Storefront Benutzerhandbuch

AWS Marketplace

Copyright © 2026 Amazon Web Services, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved.

AWS Marketplace: Storefront Benutzerhandbuch

Copyright © 2026 Amazon Web Services, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved.

Die Handelsmarken und die Handelsaufmachung von Amazon dürfen nicht in einer Weise in Verbindung mit nicht von Amazon stammenden Produkten oder Services verwendet werden, durch die Kunden irregeführt werden könnten oder Amazon in schlechtem Licht dargestellt oder diskreditiert werden könnte. Alle anderen Handelsmarken, die nicht Eigentum von Amazon sind, gehören den jeweiligen Besitzern, die möglicherweise zu Amazon gehören oder nicht, mit Amazon verbunden sind oder von Amazon gesponsert werden.

Table of Contents

Was ist AWS Marketplace Storefront? 1
Die wichtigsten Funktionen 1
Wer nutzt Storefront? 2
Funktionsweise 2
Zugehörige Services 2
Erste Schritte 3
Voraussetzungen 4
AWS-Anforderungen 4
StoreFront-Anforderungen 4
Browser-Anforderungen 4
Netzwerkanforderungen 4
Nächste Schritte 5
Verwandte Themen 5
Organizations 6
Einstellungen der Organisation 6
Um auf die Einstellungen der Organisation zuzugreifen 6
Konfigurierbare Einstellungen 6
Um die Organisationseinstellungen zu aktualisieren 6
Struktur der Organisation 7
Verwandte Themen 7
Teammitglieder verwalten 7
Rollen in der Organisation 7
Kontorollen 8
Storefront-Rollen 8
So fügen Sie ein Teammitglied hinzu 9
Um die Rolle eines Teammitglieds zu ändern 9
So entfernen Sie ein Teammitglied 9
Hinweise 10
Verwandte Themen 10
Sicherheitseinstellungen 10
Um auf die Sicherheitseinstellungen zuzugreifen 10
Verfügbare Einstellungen 10
Hinweise 11
Verwandte Themen 11

Single Sign-On für Ihre Organisation einrichten ... 11
Verwandte Themen ... 12
Storefront-Vorlagen ... 12
Was wird in einer Vorlage gespeichert ... 12
Um eine Vorlage aus einer Storefront zu erstellen ... 13
Um eine Storefront aus einer Vorlage zu erstellen ... 13
Vorlagen teilen ... 13
Um einen Vorlagennamen zu bearbeiten ... 14
So löschen Sie eine Vorlage ... 14
Verwandte Themen ... 14
Marketplace-Konten ... 15
Einrichtung eines Benutzerkontos ... 15
Ihr AWS Marketplace Marketplace-Konto verbinden ... 15
Konto-Dashboard ... 17
Kontoeinstellungen ... 18
Auflistungen ... 19
Einen SaaS-Eintrag erstellen ... 19
Eine Multi-Product Lösung erstellen ... 22
Angebotsvorlagen verwenden ... 24
Verwaltung von Tags und Kategorien auf Produkten ... 25
Sichtbarkeit des Inserats einstellen ... 26
Angebote und Vereinbarungen ... 28
Angebote erstellen ... 28
Angebots-PDFs werden heruntergeladen ... 30
Vereinbarungen einsehen ... 31
Aktive Abonnements anzeigen ... 33
Verwaltung der geplanten Zählerfassung ... 35
Co-selling und Partner ... 37
Verwaltung von Co-Selling-Möglichkeiten ... 37
Autorisierungen verkaufen ... 39
Ladenfronten ... 41
Storefronts erstellen und bereitstellen ... 41
Eine Storefront erstellen ... 41
Klonen einer Storefront ... 42
Bereitstellung ... 44
Verknüpfen und Einbetten ... 46

Single Sign-On für eine Storefront einrichten ... 46
Verwandte Themen ... 46
Design und Layout ... 47
Layouttypen ... 47
Layout der Kampagne ... 48
E-Commerce Layout ... 50
Anpassung von Farbe und Thema ... 52
Logo und Home-Taste ... 53
Datenschutzrichtlinie ... 54
Video und Nutzenversprechen ... 55
Produktkatalog ... 56
Produkte importieren ... 56
Import von Massenkatalogen ... 58
Kategorien und Abzeichen ... 59
Tags verwalten ... 61
Drag-and-drop Reihenfolge der Tags ... 62
Mit AWS kaufen ... 63
Buy With AWS konfigurieren ... 63
Konfiguration des Feldes ... 65
Währungseinstellungen ... 67
Governance ... 68
Gruppen und automatische Genehmigung ... 68
Richtlinien ... 70
Segmente ... 72
Verwaltung: Benutzerverwaltung ... 73
Konnektoren ... 77
Übersicht über Steckverbinder ... 77
Übersicht über den Konnektor ... 77
AWS-ACE-Anschluss ... 79
AWS-ACE-Anschluss ... 79
HubSpot Stecker ... 82
HubSpot Anschluss ... 82
Slack-Anschluss ... 84
Slack-Konnektor ... 84
Insights ... 87
Fakturierter Umsatz ... 87

Um den in Rechnung gestellten Umsatz einzusehen ... 87
Filtern ... 87
Sichtbarkeit der Spalten ... 88
Exportieren von Daten ... 88
Hinweise ... 88
Verwandte Themen ... 89
Einnahmen und Auszahlungen ... 89
Um Auszahlungen einzusehen ... 89
Datentabelle ... 89
Filtern ... 90
Hinweise ... 90
Verwandte Themen ... 90
Verträge und Verlängerungen ... 91
Um Verträge und Verlängerungen einzusehen ... 91
Tabelle zur Nachverfolgung von Verlängerungen ... 91
Filtern ... 92
Hinweise ... 92
Verwandte Themen ... 92
Verwendung von Filtern und Sichtbarkeit von Spalten ... 92
Datumsfilter ... 92
Spaltenfilter ... 93
Sichtbarkeit der Spalten ... 93
Sortieren ... 94
Exportieren gefilterter Daten ... 94
Hinweise ... 94
Verwandte Themen ... 94
Konzepte ... 95
Automatisierte Angebote ... 95
Wie funktionieren automatisierte Angebote ... 95
Die wichtigsten Konzepte ... 95
Vorteile ... 96
Einschränkungen ... 96
Verwandte Themen ... 97
Verwaltung und Genehmigungsabläufe ... 97
Komponenten der Unternehmensführung ... 97
Wie funktioniert der Genehmigungsworkflow ... 97

Konfigurationsebenen 98
Best Practices 99
Verwandte Themen 99
Verwandte AWS Marketplace Marketplace-Dokumentation 100
Dokumentation für Verkäufer 100
Unterlagen des Käufers 101
Dokumentation für Partner 101
Dokumentverlauf 102
..... ciii

Was ist AWS Marketplace Storefront?

Mit AWS Marketplace Storefront kann ein Partner ein markenspezifisches Einkaufserlebnis anbieten, das mit AWS Marketplace verbunden ist. Dabei kuratiert der Partner einen Produktkatalog, nutzt integrierte Funktionen zur Automatisierung von Geschäftsabläufen und leitet Transaktionen über ein vorhandenes AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferkonto weiter. In einer Storefront können neben den eigenen AWS Marketplace Marketplace-Produkten des Partners auch Produkte anderer Partner angezeigt werden.

