applikationer.

IBM Marketing Cloud indeholder følgende nye, løsningsbaserede pakker og serviceydelser, som passer til markedsføringsfolkenes behov for at forenkle købsprocessen.

1. IBM Marketing Cloud Standard

IBM Marketing Cloud Standard hjælper markedsføringsfolk med bedre at forstå kundernes adfærd og levere tilpassede interaktioner med højere konverteringsrater til følge. Dette produkt kan anskaffes som et abonnement og med betaling efter brug.

- Marketingdatabase: Omfattende kundedata kan samles i en enkelt kilde, og dataene kan benyttes til at styrke automatiserede kampagner og tilpasset kommunikation.
- Segmentering: Data om blandt andet adfærd, profil og præferencer kan bruges til at sende forespørgsler til og indsnævre målgruppen. Det er også muligt at integrere disse segmenteringsforespørgsler i marketingstrategierne, så kunderne kan levere engagerende og tilpasset indhold til deres målpublikum.
- Funktion til bygning af indhold: En intuitiv, webbaseret redigeringsfunktion gør det muligt at oprette og redigere indhold i applikationen med peg-og-klik-adgang til funktioner, f.eks. linksporing, tilpasning og dynamisk indhold.
- Dynamisk indhold: Meddelelser, som er relevante og specifikke for hver enkelt bruger, kan oprettes direkte i meddelelseteksten ved hjælp af en intuitiv peg-og-klik-grænseflade.
- A/B-test: Test-e-mails kan afsendes fra navne- eller indholdselementer for at teste emnelinjen. Kunderne kan finde ud af, hvilke elementer der får den bedste respons, og sende de e-mail, der opnår de bedste resultater, til kontaktpersoner.
- E-mail: E-mails kan oprettes med indhold, der er relevant og engagerende, og sendes.
- Push-meddelelser til mobilenheder: Der kan leveres tilpassede meddelelser ved at kombinere mobilappdata med rige informationer om forbrugerprofil.
- Social deling: E-mailmarketingmeddelelser kan deles på sociale netværkswebsteder og give detaljerede rapportresultater.
- Progressive formularer: Antallet af tilfælde, hvor formularer ikke udfyldes, kan reduceres, og kunderne kan over tid opbygge en kontaktpersons profil ved hjælp af progressive webformularer, der viser forskellige spørgsmål, hver gang en kontaktperson besøger et websted eller en startside.
- Sporing af digital adfærd: Overvågning af, hvordan kontaktpersoner kommunikerer med kunderne online ved brug af beregninger, livechat, sociale knapper og andet. Disse sporingsbegivenheder kan benyttes som basis for at flytte en kontaktperson til et marketingprogram eller til en model til scoring af adfærd.
- Startside: Peg-og-klik-adgang til at oprette kampagnespecifikke sider og tilpassede webformularer.
- Adfærdsanalyse: Resultater fra e-mailudsendelser kan manipuleres med henblik på at identificere tendenser og målkundesegmenter; kundesegmenter kan defineres, og metrikker kan vælges til oprettelse af krydstabel- og tabelrapporter, og rapporter kan derefter manipuleres ved at tilføje eller fjerne felter, ændre metrikken og sortere og ordne kolonner.
- Kampagnerapporter: Der kan oprettes samlede og detaljerede rapporteringsoplysninger om e-mails sendt til kunder. Rapporteringsmetrikker inkluderer åbninger, konverteringer, rich media, videresendelser og adgang til clickstream-data.

- Email Insights: Brugere kan få vist, hvordan mailudsendelser vil se ud på forskellige e-mailklienter, og brugen af e-mailklienter kan spores på tværs af mailinglister. Det kan hjælpe med til at optimere e-mailprogrammerne, afhængig af de specifikke enheder og e-mailklienter som kunderne bruger. Email Insights inkluderer teknologikomponenter fra Litmus.
- Journey Designer: Et visuelt design-værktøj, som gør det muligt for marketingfolk at samarbejde om at kortlægge en kundes rejse og dele den på tværs af teamet.
- Universal Behavior Exchange: Aktiveringsteknologi, som giver kunderne mulighed for at publicere data inden for IBM Marketing Cloud og abonnere på data fra integrerede tredjepartsapplikationer.
- Social Audiences: Marketingapplikation til sociale medier, som giver kunderne mulighed for at sende bestemte målgrupper og tilhørende reklamer til netværk af sociale medier med henblik på markedsføring til den bestemte målgruppe eller lignende målgrupper.
- IBM Marketing Cloud Orientation er en basisuddannelsespakke til IBM Marketing Cloud. Den giver en overordnet beskrivelse af Marketing Cloud-funktionerne samt en introduktion til kundeengagementsmodellen (Customer Engagement Model). Orientation-pakken er inkluderet i det første abonnement på Marketing Cloud og skal gennemføres inden den nødvendige Onboarding Service påbegyndes. Den leveres som en selvbetjeningsløsning og inkluderer video og webbaserede optagelser.

