

## IBM Marketing Cloud

本使用條款 ("ToU") 由本 IBM 使用條款 - SaaS 特定供應項目條款 (「SaaS 特定供應項目條款」) 及標題為 IBM 使用條款 - 一般條款 (「一般條款」) 的文件構成, 該文件可於下列 URL 取得:  
<http://www.ibm.com/software/sla/sladb.nsf/sla/tou-gen-terms/>。

如互有抵觸者, 前項「SaaS 特定供應項目條款」較「一般條款」優先適用。一經訂購、存取或使用 IBM SaaS, 即表示「客戶」同意本使用條款。

「使用條款」受所適用之「IBM International Passport Advantage 合約」、「IBM International Passport Advantage Express 合約」或 IBM International Agreement for Selected IBM SaaS Offerings (視適用情況而定) (以下稱為「合約」) 之規範, 「合約」與「使用條款」共同構成本完整合約。

### 1. IBM SaaS

下列 IBM SaaS 供應項目受前項 SaaS 特定供應項目條款之規範:

- 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. 計費度量

IBM SaaS 係依「交易文件」所定下列其中一項計費度量而銷售:

- a. 「**存取權**」- 是獲得 IBM SaaS 的一種計量單位。一份「存取權」係指使用 IBM SaaS 的權限。「客戶」應在其「權利證明書 (PoE)」或「交易文件」中所指定的計量期間, 取得單一「存取權」的授權, 才能使用 IBM SaaS。
- b. 「**授權使用者**」- 是獲得 IBM SaaS 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 IBM SaaS 的特定「授權使用者」取得個別的專用授權。「客戶」應在其「權利證明書 (PoE)」或「交易文件」中所指定的計量期間, 取得足夠涵蓋可以存取 IBM SaaS 的「授權使用者」數目的授權數。
- c. 「**連線**」- 是獲得 IBM SaaS 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 IBM SaaS 的一個鏈結或關聯。「客戶」應在其「權利證明書 (PoE)」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 IBM SaaS 建立的「連線」總數的授權數。
- d. 「**資料庫記錄**」- 是獲得 IBM SaaS 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 (PoE)」或「交易文件」中所指定的計量期間, 取得足夠涵蓋 IBM SaaS 所處理的「資料庫記錄」總數的「千筆資料庫記錄」授權數。
- e. 「**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 IBM SaaS 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」。

- f. 「事件」- 是取得 IBM SaaS 所依據的一種計量單位。「事件」授權係以有關 IBM SaaS 之使用之特定事件發生次數為基礎。「事件」授權係限定於 IBM SaaS，且不得與其他 IBM SaaS 或事件類型之其他「事件」授權替換、交換或累計。「客戶」應在其「權利證明書 (PoE)」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、社交印象及廣告目標。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 傳送至對應社交平台之「事件」。

- g. 「實例」- 是獲得 IBM SaaS 的一種計量單位。「實例」是對一 IBM SaaS 特定配置的存取權。「客戶」應在其「權利證明書 (PoE)」或「交易文件」中所指定的計量期間，取得足夠讓 IBM SaaS 的每一個實例可供存取及使用的授權數。

### 3. 計費及付款

IBM SaaS 的付款金額明訂於「交易文件」中。

#### 3.1 設定費

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

- 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

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 Onboarding Services

#### 3.2 部分每月費用

「交易文件」所定部分每月費用得按比例計算之。

#### 3.3 超額使用計費

若「客戶」在計量期間內的 IBM SaaS 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」之規定開立發票給「客戶」。

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。

### 3.4 依使用付款計費

「客戶」得使用 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 Standard 與 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（以按每日使用量付款之 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。

## 4. IBM SaaS 訂用期間續約選項

IBM SaaS 之期間，自 IBM 通知「客戶」其可存取 IBM SaaS 之當日起算，詳如「權利證明書」之規定。權利證明書應載明 IBM SaaS 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，IBM SaaS 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 IBM SaaS，至「客戶」提供 90 日前的終止書面通知為止。IBM SaaS 將繼續提供至前述九十日期間到期之日當月底。

## 5. 技術支援

「訂用期間」會提供 IBM SaaS 供應項目及「啟用軟體」的技術支援。此等技術支援，僅隨附於 IBM SaaS 而提供，不被當作個別供應項目。

嚴重性	嚴重性定義	回應時間目標	回應時間涵蓋範圍
1	<b>顯著業務影響/服務停機：</b> 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	全年無休
2	<b>顯著業務影響：</b> 所服務之業務特殊裝置或功能使用受限，或有錯過業務截止日之虞。	2 營業小時內	週一至週五營業時間內
3	<b>次要業務影響：</b> 表示服務或功能無法使用，但對作業未造成重要影響。	4 營業小時內	週一至週五營業時間內
4	<b>些微業務影響：</b> 查詢或非技術要求。	1 個營業日	週一至週五營業時間內