Die wichtigsten Funktionen

- Marken-Storefronts — Erstellen Sie maßgeschneiderte Web-Storefronts mit Ihrem Branding, Ihren Farben und Ihrem Layout, um Ihre AWS Marketplace Marketplace-Produkte zu präsentieren.
- Mehrere Layouttypen — Wählen Sie je nach Anwendungsfall zwischen Standalone- E-Commerce, Embedded- oder Campaign-Layouts.
- Produktkuration — Importieren Sie Produkte aus dem öffentlichen AWS Marketplace Marketplace-Katalog oder Ihren eigenen Verkäuferkontoangeboten und organisieren Sie sie mit Tags, Kategorien und Badges.
- Kauf mit AWS-Integration — Ermöglichen Sie Käufern, die Beschaffung direkt von Ihrem Geschäft aus einzuleiten, wobei Anfragen zur Angebotserstellung an Ihr Team weitergeleitet werden.
- Verwaltung und Genehmigung — Konfigurieren Sie Genehmigungsrichtlinien, Käufergruppen und Ausgabenschwellen, um die Beschaffungsabläufe zu kontrollieren.
- Connector-Integrationen — Connect zu CRM-Systemen (HubSpot), Co-Selling-Programmen (AWS ACE) und Kommunikationsplattformen (Slack) her, um Workflows zu automatisieren.
- Role-based Zugriffskontrolle — Verwalte Teamberechtigungen mit vordefinierten Rollen auf Organisations-, Konto- und Storefront-Ebene.
- Einblicke und Berichte — Verfolgen Sie in Rechnung gestellte Umsätze, Inkasso, Auszahlungen und Vertragsverlängerungen.

Wer nutzt Storefront?

Benutzer	Anwendungsfall
ISV-Verkäufer	Erstellen Sie einen Markenkatalog mit eigenen Produkten für den Direktverkauf über AWS Marketplace
Vertriebspartner/Wiederverkäufer	Richten Sie herstellerübergreifende Ladenfronten ein und kuratieren Sie Produkte von mehreren Verkäufern für deren Käufergemeinschaft
Systemintegratoren	Erstellen Sie gezielte Storefronts für bestimmte Branchen, Kampagnen oder Kundensegmente

Funktionsweise

1. Erstellen Sie eine Organisation und verbinden Sie Ihr AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferkonto.
2. Erstellen Sie eine Storefront, indem Sie ein Layout auswählen, Produkte importieren und das Design konfigurieren.
3. Richten Sie die Beschaffung mit Buy With AWS, Governance-Richtlinien und Genehmigungsworkflows ein.
4. Stellen Sie die Storefront bereit, um sie Käufern zugänglich zu machen.
5. Managen Sie den laufenden Betrieb mithilfe von Konnektoren, Automatisierung und Berichterstattung.

Zugehörige Services

- AWS Marketplace — Der zugrunde liegende Marketplace, auf dem Produkte gelistet und Transaktionen verarbeitet werden.
- Private Angebote von AWS Marketplace — Individuelle Preisgestaltung, die bestimmten Käufern über den Buy With AWS-Workflow von Storefront angeboten wird.

Erste Schritte

Informationen zu den ersten Schritten mit AWS Marketplace Storefront finden Sie unter Voraussetzungen.

Voraussetzungen

Bevor Sie mit der Nutzung von AWS Marketplace Storefront beginnen, stellen Sie sicher, dass Sie die folgenden Anforderungen erfüllen.

AWS-Anforderungen

- Ein aktives AWS-Konto
- (Optional) AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferregistrierung. Ein Verkäuferkonto ist nicht erforderlich, um eine Storefront zu erstellen und bereitzustellen. Wenn Sie jedoch ein Verkäuferkonto verbinden, können Sie Ihre eigenen Angebote (einschließlich Produkte mit eingeschränkter Sichtbarkeit) importieren und Ihre Storefront zur Angebotsverwaltung mit Ihrem AWS Marketplace Marketplace-Konto verknüpfen. Weitere Informationen finden Sie unter Erste Schritte als Verkäufer im AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferleitfaden.

StoreFront-Anforderungen

- Eine gültige geschäftliche E-Mail-Adresse für die Kontoregistrierung
- Administratorzugriff der Organisation (zum Erstellen und Konfigurieren von Storefronts)

Browser-Anforderungen

AWS Marketplace Storefront unterstützt die folgenden Browser:

- Google Chrome (die letzten beiden Versionen)
- Mozilla Firefox (die letzten beiden Versionen)
- Microsoft Edge (die letzten beiden Versionen)
- Safari (die letzten beiden Versionen)

Netzwerkanforderungen

- HTTPS-Zugriff (Port 443) auf die Storefront-Verwaltungskonsole
- Keine VPN- oder Firewall-Einschränkungen, die `*.your-storefront-domain.com` Domains blockieren (für die Storefront-Vorschau und -Bereitstellung)

Nächste Schritte

- Erstellen Sie Ihr Konto

Verwandte Themen

- AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferleitfaden

Organizations

Verwalte die globalen Einstellungen, Teammitglieder, Sicherheitsrichtlinien und wiederverwendbaren Storefront-Vorlagen deiner Organisation.

Einstellungen der Organisation

Die Organisationseinstellungen steuern die globale Konfiguration für Ihr AWS Marketplace Storefront-Konto, einschließlich Ihres Organisationsnamens und allgemeiner Einstellungen.

Die Seite mit den Organisationseinstellungen enthält die folgenden Registerkarten: Allgemein, Team, Sicherheit, SSO-Konfiguration, Erweitert, Konnektoren und Storefront-Vorlage. Die Registerkarte „SSO-Konfiguration“ ist nur für Eigentümer sichtbar.

Um auf die Einstellungen der Organisation zuzugreifen

1. Wähle in der oberen rechten Ecke deinen Profil-Avatar und dann Organisationseinstellungen aus.
2. Wähle den Tab „Allgemein“.

Konfigurierbare Einstellungen

Einstellung	Description
Name der Organisation	Ihr Firmen- oder Teamname wird auf der Konsole angezeigt
Aktivieren Sie die benutzerdefinierte Zeitzone (umschalten)	Aktivieren Sie diese Option, um eine benutzerdefinierte Zeitzone für Ihre Organisation zu konfigurieren
Zeitzone (Dropdown)	Zeitzone, die für Berichte und Benachrichtigungen verwendet wird

Um die Organisationseinstellungen zu aktualisieren

1. Ändern Sie auf der Seite mit den Organisationseinstellungen die gewünschten Felder.

2. Wählen Sie Speichern.

Änderungen werden sofort auf der gesamten Konsole wirksam.

Struktur der Organisation

Ihre Organisation ist der Container auf oberster Ebene für:

- Teammitglieder — Personen, die Storefronts und Konten verwalten
- Marketplace-Konten — Verbundene AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferkonten
- Storefronts — Die Markenkataloge, die Sie erstellen und bereitstellen
- Konnektoren — Integrationen mit externen Systemen (CRM, ITSM usw.)
- Storefront-Vorlagen — Wiederverwendbare Storefront-Konfigurationen

Verwandte Themen

- the section called “Teammitglieder verwalten”
- the section called “Sicherheitseinstellungen”
- Einstellungen für Benachrichtigungen
- the section called “Storefront-Vorlagen”

Teammitglieder verwalten

Sie können Teammitglieder in Ihrer Organisation hinzufügen, entfernen und verwalten. Teammitglieder sind die Personen, die Storefronts verwalten, Marketplace-Konten verwalten und Einstellungen konfigurieren.

Rollen in der Organisation

Rollen werden im Dialogfeld „Benutzer bearbeiten“ pro Bereich zugewiesen. Ein Benutzer kann Rollen in mehr als einem Bereich innehaben. Das Dialogfeld enthält separate Abschnitte für Organisation, Konten und Storefronts. Wenn Sie eine Administratorrolle auswählen, werden die impliziten Rollen automatisch ausgewählt und das System deaktiviert die impliziten Kontrollkästchen. Ein Benutzer, der sich selbst registriert, erhält standardmäßig die Viewer-Rolle.