Der er inkluderet følgende i abonnementsgebyret for dette IBM SaaS-produkt:

- a. Fem (5) Autoriserede Brugere.
- b. Ti (10) aktive programmer.
- c. 250.000 Marketinginteraktioner pr. måned, i alt 3 millioner Marketinginteraktioner, som kan forbruges årligt.
- d. Ubegrænset antal databaserecords.
- e. 5.000 Social Audiences-kontaktbegivenheder pr. måned.
- f. 200.000 Email Insights-åbninger pr. måned og
- g. Ubegrænset antal forhåndsvisninger af e-mail. Der bliver registreret en forhåndsvisning af e-mail (email preview), hver gang Kunden sender en e-mailskabelon til denne funktion med henblik på forhåndsvisning.

Kunden kan også anskaffe flere Brugere, Marketinginteraktioner og Email Insights-åbninger.

2. IBM Marketing Cloud B2B Standard

IBM Marketing Cloud B2B Standard hjælper markedsføringsfolk med at indsamle, kvalificere og pleje mulige kundeemner med det formål at tilpasse markedsføringen bedre til salget og dermed øge indtjeningen. Dette produkt kan anskaffes som et abonnement og med betaling efter brug. Dette IBM SaaS-produkt inkluderer følgende funktioner:

- Alle funktioner i IBM Marketing Cloud Standard-produktet
- Markedsføringsautomatisering
- Pleje af mulige kundeemner: Marketingkampagner kan oprettes via en visuel kampagnebyggefunktion; automatiserede meddelelser sendes eller droppes i et kundeplejeprogram, når en mulig kunde ruter eller udfører en bestemt handling.
- Scoremodel: Der bliver udarbejdet scorer for kunder og mulige kunder på basis af købskriterier, demografi og adfærd, f.eks. besøg på websteder, indsendelse af formularer og meddelelsesinteraktion, eller på tidsbaserede komponenter, herunder aktualitet og hyppighed. Automatiseringsfunktioner ruter kunder og mulige kunder til relevant opfølgning på basis af de opnåede scorer.
- CRM-integrering (Customer Relationship Management): Integrering med tredjeparts-CRM-systemer, inklusive Salesforce.com, Microsoft Dynamics CRM og Sugar CRM.

Der er inkluderet følgende i abonnementsgebyret for dette IBM SaaS-produkt:

- a. Fem (5) Autoriserede Brugere.
- b. Ti (10) aktive programmer.
- c. Én (1) model til udarbejdelse af scorer.

- d. Et ubegrænset antal Marketinginteraktioner.
- e. 50.000 Databaserecords.
- f. 5.000 Social Audiences-kontaktbegivenheder pr. måned.
- g. 200.000 Email Insights-åbninger pr. måned og
- h. Ubegrænset antal forhåndsvisninger af e-mail. Der bliver registreret en forhåndsvisning af e-mail (email preview), hver gang Kunden sender en e-mailskabelon til denne funktion med henblik på forhåndsvisning.

Kunden kan også anskaffe flere Brugere, Databaserecords og Email Insights-åbninger.

3. IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Extension

IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning er baseret på Allocadia, en af IBM's tredjepartspartnere, og kan anskaffes som enkeltstående produkt eller til brug sammen med Marketing Cloud Standard, Marketing B2B Standard, Marketing Cloud Enterprise, Marketing Cloud B2B Enterprise, IBM Silverpop Engage eller IBM Campaign. Dette produkt kan anskaffes som et abonnement og med betaling efter brug. Funktionerne omfatter:

- Planlægning: Oprettelse og deling af planer med det formål at tilpasse virksomhedsstrategien, udarbejdelse af prognoser for investeringsafkast, og forudsigelse af betydningen for indtjeningen.
- Budgettering: Oprettelse og administration af globale budgetter i en hvilken som helst valuta uden besværlige, ikke-sammenhængende regneark, uanset om de fokuserer globalt, på region eller på produkt.
- Resultater: Visualisering, analyse og optimering af udgifterne; der kan træffes mere intelligente beslutninger, når virksomheden knytter planer og budgetter til CRM-data, økonomiske data og markedsføringsdata.