## 6. IBM SaaS 供應項目附加條款

### 6.1 啟用軟體

若「啟用軟體」在安裝或下載時呈現出其他個別授權合約（例如，IBM International License Agreement for Non-Warranted Programs ("ILAN") 或其他 IBM 或第三人授權合約），則此等個別合約將適用於該啟用軟體。該啟用軟體未隨附授權合約者，適用前揭使用條款。

### 6.2 歐盟資料保護

若「客戶」提供「個人資料」予 IBM SaaS 使用，則就「客戶」與 IBM 之間而言，視同「客戶」為該「個人資料」之唯一控制者 (controller)，且「客戶」係指定 IBM（作為處理者 (processor)）處理該等「個人資料」（該等名詞定義收錄於 EU Directive 95/46/EC）。IBM 僅限依本「使用條款」之規定，基於使 IBM SaaS 可供使用所需之程度而處理此類「個人資料」。IBM 將於合理範圍內與「客戶」合作以實現其法律需求，包括允許「客戶」存取前揭「個人資料」。「客戶」同意 IBM 得跨境至位於美國之 IBM，處理可供 IBM SaaS 使用之「內容」，包括「個人資料」。若 IBM 變更其處理或保護「個人資料」之方式，且該項變更致使「客戶」無法遵循所適用之資料保護法，「客戶」得於 IBM 為該變更通知後三十日內終止受影響之 IBM SaaS。

### 6.3 衍生受益之地點

在適用情形下，稅金之核算係以「客戶」於其收受 IBM SaaS 之權益時所指明地點為依據。除非「客戶」提供其他資訊予 IBM，否則 IBM 於核算稅金時，將以下列公司地址為依據，該地址係「客戶」訂購 IBM SaaS 時指明為主要受益地點。「客戶」應負責保持最新之前述資訊，並將其變更提供予 IBM。

### 6.4 安全港 (Safe Harbor) 法規遵循

IBM 遵照「美國與歐盟安全港架構」(U.S. - EU Safe Harbor Framework)，這是由「美國商務部」所規定有關如何蒐集、使用及保存從歐盟蒐集到的資訊。如需「安全港」(Safe Harbor) 或存取 IBM 認證聲明的相關資訊，請造訪下列網址：<http://www.export.gov/safeharbor/>。

### 6.5 發佈清單

「客戶」不得搭配 IBM SaaS 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」接收電子郵件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。

### 6.6 不得轉售

「客戶」之 IBM SaaS 使用權為限「客戶」個人享有之權利。「客戶」未事先取得 IBM 之書面同意，不得轉售 IBM SaaS 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 IBM SaaS 之權限。

### 6.7 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、豐富內容 (Rich) 通知及收件匣通知。每一裝置，於傳送簡式推送通知、應用程式內通知及豐富內容 (Rich) 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」所需「事件」授權數量。

### 6.8 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。

## 6.9 資料保留

下列 IBM SaaS 特定資料元素僅限於 IBM SaaS 內部使用：電子郵件訊息與內容、未使用或非作用中之資料庫與範本 - 450 日；對已知訪客所為 Web 追蹤 - 180 日；對匿名訪客所為 Web 追蹤 - 30 日；以及通用行為 - 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 IBM SaaS 搭配使用而提供之一切內容之備份複本。

## 6.10 第三人程式碼注意事項

IBM SaaS 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。

## 6.11 非英文語言版本

「客戶」瞭解並同意，對非英文語言版本之 IBM SaaS 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](https://www.translations.com) 之功能。IBM SaaS 使用者介面於使用非英文語言版本之 IBM SaaS 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 IBM SaaS 專屬 [translations.com](https://www.translations.com) 系統，傳遞「客戶」資料及任何可藉由未加密之 IBM SaaS 使用者介面而存取之內容。

## 附錄 A

IBM Marketing Cloud (一種雲端型數位行銷平台) 可讓行銷人員藉由下列重要功能達到投資報酬率 (ROI)。

- 透過電子郵件、行動式裝置、Web 及社交等通路，進行一致、跨通路體驗之設計與自動化。
- 運用分析促成行銷決策及客戶約定。
- 透過與其他客戶資料來源及應用程式整合之雲端型數位行銷平台，提升 ROI。