Rolle	Capabilities
Eigentümer	Voller Zugriff auf die Organisation. Höchste Rolle. Mindestens ein Eigentümer muss in der Organisation verbleiben.
Admin.	Vollständiger Administratorzugriff auf Organisationsebene.
Zuschauer	Read-only Zugriff auf Organisationsebene.

Kontorollen

Rolle	Capabilities
Kontoadministrator	Voller Zugriff auf das verbundene Marketplace-Konto. Wenn Sie Account Admin auswählen, werden automatisch Listing Management, Offer Management und Reporting Management ausgewählt.
Verwaltung von Inseraten	Produkte und Angebote für das Konto verwalten.
Verwaltung von Angeboten	Angebote für das Konto verwalten.
Verwaltung der Berichter stattung	Berichte für das Konto anzeigen.

Storefront-Rollen

Rolle	Capabilities
Storefront-Administrator	Voller Zugriff auf die Storefront. Wenn Sie Storefront Admin auswählen, werden Content Editor und Reporting Management automatisch ausgewählt.
Inhaltseditor	Bearbeiten Sie den Inhalt von Storefront.

Rolle	Capabilities
Verwaltung der Berichterstattung	Storefront-Berichte anzeigen.

So fügen Sie ein Teammitglied hinzu

1. Wählen Sie in der oberen rechten Ecke Ihren Profil-Avatar, wählen Sie Organisationseinstellungen und dann den Tab Team aus.
2. Wähle + Benutzer hinzufügen.
3. Geben Sie die E-Mail-Adresse des Teammitglieds ein.
4. Weisen Sie im Dialogfeld „Benutzer bearbeiten“ Rollen für die entsprechenden Bereiche zu. Um der Organisation Zugriff zu gewähren, wählen Sie „Besitzer“, „Administrator“ oder „Betrachter“. Um Zugriff auf ein bestimmtes Marketplace-Konto oder eine bestimmte Storefront zu gewähren, weisen Sie diesen Abschnitten Rollen zu.
5. Klicken Sie auf Einladen.

Das Teammitglied erhält eine E-Mail-Einladung. Sie müssen ein Konto erstellen (oder sich mit SSO anmelden), um die Einladung annehmen zu können.

Um die Rolle eines Teammitglieds zu ändern

1. Suchen Sie auf der Teamseite nach dem Teammitglied.
2. Wählen Sie das Drop-down-Menü Rolle für dieses Mitglied aus.
3. Wählen Sie die neue Rolle aus.
4. Die Änderung wird bei der nächsten Aktion des Mitglieds wirksam.

So entfernen Sie ein Teammitglied

1. Suchen Sie auf der Teamseite nach dem Teammitglied.
2. Wählen Sie das Aktionsmenü und wählen Sie Entfernen.
3. Bestätigen Sie das Entfernen.

Das Mitglied verliert sofort den Zugriff auf die Organisation. Ihre aktiven Sitzungen werden beendet.

Hinweise

- Mindestens ein Besitzer muss jederzeit in der Organisation bleiben.
- Durch das Entfernen eines Mitglieds werden die von ihm erstellten Daten (Storefronts, Angebote usw.) nicht gelöscht.
- Teammitglieder können einer Organisation angehören. Verwenden Sie separate E-Mail-Adressen, um mehreren Organisationen Zugriff zu gewähren.
- Ausstehende Einladungen, die nicht akzeptiert wurden, können auf der Team-Seite zurückgezogen werden.

Verwandte Themen

- the section called “Einstellungen der Organisation”
- the section called “Single Sign-On für Ihre Organisation einrichten”
- RBAC und benutzerdefinierte Rollen

Sicherheitseinstellungen

Mit den Sicherheitseinstellungen können Sie die Zwei-Faktor-Authentifizierung für Ihr Unternehmen konfigurieren.

Um auf die Sicherheitseinstellungen zuzugreifen

1. Wähle in der oberen rechten Ecke deinen Profil-Avatar, dann Organisationseinstellungen und dann den Tab Sicherheit aus.

Verfügbare Einstellungen

Two-factor authentication

Erzwingen Sie die Zwei-Faktor-Authentifizierung für alle Teammitglieder:

1. Aktivieren Sie „ Two-Factor Authentifizierung für Benutzer erforderlich“.

2. Alle Teammitglieder werden bei ihrer nächsten Anmeldung aufgefordert, die Zwei-Faktor-Authentifizierung zu konfigurieren.

Teammitglieder können die Einrichtung mit Google Authenticator oder Microsoft Authenticator in etwa einer Minute abschließen.

Hinweise

- Die Sicherheitseinstellungen gelten nur für die Managementkonsole. Sie haben keinen Einfluss auf den Zugriff von Käufern auf veröffentlichte Storefronts.
- Änderungen der Sicherheitseinstellungen werden bei neuen Anmeldeversuchen sofort wirksam. Bestehende Sitzungen werden fortgesetzt, bis sie ablaufen.

Verwandte Themen

- the section called “Single Sign-On für Ihre Organisation einrichten”
- the section called “Teammitglieder verwalten”

Single Sign-On für Ihre Organisation einrichten

Single Sign-On (SSO) ermöglicht es Ihren Organisationsmitgliedern, sich mit Ihrem Identitätsanbieter bei AWS Marketplace Storefront anzumelden. AWS Marketplace Storefront unterstützt Okta und Azure Entra ID. Nur Organisationsinhaber können SSO konfigurieren.

Um Organisations-SSO zu konfigurieren

1. Wählen Sie in der oberen rechten Ecke Ihren Profil-Avatar aus, wählen Sie Organisationseinstellungen und dann den Tab SSO-Konfiguration aus.
2. Aktiviere „SSO aktivieren“.
3. Wählen Sie für Identity Provider Okta oder Azure Entra ID aus.
4. Geben Sie die Client-ID und das Client-Geheimnis aus Ihrer Identitätsanbieter-Anwendung ein.
5. Geben Sie für Okta die Domain ein (z. B. yourcompany.okta.com). Geben Sie für Azure Entra ID die Mandanten-ID ein.
6. Wählen Sie Speichern.

7. Wählen Sie Verbindung testen aus, um die Konfiguration zu überprüfen. Auf der Seite wird das Datum der letzten Verbindungsprüfung angezeigt.

Verwandte Themen

- the section called “Teammitglieder verwalten”
- the section called “Sicherheitseinstellungen”

Storefront-Vorlagen

Mit Storefront-Vorlagen können Sie die Konfiguration einer Storefront als wiederverwendbare Vorlage speichern. Anschließend können Sie aus einer Vorlage neue Storefronts erstellen, um Designeinstellungen, Produktauswahlen und Konfigurationen ohne manuelles Einrichten zu replizieren.

Was wird in einer Vorlage gespeichert

Eine Vorlage erfasst:

- Layouttyp und Designeinstellungen (Farben, Logo, Thema)
- Kriterien für die Produktauswahl
- Tag-Struktur
- BWA-Konfiguration
- Einstellungen des Anbieters

Eine Vorlage erfasst nicht:

- Status oder URL der Bereitstellung
- Analytics-Daten
- Verlauf der Bestellungen
- Storefront SSO-Konfiguration. Informationen zur Einrichtung finden Sie unterthe section called “Single Sign-On für eine Storefront einrichten”.
- Governance-Richtlinien (Gruppen, Segmente)

Um eine Vorlage aus einer Storefront zu erstellen

1. Navigieren Sie zur Listenseite mit den Storefronts.
2. Zeigen Sie mit der Maus auf die Storefront-Kachel, die Sie als Grundlage für die Vorlage verwenden möchten.
3. Wählen Sie die drei vertikalen Punkte (weitere Optionen) in der oberen rechten Ecke der Kachel aus.
4. Klicken auf Clone.
5. Klicken Sie im Dialogfeld Klonen unter Was möchten Sie tun? Wählen Sie in der Dropdownliste die Option Storefront-Vorlage erstellen aus.
6. Geben Sie einen Namen für die Vorlage ein.
7. Wählen Sie Erstellen aus.