Følgende er inkluderet i abonnementsgebyret på dette IBM SaaS-produkt:

- Fem (5) Autoriserede Brugere.
- Én (1) Connector

IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning Additional Users kan anskaffes, hvis Kunden skal bruge flere Autoriserede Brugere end det antal, der leveres sammen med basisserviceydelsen. IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning Additional Connector kan anskaffes, hvis Kunden skal bruge flere Connectors sammen med basisserviceydelsen.

4. IBM Marketing Cloud Enterprise

Denne pakke er baseret på funktionerne i Standard-pakken. Enterprise-pakken omfatter en brugsret til Allocadia-baserede planlægnings- og budgetteringsfunktioner. Den indeholder også CRM-funktioner (customer relationship management). Abonnenter modtager flere Autoriserede Brugere i Enterprise-pakken samt tilladelse til at benytte mere programautomatisering, scoring og flere Email Insights. Abonnenter modtager også flere Marketinginteraktioner som del af Enterprise-pakken. Dette produkt kan anskaffes som et abonnement og med betaling efter brug.

Følgende er inkluderet i abonnementsgebyret på dette IBM SaaS-produkt:

- a. Ti (10) Autoriserede Brugere.
- b. Et ubegrænset antal aktive programmer.
- c. Ubegrænset antal databaserecords.
- d. 750.000 Marketinginteraktioner pr. måned, i alt 9 millioner Marketinginteraktioner, som kan forbruges årligt.
- e. 25.000 Social Audiences-kontaktbegivenheder pr. måned.
- f. Ubegrænset antal scoringsmodeller.
- g. 400.000 Email Insights-åbninger pr. måned og
- h. Ubegrænset antal forhåndsvisninger af e-mail. Der bliver registreret en forhåndsvisning af e-mail (email preview), hver gang Kunden sender en e-mailskabelon til denne funktion med henblik på forhåndsvisning.

Kunden kan også anskaffe flere Brugere, Marketinginteraktioner og Email Insights-åbninger.

5. IBM Marketing Cloud B2B Enterprise

Denne pakke er baseret på funktionerne i B2B Standard-pakken. B2B Enterprise-pakken omfatter en brugsret til Allocadia-baserede planlægnings- og budgetteringsfunktioner. Abonnenter modtager flere Autoriserede Brugere i B2B Enterprise-pakken samt tilladelse til at benytte mere programautomatisering, scoring og flere Email Insights. Abonnenter modtager også flere databaserecords som del af B2B Enterprise-pakken. Dette produkt kan anskaffes som et abonnement og med betaling efter brug.

Følgende er inkluderet i abonnementsgebyret på dette IBM SaaS-produkt:

- a. Ti (10) Autoriserede Brugere.
- b. Et ubegrænset antal aktive programmer.
- c. Et ubegrænset antal Marketinginteraktioner.
- d. 100.000 Databaserecords.
- e. 25.000 Social Audiences-kontaktbegivenheder pr. måned.
- f. Ubegrænset antal scoringsmodeller.
- g. 400.000 Email Insights-åbninger pr. måned og
- h. Ubegrænset antal forhåndsvisninger af e-mail. Der bliver registreret en forhåndsvisning af e-mail (email preview), hver gang Kunden sender en e-mailskabelon til denne funktion med henblik på forhåndsvisning.

Kunden kan også anskaffe flere Databaserecords og Email Insights-åbninger.

6. IBM Marketing Cloud Social Audiences

IBM Marketing Cloud Social Audiences giver marketingmedarbejdere mulighed for at målrette markedsføringen mod deres kunder ved brug af betalte sociale medier. Kunder, som køber Marketing Cloud-pakkerne – Standard, B2B Standard, Enterprise eller B2B Enterprise – har ret til at benytte et vist antal Social Audiences. Social Audiences kan også anskaffes som enkeltstående produkt. Dette produkt kan anskaffes som et abonnement og med betaling efter brug.