IBM Marketing Cloud 包含下列全新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。

### 1. IBM Marketing Cloud Standard

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。本供應項目係以「訂用」及「依使用付款」為依據而提供。

- 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。
- 社交共用：在社交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、社交按鈕及其他方式與 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**：一種社交媒體應用程式，可讓客戶將特定觀眾及相關廣告傳送至社交媒體網路，以對該等特定觀眾或其類似觀眾進行行銷。

- IBM Marketing Cloud Orientation 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。

此 IBM SaaS 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 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；
- 無限制資料庫記錄；
- 每月 5 千個「社交觀眾聯絡事件」；
- 每月 20 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」。

## 2. IBM Marketing Cloud B2B Standard

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。本供應項目係以「訂用」及「依使用付款」為依據而提供。本 IBM SaaS 供應項目包括下列特性：

- 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。

此 IBM SaaS 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；
- 50,000 筆資料庫記錄；
- 每月 5 千個「社交觀眾聯絡事件」；
- 每月 20 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」、「資料庫記錄」及「Email Insights 開啟」。

## 3. IBM Marketing Cloud - Budget and Expense Planning Extension

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。本供應項目係以「訂用」及「依使用付款」為依據而提供。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。

此 IBM SaaS 供應項目的訂用費用包括下列項目：

- 五 (5) 位授權使用者；
- 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。

#### 4. 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。本供應項目係以「訂用」及「依使用付款」為依據而提供。

此 IBM SaaS 供應項目的訂用費用包括下列項目：

- 十 (10) 位授權使用者；
- 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「社交觀眾聯絡事件」；
- 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」。

#### 5. 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。本供應項目係以「訂用」及「依使用付款」為依據而提供。

此 IBM SaaS 供應項目的訂用費用包括下列項目：

- 十 (10) 位授權使用者；
- 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「社交觀眾聯絡事件」；
- 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」。



## 6. 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交媒體之客戶。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。本供應項目係以「訂用」及「依使用付款」為依據而提供。

此 IBM SaaS 供應項目的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 萬個、25 萬個、50 萬個、1 百萬個、2 百萬個及 5 百萬個「聯絡事件」。

## 7. IBM Marketing Cloud Duplicate Message Send

IBM Marketing Cloud Duplicate Message Send 為 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。本供應項目係以訂用項目提供。此 IBM SaaS 供應項目的訂用費用包括下列項目：

- 無限制複製訊息傳送

## 8. 設定服務供應項目

- IBM Marketing Cloud Standard Onboarding Services 係為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。起始訂閱 Marketing Cloud 時，需要本遠端遞送之服務。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 B2B Standard Onboarding Services 係為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 B2B Standard 供應項目中配置及使用此等供應項目。起始訂閱 Marketing Cloud B2B Standard 時，需要本遠端遞送之服務。會指派一位上線顧問，引導組織進行上線程序，此程序係透過一系列遠端會議及事先錄製之 Web 型學習階段作業予以遞送。上線服務包括供應、配置與設定、訓練及問答。
- Marketing Cloud - Budget and Expense Planning Onboarding Services 係為一種訓練服務，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，需要本遠端遞送之服務。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 Enterprise Onboarding Services 係為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。起始訂閱 Marketing Cloud Enterprise 時，需要本遠端遞送之服務。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 B2B Enterprise Onboarding Services 係為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 B2B Enterprise 套件中配置及使用此等供應項目。起始訂閱 Marketing Cloud B2B Enterprise 時，需要本遠端遞送之服務。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** 係為選擇採用「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 Onboarding Service Upgrade** 僅適用於已事先完成 **IBM Marketing Cloud** 或 **IBM Silverpop** 上線程序之現有 **IBM Marketing Cloud** 訂用者。本供應項目至多提供 10 小時 **IBM Marketing Cloud** 遠端建議服務。會指派上線顧問引導客戶進行 **IBM Marketing Cloud** 之上線程序，並協助使用者在 **Marketing Cloud** 套件中配置及使用供應項目。上線服務包括配置與設定、訓練及問答。本服務套件非屬必要套件，但建議在下列客戶方案中銷售之：升級至進階 **Marketing Cloud** 層級之現有 **Marketing Cloud** 客戶、移轉至 **Marketing Cloud** 套件層級之現有 **Silverpop Engage** 客戶，以及設有新行銷人員或部門編制且需要客戶現有 **Marketing Cloud** 實例內上線指導之現有客戶。