Die Vorlage wird unter Verwendung der Konfiguration der ausgewählten Storefront in der Vorlagenbibliothek Ihrer Organisation gespeichert.

Um eine Storefront aus einer Vorlage zu erstellen

1. Wählen Sie in der oberen rechten Ecke Ihren Profil-Avatar aus, wählen Sie Organisationseinstellungen und dann den Tab Storefront-Vorlagen aus.
2. Wählen Sie die gewünschte Vorlage aus.
3. Geben Sie einen Namen für die neue Storefront ein.
4. Wählen Sie Erstellen aus.

Die neue Storefront wird erstellt, wobei alle Vorlageneinstellungen vorab angewendet wurden. Sie können alle Einstellungen vor der Bereitstellung ändern.

Vorlagen teilen

Sie können Vorlagen per E-Mail-Einladung mit anderen Organisationen oder Teammitgliedern teilen.

Um eine Vorlage zu teilen

1. Suchen Sie auf der Storefront-Vorlagenseite nach der Vorlage.
2. Wählen Sie das Aktionsmenü und dann Einladung senden.

3. Geben Sie im Dialogfeld „Storefront-Vorlage teilen“ die E-Mail-Adresse des Empfängers ein.
4. Wählen Sie „Einladung senden“.

Der Empfänger erhält eine E-Mail mit einem Link zum Importieren der Vorlage.

Um eine gemeinsam genutzte Vorlage zu importieren

1. Öffnen Sie den Link zur geteilten Vorlage in der E-Mail-Einladung.
2. Melden Sie sich bei Ihrer Organisation an (falls Sie noch nicht angemeldet sind).
3. Wählen Sie „Vorlage importieren“.
4. Die Vorlage wird der Vorlagenbibliothek Ihrer Organisation hinzugefügt.

Um einen Vorlagennamen zu bearbeiten

1. Suchen Sie auf der Storefront-Vorlagenseite nach der Vorlage, die Sie bearbeiten möchten.
2. Wählen Sie die Schaltfläche „Bearbeiten“.
3. Ändern Sie den Namen. Sie können auch eine Beschreibung hinzufügen.
4. Wählen Sie Speichern.

So löschen Sie eine Vorlage

1. Suchen Sie auf der Storefront-Vorlagenseite nach der Vorlage.
2. Wählen Sie das Aktionsmenü und dann Löschen.
3. Bestätigen Sie das Löschen.

Das Löschen einer Vorlage hat keine Auswirkungen auf Storefronts, die anhand dieser Vorlage erstellt wurden.

Verwandte Themen

- Eine Storefront erstellen
- Eine Storefront klonen
- the section called “Einstellungen der Organisation”

Marketplace-Konten

Connect und verwalten Sie Ihre AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferkonten.

Themen

- Einrichtung eines Benutzerkontos
- Auflistungen
- Angebote und Vereinbarungen
- Co-selling und Partner

Einrichtung eines Benutzerkontos

Connect und verwalten Sie Ihre AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferkonten in der Storefront-Konsole.

Ihr AWS Marketplace Marketplace-Konto verbinden

Sie können Ihr AWS Marketplace-Verkäuferkonto mit AWS Marketplace Storefront verbinden. Wenn Sie ein Konto verbinden, können Sie Ihre eigenen Produktangebote importieren, Angebote erstellen, Verträge verwalten und Messdaten direkt von der Storefront-Konsole aus verfolgen.

Voraussetzungen

- Ein aktives AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferkonto
- AWS IAM-Berechtigungen zum Erstellen von CloudFormation Stacks in Ihrem Konto
- Inhaber- oder Administratorrolle auf Organisationsebene.

Um Ihr AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferkonto zu verbinden

1. Wählen Sie im Hauptfenster der Organisation die Option Konto erstellen aus.
2. Geben Sie den Kontonamen ein, wählen Sie den Cloud-Anbieter (AWS) und wählen Sie den Kontotyp (Verkäufer). Klicken Sie auf Weiter.
3. Geben Sie Ihre AWS-Konto-ID ein und wählen Sie Bestätigen.
4. Wählen Sie Launch Stack. Dadurch wird die CloudFormation AWS-Konsole auf einer neuen Registerkarte geöffnet.

5. Führen Sie die CloudFormation Vorlage in der CloudFormation Konsole aus. Wechseln Sie nach Abschluss der Stack-Erstellung zur Registerkarte Outputs und kopieren Sie den IAM-Rollen-ARN.
6. Kehren Sie zur Kontoeinrichtungsseite zurück. Fügen Sie den ARN für die IAM-Rolle in den Abschnitt Einrichtung und Konfiguration des Verkäuferkontos ein.
7. Wählen Sie Start Discovery und anschließend in der Konsole Start aus.
8. Kehren Sie zur CloudFormation Konsole zurück. Gehen Sie zu Ressourcen und kopieren Sie den DFKMSKey ARN.
9. Kehren Sie zur Kontoseite zurück und fügen Sie den DFKMSKey-ARN in das dafür vorgesehene Feld ein.
10. Reichen Sie die Datenfeed-Speicherkonfiguration auf AWS Marketplace ein. Dies ist erforderlich, damit der Datenfeed an Ihr Konto gesendet werden kann.
11. Nachdem die Konfiguration des Datenfeeds bestätigt wurde, wählen Sie Weiter und anschließend Konto erstellen aus.

Ihr Verkäuferkonto wird im Navigationsbereich angezeigt und beginnt mit der Synchronisierung der Marktplatzdaten (Angebote, Verträge und Berichte).

Was ermöglicht das Verbinden

Funktion	Ohne Konto	Mit verbundenem Konto
Importieren Sie Produkte aus öffentlichen Marktplätzen	Ja	Ja
Importiere deine eigenen Angebote (auch limitierte)	Nein	Ja
Erstelle private Angebote	Nein	Ja
Verträge und Ansprüche anzeigen	Nein	Ja
Erfassung und Nutzung nachverfolgen	Nein	Ja
Auszahlungen und Einnahmen einsehen	Nein	Ja
Co-selling /ACE-Integration	Nein	Ja

Mehrere Konten

Sie können mehrere AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferkonten mit einer einzigen Organisation verbinden. Jedes Konto wird separat in der Navigation angezeigt und verwaltet seine eigenen Angebote, Angebote und Vereinbarungen.

Verwandte Themen

- the section called “Konto-Dashboard”
- the section called “Kontoeinstellungen”
- Einen SaaS-Eintrag erstellen

Konto-Dashboard

Das Konto-Dashboard bietet einen Überblick über Ihre AWS Marketplace Marketplace-Aktivitäten, einschließlich aktiver Abonnements, Umsätze, Geschäftschancen und wichtiger Kennzahlen.