Følgende er inkluderet i abonnementsgebyret på dette IBM SaaS-produkt:

- Kunder, som har anskaffet én af IBM Marketing Cloud Standard-pakkerne: 5.000 kontaktbegivenheder pr. måned.
- Kunder, som har anskaffet én af IBM Marketing Cloud Enterprise-pakkerne: 25.000 kontaktbegivenheder pr. måned.
- Kunde, som har anskaffet Social Audiences-produktet uafhængigt af IBM Marketing Cloud-abonnementsprodukterne, har mulighed for at anskaffe kontaktbegivenheder i enheder af 5.000, 25.000, 100.000, 250.000, 500.000, 1 million, 2 millioner eller 5 millioner.

7. IBM Marketing Cloud Duplicate Message Send

IBM Marketing Cloud Duplicate Message Send indeholder nedenstående funktioner til abonnenter på IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud B2B Standard, IBM Marketing Cloud Enterprise og IBM Marketing Cloud B2B Enterprise. Med Duplicate Message Send kan en IBM Marketing Cloud-Kunde modtage nøjagtige kopier af den tilpassede besked, som sendes til Kundens kunder, med henblik på overholdelse af lovgivning og bestemmelser, revision eller anden form for sporing. Aktuelt kan Duplicate Message Send kun anvendes sammen med e-mail. Dette produkt kan kun anskaffes som abonnement. Der er inkluderet følgende i abonnementsgebyret for dette IBM SaaS-produkt:

- Et ubegrænset antal afsendelser af beskedkopier

8. Produkter med opsætningsydelser

- IBM Marketing Cloud Standard Onboarding Services er en kombination af implementering og uddannelse, der har til formål at hjælpe brugerne med at konfigurere og udnytte produkterne i Marketing Cloud Standard-løsningen. Denne serviceydelse, der leveres som fjernserviceydelse, er obligatorisk ved anskaffelse af det første abonnement på Marketing Cloud. Der er tilknyttet en Onboarding-konsulent, som skal hjælpe Kunderne gennem opstartsprocessen, der leveres via en række fjernmøder og webbaserede, indspillede uddannelsessessioner. Onboarding-serviceydelserne omfatter implementering, konfiguration og opsætning, uddannelse og spørgsmål og svar.