## 附錄 B

IBM 提供本 IBM SaaS 之下列可用性服務水準協定 ("SLA")：「客戶」瞭解本 SLA 不構成任何保證。

## 1. 定義

- a. **應用程式停用時間** - 係指應用程式介面的 IBM 代管部分的使用者無法使用他們有適當許可權的所有「服務」的時段。經由說明，如果任何使用者可以使用他們有適當許可權的所有「服務」，則沒有「停用時間」。
- b. **可用度扣抵** - 係指 IBM 將針對已驗證之「請求」所提供的補救辦法。「可用度扣抵」將針對「貴客戶」未來訂用「服務」之費用發票，以折抵或折扣方式提供之。
- c. **「請求」** - 係指「客戶」由於「合約月份」期間未符合「服務水準」，而根據本 SLA 向 IBM 提交的請求。
- d. **合約月份** - 係指實施期間的每一個完整月份，從當月第一天的美東時間 (EST) 上午 12:00 算起，直到當月最後一天的美東時間 (EST) 下午 11:59 為止。
- e. **資料處理停用時間** - 係指「服務」無法透過「服務」的資料處理元件來蒐集資料的時段。
- f. **「停用時間」** - 係指「應用程式停用時間」及/或「資料處理停用時間」。此外，「停用時間」包括 IBM SaaS 無法透過 IBM SaaS 的資料處理元件來傳送或接收資料的時段。「停用時間」並不包括由於下列情況而無法使用 IBM SaaS 的時段：
  - (1) 基於維修目的而排定或公布的停止時間；
  - (2) 非 IBM 所能掌控的事件或原因（例如：天然災害、網際網路中斷、緊急維修、網際網路服務供應商或電信業者之作為或不作為等等）；
  - (3) 「客戶」或第三人之應用程式、設備或資料發生問題；
  - (4) 「客戶」未遵守存取服務所需的系統配置及支援平台；或
  - (5) IBM 遵照「客戶」或代表「客戶」之第三人所提供予 IBM 之任何設計、規格或指示所為者。
- g. **事件** - 係指一種情況或一組一起發生的情況，導致無法符合「服務水準」。
- h. **「服務」** - 係指本 SLA 所適用之 IBM SaaS。
- i. **服務水準** - 係指如下所述之標準，IBM 依照該標準，來計算其在本 SLA 中所提供的服務水準。

## 2. 可用度扣抵

- a. 為提交「請求」，「客戶」應在得知「事件」影響「客戶」使用「服務」的二十四 (24) 小時內，於 IBM 技術支援中心服務台登錄各「事件」之「嚴重性層次 1」支援問題單（如以下「技術支援」一節所定義者）。「客戶」應提供有關「事件」的所有必要資訊，並適度地協助 IBM 診斷及解決「事件」。
- b. 「客戶」最遲應於發生「請求」之該「合約月份」結束後三 (3) 個營業日內，提出「可用度扣抵」之請求。
- c. 「可用度扣抵」係根據從「客戶」報告第一次受到「停用時間」影響的時間算起的「停用時間」期間。若「客戶」報告「應用程式停用時間事件」及「資料處理停用時間事件」同時發生，則 IBM 將把重疊的「停用時間」期間視為單一「停用時間」期間，而非視為兩個分別的「停用時間」期間。對於每一個有效的「請求」，IBM 將依每一個「合約月份」期間達成的「服務水準」，選擇最高可適用的「可用度扣抵」，如下表所示。對相同「合約月份」中之相同「事件」，IBM 將不重複提供「可用度扣抵」。
- d. 在任何情況下，於任何「合約月份」中，「可用度扣抵」總計以不超過「客戶」為了取得「服務」而支付給 IBM 之服務年費的十二分之一 (1/12) 的百分之二十 (20%) 金額。

### 3. 服務水準

合約月份期間的 IBM SaaS 可用度

「合約月份」期間的可用度	可用度扣抵 (「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%

可用度 (以百分比表示) 之計算為: (a) 「合約月份」中的總分鐘數減去 (b) 「合約月份」中「停用時間」的總分鐘數, 除以 (c) 「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

$\begin{array}{r} 30 \text{ 天「合約月份」, 總共 } 43,200 \text{ 分鐘} \\ - \text{ 停用時間 } 50 \text{ 分鐘} \\ = 43,150 \text{ 分鐘} \\ \hline 30 \text{ 天「合約月份」, 總共 } 43,200 \text{ 分鐘} \end{array}$	= 2% 可用度扣抵, 99.884% 達成的服務水準
--	-----------------------------

### 4. 本 SLA 之其他相關資訊

本 SLA 僅可供 IBM 之「客戶」使用, 不適用於由「服務」之使用者、訪客、參與者及獲准受邀者提出之請求, 亦不適用於 IBM 提供之測試版或試用版服務。本 SLA 僅適用於作為正式作業用途之「服務」, 不適用於非正式作業環境, 包括且不限於測試、災難回復、品質確保或開發。