Dashboard-Widgets

Wenn Sie ein verbundenes Marketplace-Konto eröffnen, werden im Dashboard die folgenden Widgets angezeigt:

- GSS in Rechnung gestellt
- Private Offers (Private Angebote)
- Aktive Abonnements
- Autorisierungen für Wiederverkäufer
- Angebote
- Kostenlose Testversionen
- Ausstehende Verkaufstage
- Umsatz mit Partnern
- AWS Fee (AWS-Gebühr)

Diagramme zur Geschäftsübersicht

Auf der Karte „Unternehmensübersicht“ werden die Registerkarten für private Angebote, aktive Abonnenten und GSS als Liniendiagramm angezeigt. Im Bereich „Ziele“ werden das GSS-Ziel und das PO-Ziel mit der Aktion „Ziele bearbeiten“ angezeigt.

Um das Dashboard anzupassen

Verwenden Sie die Zeitraum-Auswahl, um den angezeigten Datumsbereich zu ändern. Der T12M-Wert steht für die letzten 12 Monate.

Mit der Widgets-Schaltfläche oben rechts auf der Metrikkarte können Sie anpassen, welche Widgets angezeigt werden. Bei mehreren Widgets wird die Anzahl aufgeteilt, zum Beispiel bei Reseller-Autorisierungen (Aktiv und Abgelaufen).

Hinweise

- Die Dashboard-Daten werden aktualisiert, wenn Sie zu der Seite navigieren. Es wird nicht automatisch aktualisiert.
- Bei Umsatz- und Auszahlungsdaten kann es zu einer Verzögerung von 24-48 Stunden gegenüber dem AWS Marketplace kommen.
- Wenn kein Konto verbunden ist, werden Sie im Dashboard aufgefordert, Ihr Konto zu verbinden.

Verwandte Themen

- Ihr AWS Marketplace Marketplace-Konto verbinden
- the section called “Kontoeinstellungen”
- Fakturierter Umsatz

Kontoeinstellungen

Mit den Kontoeinstellungen können Sie die Metadaten, Benachrichtigungseinstellungen und den Teamzugriff Ihres verbundenen AWS Marketplace Marketplace-Kontos in der Storefront-Konsole konfigurieren.

So greifen Sie auf die Kontoeinstellungen zu

Öffne dein verbundenes Konto und wähle dann den Tab Einstellungen. Die Kontoseite enthält vier Tabs: Benachrichtigungen, Metadaten, Team und Einstellungen.

Allgemeine Einstellungen

Einstellung	Description
Account name (Kontoname)	Anzeigename für dieses Konto in der Konsole
AWS-Konto-ID	Ihre 12-stellige AWS-Konto-ID (nur lesbar nach der Verbindung)
Verbindungsstatus	Aktueller Status der API-Verbindung
Zuletzt synchronisiert	Zeitstempel der letzten Datensynchronisierung

Benachrichtigungseinstellungen

Wählen Sie auf der Registerkarte Benachrichtigungen die Option + Hinzufügen aus, um eine Benachrichtigungsregel zu erstellen. Jede Regel hat einen Namen, eine Ressource und einen Webhook.

Verwandte Themen

- Ihr AWS Marketplace Marketplace-Konto verbinden
- the section called “Konto-Dashboard”
- Teammitglieder verwalten

Auflistungen

Erstellen und verwalten Sie Ihre AWS Marketplace Marketplace-Produktangebote von der Storefront-Konsole aus.

Einen SaaS-Eintrag erstellen

Sie können direkt von der Storefront-Konsole aus eine SaaS-Produktliste für AWS Marketplace erstellen. Der Angebotsassistent führt Sie durch jeden Schritt der Produktkonfiguration.

Voraussetzungen

- Ein verbundenes AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferkonto
- Verkäuferregistrierung wurde von AWS Marketplace genehmigt
- Rolle „Kontoadministrator“ oder „Angebotsverwaltung“ für das verbundene Konto.

Um einen SaaS-Eintrag zu erstellen

1. Wählen Sie in Ihrem verbundenen Konto Produkte aus.
2. Wähle Eintrag hinzufügen.
3. Wählen Sie einen der folgenden Produkttypen:
   - SaaS Contract (SaaS-Vertrag)
   - SaaS Subscriptions (SaaS-Abonnements)
   - AMI (stündlich oder stündlich jährlich)
   - Bestehendes Angebot klonen

   Container und Professional Services sind sichtbar, aber deaktiviert.
4. Füllen Sie jeden Abschnitt des Angebotsassistenten aus:
5. Sehen Sie sich die Zusammenfassung des Angebots an.
6. Wähle „Zur Überprüfung einreichen“.

Das Angebot geht in den Status „Ausstehend“ über, während es von AWS Marketplace überprüft wird. Sie erhalten eine Benachrichtigung, wenn es genehmigt wurde oder wenn Änderungen erforderlich sind.

Allgemeine Informationen

- SKU — Die SKU-ID des Produkts
- Lieferant — Der Name des Anbieters
- Website — Die URL der Produktwebsite
- Titel — Der Name, den Käufer im AWS Marketplace sehen
- Produktbeschreibung — Detaillierte Produktbeschreibung
- Kurze Produktbeschreibung — Kurze Zusammenfassung des Produkts
- Produktlogo-URL — S3-URL für Ihr Produktlogo. Dieses Feld akzeptiert eine S3-URL.

- Link zum Produktvideo — URL zu einem Produktvideo

Preisgestaltung

Konfigurieren Sie das Preismodell für Ihr SaaS-Produkt:

- Preisdimensionen — Definieren Sie die Einheiten, die Käufern in Rechnung gestellt werden (z. B. Benutzer, API-Aufrufe, GB)
- Vertragsbedingungen — Wählen Sie aus den folgenden Laufzeiten:
  - Monatlich
  - 1 Jahr
  - 2 Jahre
  - 3 Jahre

Nachdem Ihr Produkt auf Limited veröffentlicht wurde, können Sie weder die Anzahl der Preisdimensionen noch die Dimensionsnamen ändern.

Weitere Informationen zu Preismodellen finden Sie unter Preise im AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferleitfaden.

Benachrichtigungen

Wählen Sie im Abschnitt Benachrichtigungen einen Wert aus der Dropdownliste Benachrichtigung auswählen aus (Standardeinstellung: Keine).

Hinweise

- Die Angebotserstellung über die Konsole verwendet die AWS Marketplace Catalog API. Stellen Sie sicher, dass Ihr verbundenes Konto über die erforderlichen IAM-Berechtigungen verfügt.
- Sie können einen Entwurf jederzeit speichern und ihn später fertigstellen.
- Sobald ein Angebot aktiv ist, können Sie es aktualisieren, indem Sie eine neue Version erstellen.

Verwandte Themen

- Eine Multi-Product Lösung erstellen
- the section called “Angebotsvorlagen verwenden”
- the section called “Verwaltung von Tags und Kategorien auf Produkten”

Eine Multi-Product Lösung erstellen

Eine Multi-Product Lösungsliste fasst mehrere verwandte Produkte zu einem einzigen Lösungsangebot zusammen. Käufer können die Komplettlösung von einer Angebotsseite aus entdecken und bewerten und dann einzelne Komponenten erwerben.

Voraussetzungen

- Ein verbundenes AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferkonto
- 2 bis 7 aktive Produktangebote, die in die Lösung aufgenommen werden sollen
- Rolle „Kontoadministrator“ oder „Angebotsverwaltung“ für das verbundene Konto.

Um eine Multi-Product Lösung zu erstellen

1. Wählen Sie in Ihrem verbundenen Konto Produkte aus.
2. Wähle Angebot erstellen.
3. Wählen Sie Multi-Product Solution als Produkttyp aus.
4. Füllen Sie jeden Abschnitt aus:
5. Lesen Sie die Zusammenfassung der Lösung.
6. Wählen Sie Zur Überprüfung einreichen aus.