- IBM Marketing Cloud B2B Standard Onboarding Services er en kombination af implementering og uddannelse, der har til formål at hjælpe brugerne med at konfigurere og udnytte produkter i Marketing Cloud B2B Standard-løsningen. Denne serviceydelse, der leveres som fjernserviceydelse, kræves til det første abonnement på Marketing Cloud B2B Standard. Der er tilknyttet en Onboarding-konsulent, som skal hjælpe organisationer gennem opstartsprocessen, der leveres via en række fjernmøder og webbaserede, indspillede uddannelsessessioner. Onboarding-serviceydelserne omfatter implementering, konfiguration og opsætning, uddannelse og spørgsmål og svar.
- Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Onboarding Services er en uddannelsesydelse, der skal gøre det muligt for brugerne at konfigurere og udnytte produkterne i IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning-løsning. Denne serviceydelse, der leveres som en fjernserviceydelse, skal anskaffes sammen med IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Additional Users-produktet. Der er tilknyttet en uddannelseskonsulent, som skal hjælpe organisationer med bruge den udvidede rapport- og dashboardtilpasning via en række fjernmøder og webbaserede, indspillede uddannelsessessioner. Onboarding-serviceydelserne omfatter implementering, konfiguration og opsætning, uddannelse og spørgsmål og svar.
- IBM Marketing Cloud Enterprise Onboarding Services er en kombination af implementering og uddannelse, der har til formål at hjælpe brugerne med at konfigurere og udnytte produkter i Marketing Cloud Enterprise-løsningen. Denne servicepakke, der leveres som en fjernydelse, kræves til det første abonnement på Marketing Cloud Enterprise. Der er tilknyttet en Onboarding-konsulent, som skal hjælpe kunderne gennem opstartsprocessen, der leveres via en række fjernmøder og webbaserede, indspillede uddannelsessessioner. Onboarding-serviceydelserne omfatter implementering, konfiguration og opsætning, uddannelse og spørgsmål og svar.
- IBM Marketing Cloud B2B Enterprise Onboarding Services er en kombination af implementering og uddannelse, der skal hjælpe brugerne med at konfigurere og udnytte produkterne i Marketing Cloud B2B Enterprise-pakken. Denne servicepakke, der leveres som en fjernydelse, kræves til det første abonnement på Marketing Cloud B2B Enterprise. Der er tilknyttet en Onboarding-konsulent, som skal hjælpe kunder gennem opstartsprocessen, der leveres via en række fjernmøder og webbaserede, indspillede uddannelsessessioner. Onboarding-serviceydelserne omfatter implementering, konfiguration og opsætning, uddannelse og spørgsmål og svar.
- IBM Marketing Cloud Mobile Onboarding Services er en valgfri løsning til IBM Marketing Cloud-abonnenter, som vil benytte Mobile Push-funktionen. Løsningen tilbyder op til 35 timers fjernydelser, som inkluderer opsætning, rådgivning og en første implementering og test af push-adviseringer. Denne serviceydelse til nye kunder er også tilgængelig for Standard- og B2B Standard-abonnenter.
- IBM Marketing Cloud Onboarding Service Upgrade kan kun benyttes af eksisterende IBM Marketing Cloud-abonnenter, som tidligere har gennemført Onboarding-processen til IBM Marketing Cloud eller IBM Silverpop. Denne ydelse indeholder op til ti timers fjernrådgivning i forbindelse med IBM Marketing Cloud. Der bliver tilknyttet en onboarding-konsulent, som skal lede kunden gennem IBM Marketing Cloud-onboarding-processen og sætte kunden i stand til at konfigurere og benytte produkterne i Marketing Cloud-pakkerne. Onboarding-ydelserne omfatter konfiguration og opsætning, uddannelse og spørgsmål og svar. Denne pakke er ikke påkrævet, men foreslås solgt i følgende situationer: Eksisterende Marketing Cloud-kunder opgraderer til mere avancerede Marketing Cloud-niveauer, eksisterende Silverpop Engage-kunder migrerer til Marketing Cloud-pakkeniveauer og en eksisterende kunde med nye marketingmedarbejdere eller en ny marketingafdeling, som har brug for en startvejledning inden for kundens eksisterende Marketing Cloud-forekomst.

Bilag B

IBM tilbyder følgende aftale om servicemål for tilgængelighed (kaldet SLA) i forbindelse med IBM SaaS-produktet. Kunden er indforstået med, at denne SLA ikke udgør en garanti.

1. Definitioner

- a. **Applikationsnedetid** – betyder den tidsperiode, hvor brugere af de dele af applikationsgrænsefladen, som IBM står som vært for, ikke kan bruge alle dele af den Serviceydelse, som de har de relevante tilladelser til at bruge. Der er ikke tale om "Nedetid", hvis en bruger kan anvende en del af den Serviceydelse, som brugeren har de relevante tilladelser til at bruge.
- b. **Begivenhed** – betyder en omstændighed eller en række omstændigheder, som samlet betyder, at et Servicemål ikke overholdes.
- c. **Kontraheret Måned** – betyder hver hele måned i løbetiden, målt fra midnat Eastern US-tid den første dag i måneden til og med kl. 23.59 Eastern US-tid den sidste dag i måneden.
- d. **Krav** – betyder et krav, som Kunden har sendt til IBM i henhold til vilkårene i SLA'en, og som indeholder en påstand om, at et Servicemål ikke er opfyldt i en Kontraheret Måned.
- e. **Krediteringsbeløb på grund af manglende tilgængelighed (Availability Credit)** – betyder det beløb, IBM tilbyder i forbindelse med et valideret krav. Availability Credit tilbydes i form af et krediteringsbeløb eller en rabat på en senere faktura for betaling af abonnement på Serviceydelsen.
- f. **Nedetid** – betyder Applikationsnedetid og/eller Nedetid mht. Databehandling. Nedetid inkluderer også en periode, hvor IBM SaaS-produktet ikke kan sende eller modtage data via databehandlingselementerne i IBM SaaS-produktet. Nedetid omfatter ikke den tid, hvor IBM SaaS-produktet ikke er tilgængelig som følge af:
 - (1) planlagt eller annonceret vedligeholdelse.
 - (2) Begivenheder eller årsager, som ligger uden for IBM's kontrol, for eksempel naturkatastrofer, internetnedbrud, nødvedligeholdelse og handlinger eller manglende handlinger fra en internet- eller telekommunikationsudbyders side.;
 - (3) Problemer med kundeapplikationer, -udstyr eller -data eller med tredjepartsapplikationer, -udstyr eller -data.
 - (4) Kundens manglende overholdelse af de krævede systemkonfigurationer og understøttede platforme, som giver adgang til Serviceydelsen.
 - (5) IBM's overholdelse af de design, specifikationer eller instruktioner, som Kunden har givet IBM, eller som en tredjepart har givet IBM på Kundens vegne.
- g. **Nedetid mht. Databehandling** – betyder en periode, hvor Serviceydelsen ikke kan indsamle data via elementerne til behandling af data i Serviceydelsen.
- h. **Servicemål** – betyder den standard, der er angivet nedenfor, og som IBM bruger som mål for, om IBM leverer det servicemål, IBM skal i henhold til denne SLA.
- i. **Serviceydelse** – betyder det IBM SaaS-produkt, som denne SLA gælder for.

2. Availability Credits

- a. Før Kunden kan indsende et Krav, skal Kunden have oprettet en problemrapport (ticket) med klassificeringskode 1 (som defineret nedenfor i afsnittet Teknisk support) for hver Begivenhed, hos IBM's tekniske helpdesk inden for 24 timer efter, at Kunden første gang opdagede, at Begivenheden påvirkede Kundens brug af Serviceydelsen. Kunden skal give alle nødvendige oplysninger om Begivenheden og i rimeligt omfang hjælpe IBM med fejlfinding og problemløsning i forbindelse med Begivenheden.
- b. Kunden skal indsende Kravet om Availability Credit seneste tre arbejdsdage efter udgangen af den Kontraherede Måned, hvori årsagen til Kravet er opstået.

- c. Availability Credits baseres på varigheden af Nedetiden, målt fra det tidspunkt, som Kunden har rapporteret, at Kunden første gang blev påvirket af Nedetiden. Hvis Kunden rapporterer, at der er indtruffet en Begivenhed med Applikationsnedetid og en Begivenhed med Nedetid mht. Databehandling samtidigt, så behandler IBM de overlappende nedetidsperioder som en enkelt nedetidsperiode, og ikke som to separate nedetidsperioder. IBM anvender den højeste, relevante Availability Credit til hvert gyldigt Krav, baseret på det opnåede Servicemål i hver enkelt Kontraheret Måned, som vist i tabellen nedenfor. IBM hæfter ikke for flere Availability Credit-beløb for samme Begivenhed i samme Kontraherede Måned.
- d. Den samlede Availability Credit, som Kunden kan få tildelt for en Kontraheret Måned, kan under ingen omstændigheder overstige 20 % af en tolvtedel (1/12) af det beløb, Kunden årligt betaler IBM for Serviceydelsen.

3. Servicemål

IBM SaaS-tilgængelighed i en Kontraheret Måned

Tilgængelighed i en Kontraheret Måned	Availability Credit (% af den månedlige abonnementsbetaling for den Kontraherede Måned, som er genstand for Kravet)
99 % – 99,949 %	2 %
98 % – 98,999 %	5 %
97 % – 97,999 %	10 %
Under 97,000 %	20 %

Tilgængelighed, målt i procent, beregnes på denne måde: (a) det samlede antal minutter i en Kontraheret Måned minus (b) nedetid i alt i minutter i en Kontraheret Måned divideret med (c) det samlede antal minutter i en Kontraheret Måned.

Eksempel: 50 minutters Nedetid i alt i en Kontraheret Måned

43.200 minutter i alt i en Kontraheret Måned på 30 dage - 50 minutters Nedetid = 43.150 minutter <hr/> 43.200 minutter i alt i en Kontraheret Måned på 30 dage	= 2 % Availability Credit for et Opnået Servicemål på 99,884 %.
---	---

4. Andre oplysninger om denne SLA

Denne SLA gælder kun IBM's Kunder og gælder ikke krav, som fremsættes af brugere, gæster eller deltagere eller inviterede, som benytter Serviceydelsen, ligesom den ikke gælder de beta- eller prøveserviceydelser, som IBM stiller til rådighed. Denne SLA gælder kun de Serviceydelser, som anvendes i produktionsmiljøer. Den gælder ikke ikke-produktionsmiljøer, herunder for eksempel test, retablering efter katastrofe, kvalitetssikring eller udvikling.