Produkte

Wählen Sie die Produkte aus, aus denen diese Lösung besteht:

1. Wählen Sie Produkt hinzufügen.
2. Suchen Sie nach Produkten aus Ihren aktiven Angeboten und wählen Sie sie aus.
3. Fügen Sie für jedes Produkt eine Rollenbeschreibung hinzu, in der erklärt wird, wie es in die Lösung passt.
4. Ordnen Sie die Produkte in der Reihenfolge der Anzeige an.

Anwendungsfälle

Beschreiben Sie, wie Käufer die Lösung verwenden:

1. Wählen Sie „Anwendungsfall hinzufügen“.

2. Geben Sie für jeden Anwendungsfall einen Titel und eine Beschreibung ein.
3. Fügen Sie bis zu 3 Anwendungsfälle hinzu.

Werbemedien

Fügen Sie visuelle Inhalte hinzu, um die Lösung zu präsentieren:

- Architekturdiagramm — Laden Sie ein Diagramm hoch, das zeigt, wie die Komponenten zusammenarbeiten
- Demo-Video — Link zu einem Produktvorführungsvideo
- Screenshots — Laden Sie bis zu 5 Screenshots hoch

Weitere Ressourcen

Unterstützende Materialien verlinken:

- Whitepaper
- Fallstudien
- Leitfäden zur Implementierung
- Links zur Dokumentation

Hinweise

- Bei den in einer Multi-Product Lösung enthaltenen Produkten muss es sich um aktive AWS Marketplace Marketplace-Angebote handeln.
- Die Auflistung der Lösungen ändert nichts an der Preisgestaltung oder Beschaffung einzelner Produkte. Käufer kaufen immer noch jedes Produkt separat.
- Sie können die in einer Lösung enthaltenen Produkte aktualisieren, nachdem diese veröffentlicht wurde.

Verwandte Themen

- the section called “Einen SaaS-Eintrag erstellen”
- the section called “Angebotsvorlagen verwenden”
- Produkte teilen

Angebotsvorlagen verwenden

Angebotsvorlagen füllen häufig verwendete Felder bei der Erstellung eines neuen Produktangebots vorab aus und reduzieren so die Einrichtungszeit für Produkte mit ähnlichen Konfigurationen.

Um eine Vorlage bei der Angebotserstellung zu verwenden

1. Wählen Sie in Ihrem verbundenen Konto Produkte aus.
2. Wähle Eintrag hinzufügen.
3. Öffnen Sie oben im Formular Inserat hinzufügen das Drop-down-Menü Suchvorlage — optional und wählen Sie eine Vorlage aus. Die Auswahl füllt das Formular aus.
4. Füllen Sie die verbleibenden Pflichtfelder aus und senden Sie sie ab.

Verfügbare Vorlagen

Die Vorlagen basieren auf gängigen Angebotskonfigurationen:

- Standard-SaaS-Liste
- Usage-based SaaS-Liste
- SaaS-Liste für Verträge
- AMI-Liste (einfach)
- Multi-Product Lösung

Hinweise

- Vorlagen füllen Felder vorab aus, sperren sie jedoch nicht. Sie können jeden vorausgefüllten Wert ändern.
- Vorlagen werden auf Organisationsebene verwaltet. Wenden Sie sich an Ihren Administrator, um neue Vorlagen anzufordern.

Verwandte Themen

- the section called “Einen SaaS-Eintrag erstellen”
- Storefront-Vorlagen

Verwaltung von Tags und Kategorien auf Produkten

Sie können Ihren Produkten Tags und Kategorien zuweisen, um die Auffindbarkeit in Ihren Storefronts zu verbessern und Käufern zu helfen, relevante Produkte zu finden.

Schlagworte im Vergleich zu Kategorien

Feature	Tags (Markierungen)	Kategorien
Scope	Storefront-level (spezifisch für jede Storefront)	Product-level (gilt für alle Storefronts)
Zweck	Filtern Sie die Navigation innerhalb einer Storefront	Produktklassifizierung und Suche
Zuweisung	Auf der Registerkarte „Tags“ in der Storefront zugewiesen	Wird während der Produkterstellung oder -bearbeitung zugewiesen

Um einem Produkt Kategorien zuzuweisen

1. Wählen Sie in Ihrem verbundenen Konto Produkte aus.
2. Wählen Sie das Produkt aus, das Sie bearbeiten möchten.
3. Legen Sie im Abschnitt Allgemein Produktkategorie 1 (erforderlich) und optional Produktkategorie 2 und Produktkategorie 3 fest.
4. Wählen Sie Speichern.

Um einem Produkt benutzerdefinierte Tags hinzuzufügen

Benutzerdefinierte Tags stellen zusätzliche Metadaten zur Verwendung bei der Storefront-Filterung bereit:

1. Wählen Sie das Produkt aus, das Sie bearbeiten möchten.
2. Wählen Sie Tags aus.
3. Wählen Sie „Tag hinzufügen“ und geben Sie einen Tag-Namen ein (z. B. „Enterprise“, „Starter-friendly“, „Compliance“).
4. Wählen Sie Speichern.

Diese Tags können bei der Konfiguration von Storefront-Tagfiltern zugewiesen werden.

Dialogfeld „Tag“

Sie können Tags auch in der Produktlistenansicht gleichzeitig verwalten:

1. Wählen Sie auf der Produktseite mithilfe der Kontrollkästchen ein oder mehrere Produkte aus.
2. Wählen Sie im Aktionsmenü die Option Tags verwalten aus.
3. Fügen Sie Tags für die ausgewählten Produkte hinzu oder entfernen Sie sie.
4. Wählen Sie Anwenden aus.

Verwandte Themen

- Tags verwalten
- Kategorien und Abzeichen
- the section called “Sichtbarkeit des Inserats einstellen”

Sichtbarkeit des Inserats einstellen

Sie können kontrollieren, ob ein Produkt auf dem AWS Marketplace öffentlich sichtbar oder auf bestimmte Käufer beschränkt ist. Die Sichtbarkeitseinstellungen bestimmen, wer Ihre Produkte entdecken und darauf zugreifen kann.

Sichtbarkeitsoptionen

Sichtbarkeit	Description
Öffentlich	Sichtbar für alle Käufer auf dem AWS Marketplace und in Ihren Storefronts
Begrenzt	Limitierte Produkte sind nur für AWS-Konten auf der Zulassung sliste sichtbar. Dazu gehört auch das Verkäuferkonto, mit dem Sie angemeldet sind.
Eingeschränkt	Bestehende Benutzer können das Produkt weiterhin verwenden. Das Produkt ist für die Öffentlichkeit nicht mehr sichtbar oder für neue Benutzer verfügbar.

Um die Sichtbarkeit des Produkts zu ändern

1. Wählen Sie in Ihrem verbundenen Konto Produkte aus.
2. Wählen Sie das Produkt aus.
3. Wählen Sie im Aktionsmenü die Option Sichtbarkeit aktualisieren.
4. Wählen Sie im Dialogfeld „Sichtbarkeit des Angebots aktualisieren“ die Optionen „Öffentlich“, „Eingeschränkt“ oder „Eingeschränkt“.
5. Wählen Sie Aktualisieren aus.

Limitierte Produkte in Ladenfronten

Limited-visibility Produkte können weiterhin in Ihren Schaufenstern ausgestellt werden. Das ist nützlich für:

- Partner-exclusive Produkte, die nicht auf dem öffentlichen AWS Marketplace erscheinen sollten
- Pre-launch Produkte, die mit ausgewählten Käufern geteilt wurden
- Interne Tools, die nur der Käufergemeinschaft Ihres Unternehmens zur Verfügung stehen

Gehen Sie wie folgt vor, um limitierte Produkte in ein Ladengeschäft aufzunehmen:

1. Öffnen Sie den Tab „Auswahl“ der Storefront.
2. Wählen Sie den Quell-Tab „Meine Produkte“.
3. Limitierte Produkte aus Ihrem verbundenen Konto werden hier neben öffentlichen Produkten angezeigt.
4. Wählen Sie die limitierten Produkte aus, die Sie hinzufügen möchten.

Hinweise

- Die Änderung der Sichtbarkeit hat keine Auswirkungen auf bestehende Verträge oder aktive Abonnements.
- Eingeschränkte Produkte sind über eine direkte URL zugänglich, auch wenn sie nicht in einer Storefront erhältlich sind.
- Es kann einige Minuten dauern, bis Änderungen der Sichtbarkeit im gesamten AWS Marketplace übernommen werden.

Verwandte Themen

- Produkte werden importiert
- the section called “Verwaltung von Tags und Kategorien auf Produkten”
- Produkte teilen

Angebote und Vereinbarungen

Erstellen Sie private Angebote und verwalten Sie Verträge, Abonnements und Nutzungsdaten für Ihr verbundenes Konto.

Angebote erstellen

Über die Storefront-Konsole können Sie private Angebote für bestimmte Käufer erstellen. Private Angebote bieten individuelle Preise, Bedingungen und Zahlungspläne, die auf die Bedürfnisse der einzelnen Käufer zugeschnitten sind.

> **Note**
>
> Private Angebote werden für eingestellte Produkte nicht unterstützt.

Voraussetzungen

- Ein verbundenes AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferkonto
- Mindestens ein aktives Produktangebot
- Rolle „Kontoadministrator“ oder „Angebotsverwaltung“ für das verbundene Konto.

Arten von Angeboten

Die Konsole bietet Angebotsgeneratoren für jedes Preismodell:

Generator	Description
SaaS Contract (SaaS-Vertrag)	Fixed-term Vertrag mit definierten Mengen pro Preisdimension

Generator	Description
SaaS Subscriptions (SaaS-Abonnements)	Usage-based Abonnement mit nutzungsabhängiger Bezahlung
AMI	Amazon Machine Image mit stündlicher oder jährlicher Preisgestaltung

So erstellen Sie ein privates Angebot

Bei der Angebotserstellung handelt es sich um einen mehrstufigen Assistenten mit den Steuerelementen „Stornieren“, „Zurück“ und „Weiter“.

1. Wählen Sie in Ihrem verbundenen Konto Angebote aus.
2. Wählen Sie „Angebot erstellen“.
3. Wählen Sie einen Select ISV-Wert (Standard Self) und einen Select Product-Wert aus.
4. Geben Sie eine oder mehrere AWS-Konto-IDs von Käufern in das Feld Käufer — AWS-Konto-ID (en) ein (maximal 24 IDs; Ihr Konto wird automatisch hinzugefügt).
5. Aktivieren Sie das Kontrollkästchen Flexibler Zahlungsplan, um feste Einheiten zu aktivieren und es Käufern zu ermöglichen, dieses Produkt in Raten zu bezahlen.
6. Wählen Sie Weiter, um mit den weiteren Schritten des Assistenten zur Preisgestaltung, Vertragsdauer, EULA und Angebotsdetails fortzufahren.
7. Sehen Sie sich die Zusammenfassung des Angebots an.
8. Wählen Sie „Angebot erstellen“.

Das Angebot wird im AWS Marketplace erstellt und der Käufer erhält eine Benachrichtigung zur Überprüfung und Annahme.

Produkt und Preisgestaltung

- Preisdimensionen — Konfigurieren Sie Mengen und Preise pro Dimension
- Vertragsdauer — Legen Sie die Angebotsdauer fest (monatlich, 1 Jahr, 2 Jahre, 3 Jahre)
- Zahlungsplan — Konfigurieren Sie Vorauszahlung, Ratenzahlung oder Zahlung auf Abruf

Angebotsdetails

- Angebotsname — Interner Name für die Nachverfolgung
- Ablauf des Angebots — Datum, an dem das Angebot abläuft, falls es nicht angenommen wird
- EULA — Fügen Sie die Endbenutzer-Lizenzvereinbarung bei (verwenden Sie die Standardlizenz oder die benutzerdefinierte Lizenzvereinbarung)
- Benutzerdefinierte Felder — Zusätzliche Begriffe oder Metadaten

Status des Angebots

Status	Description
Ausstehend	Erstellt und wartet auf die Annahme durch den Käufer
Accepted (Akzeptiert)	Der Käufer hat das Angebot akzeptiert
Expired	Das Angebot ist abgelaufen, bevor der Käufer gehandelt hat
Abgelehnt	Der Käufer hat das Angebot abgelehnt

Verwandte Themen

- Angebote zum Klonen
- the section called “Angebots-PDFs werden heruntergeladen”
- Generatoren anbieten

Angebots-PDFs werden heruntergeladen

Sie können eine PDF-Version jedes privaten Angebots herunterladen, um es aufzuzeichnen, intern zu genehmigen oder mit Käufern außerhalb der AWS Marketplace Marketplace-Konsole zu teilen.

Um ein Angebot als PDF herunterzuladen

1. Wählen Sie im Aktionsmenü die Option PDF herunterladen.
2. Im Dialogfeld „PDF herunterladen“ sind die Angebotsdetails (Übersicht, Preise und Zahlung, Kundenkontaktinformationen) standardmäßig enthalten und können nicht deaktiviert werden.

3. Wählen Sie optional Metadaten, EULA und Nutzungsbedingungen oder Anweisungen für Käufer.
4. Wählen Sie Herunterladen aus.

Anwendungsfälle

- Interne Genehmigungsabläufe — Teilen Sie das PDF mit den Finanz- oder Rechtsteams, bevor Sie es an den Käufer senden.
- Aufbewahrung von Aufzeichnungen — Archivieren Sie angenommene Angebote zu Prüfungszwecken.
- Kommunikation mit Käufern — Senden Sie das PDF an Kontaktpersonen des Käufers, die möglicherweise keinen Zugriff auf die AWS Marketplace Marketplace-Konsole haben.

Hinweise

- PDF-Dateien geben den Angebotsstatus zum Zeitpunkt des Herunterladens wieder.
- Wenn das Angebot nach dem Herunterladen geändert wird, ist das PDF veraltet. Laden Sie nach den Änderungen eine neue Kopie herunter.
- Die PDF-Generierung ist für Angebote mit beliebigem Status verfügbar.

Verwandte Themen

- the section called “Angebote erstellen”
- Angebote klonen

Vereinbarungen einsehen

Im Abschnitt Vereinbarungen werden alle aktiven und historischen Vereinbarungen angezeigt, die mit Ihrem verbundenen AWS Marketplace Marketplace-Konto verknüpft sind.

Um Vereinbarungen einzusehen

1. Wählen Sie in der oberen Registerkartenleiste des Kontos den Tab Vereinbarungen (neben Angeboten, Angebotsvorlagen, Verkaufsgenehmigungen und Bundles).
2. In der Vereinbarungsliste werden die folgenden Spalten angezeigt:

Spalte
Vereinbarungs-ID
Offer ID (Angebots-ID)
Status
Angebot angenommen am
Startdatum der Vereinbarung
Enddatum der Vereinbarung

3. Verwenden Sie die Status-Registerkarten (Alle, Aktiv, Abgelaufen), das Suchfeld und die Steuerelemente Synchronisieren, Aktualisieren und Exportieren, um nach Vereinbarungen zu suchen.

Detailansicht der Vereinbarung

Wählen Sie eine Vereinbarung aus, um ihre Details in einer Seitenschublade zu öffnen. In der Schublade werden die folgenden Felder angezeigt:

- Vereinbarungs-ID
- Offer ID (Angebots-ID)
- ID des Antragstellers
- ID des Akzeptors
- Name des Angebots
- Product Name (Produktname)
- Status
- Art der Vereinbarung
- Dauer
- Produkttyp
- Angebot angenommen am
- Startzeit

- Endet am
- Product iD (Produkt-ID)
- EULA-Dokument
- Automatische Verlängerung
- Betrag des Kaufs
- AWS-Angebotsgebühr (%)
- Netto
- Verlängerung

Die Schublade enthält auch einen Bereich mit Metadaten.

Verwandte Themen

- the section called “Aktive Abonnements anzeigen”

Aktive Abonnements anzeigen

Im Bereich Abrechnung werden alle aktiven Abonnements mit Nutzungsdaten für Ihre kostenpflichtigen Produkte angezeigt. Wenn Sie Metering öffnen, gelangen Sie auf den Tab Aktive Abonnements.

Um aktive Abonnements zu sehen

1. Wählen Sie in Ihrem verbundenen Konto Metering aus.
2. In der Abonnementliste werden die folgenden Spalten angezeigt:

Spalte
ID der Vereinbarung
Offer ID (Angebots-ID)
ID des Antragstellers
ID des Akzeptors

Spalte
Name des Angebots
Product Name (Produktname)

3. Verwenden Sie die Tabs (Aktive Abonnements, Alle, Fehlgeschlagen, Verifiziert, Geplant) und das Suchfeld, um nach Abonnements zu suchen. Wählen Sie + Neu hinzufügen, um einen Messdatensatz hinzuzufügen.

Detailansicht des Abonnements

Die Detailansicht zeigt:

Abschnitt	Informationen
-Übersicht	Abonnement-ID, Käufer, Produkt, Status, Daten
Usage	Nutzung im aktuellen Zeitraum nach Dimension
Verlauf der Zählerfassung	Frühere Einreichungen mit Zeitstempeln und Beträgen
Fakturierung	Rechnungsbeträge und Zahlungsstatus

Hinweise

- Aktive Abonnements spiegeln Echtzeitdaten aus dem AWS Marketplace Metering Service wider.
- Die Nutzungsdaten werden aktualisiert, sobald Messdatensätze eingereicht werden (entweder durch Ihre Anwendung oder im Rahmen einer geplanten Erfassung).
- Abonnements, die vom Käufer storniert wurden, bleiben als historische Referenz mit dem Status „Storniert“ sichtbar.

Verwandte Themen

- the section called “Verwaltung der geplanten Zählerfassung”
- the section called “Vereinbarungen einsehen”

Verwaltung der geplanten Zählerfassung

Sie können die Übermittlung von Messdaten für Ihre nutzungsbasierten Produkte direkt von der Storefront-Konsole aus planen. Die geplante Erfassung automatisiert den Prozess der Meldung der Nutzung durch Käufer an den AWS Marketplace.

Um geplante Zählungen einzusehen

1. Wählen Sie in Ihrem verbundenen Konto die Option Metering aus.
2. Wählen Sie den Tab Geplant.
3. In der Liste werden die folgenden Spalten angezeigt:

Spalte
Kennung der Vereinbarung
AWS-Konto-ID des Kunden
Product Title (Produkttitel)
Planen Sie die Startzeit
Status
Eingereichte Aufzeichnungen

Um eine Regel für die geplante Messung zu erstellen

1. Wählen Sie auf der Registerkarte Geplant die Option + Neu hinzufügen aus.
2. Das Formular wird inline geöffnet. Konfigurieren Sie die folgenden Felder:
   - Titel des Produkts
   - AWS-Konto-ID des Kunden
   - API-ID der Dimension
   - Menge
3. Verwenden Sie den Schalter „Zeitplan“, um eine einmalige, geplante Einreichung zu aktivieren. Verwenden Sie den Schalter „Wiederkehrender Zeitplan“, um wiederholte Einsendungen in einem definierten Intervall zu aktivieren.

4. Wählen Sie Absenden aus.

Um eine geplante Messung zu bearbeiten

1. Wählen Sie die geplante Regel aus.
2. Wählen Sie Bearbeiten aus.
3. Ändern Sie die Konfiguration.
4. Wählen Sie Absenden aus.

Um anzuhalten oder fortzufahren

1. Wählen Sie die geplante Regel aus.
2. Wählen Sie „Pause“, um Einsendungen vorübergehend zu beenden, oder „Fortfahren“, um neu zu starten.

Bei pausierten Regeln werden erst dann Messdatensätze übermittelt, wenn sie wieder aufgenommen werden.

Fehlerbehandlung

Wenn die Übermittlung einer geplanten Messung fehlschlägt:

- Der Status ändert sich in Fehler.
- Eine detaillierte Fehlermeldung gibt den Grund an (z. B. ungültige Dimension, Abonnement storniert).
- Sie erhalten eine Benachrichtigung (falls konfiguriert).
- Das System versucht es im nächsten geplanten Intervall erneut, es sei denn, das Abonnement ist nicht mehr gültig.

Hinweise

- Scheduled Metering wird in Ihrem Namen unter Verwendung Ihrer verbundenen Kontoanmeldedaten an den AWS Marketplace Metering Service übermittelt.
- Die Messdaten müssen innerhalb von 6 Stunden nach dem Nutzungsereignis eingereicht werden. Stellen Sie sicher, dass Ihr Zeitplan Ihren Berichtsanforderungen entspricht.

- Für Messungen großer Datenmengen sollten Sie erwägen, die API direkt von Ihrer Anwendung aus zu verwenden.

Verwandte Themen

- the section called “Aktive Abonnements anzeigen”
- Fakturierter Umsatz

Co-selling und Partner

Verwalten Sie Co-Selling-Möglichkeiten und Vertriebsgenehmigungen von Vertriebspartnern.

Verwaltung von Co-Selling-Möglichkeiten

Sie können Ihre Co-Selling-Möglichkeiten auf der Seite „Verkaufschancen“ verfolgen, aktualisieren und verwalten. Co-Selling Die Seite bietet einen Überblick über alle Verkaufschancen in der Pipeline.

Um sich Chancen anzusehen

1. Wählen Sie in Ihrem verbundenen Konto Co-Selling Opportunities aus.
2. In der Tabelle mit Geschäftschancen werden die folgenden Spalten angezeigt:
   - Quelle
   - Status
   - Stage
   - Opportunity-ID
   - Firmenname des Kunden
   - Titel des Projekts
3. Verwenden Sie die Dropdownliste „Alle Opportunities“, um zu filtern. In der Spalte Quelle wird angezeigt, ob eine Opportunity von einem Partner AWS-originated oder einem Partner stammt.
4. Die folgenden Filter sind verfügbar:
   - Suchen
   - Dropdownmenü „Alle Opportunities“
   - Synchronisierung
   - (Aktualisieren)

5. Die Statuswerte lauten: Ausstehende Einreichung, Eingereicht und Genehmigt.

Um zusätzliche Details einzusehen

Die Detailansicht der Opportunity umfasst:

- Aktivitätshistorie — Zeitleiste der Änderungen und Aktualisierungen in der Phase
- AWS-Feedback — Kommentare oder Hinweise von AWS (für angenommene Gelegenheiten)
- Ähnliche Angebote — Private Angebote, die für diese Gelegenheit erstellt wurden
- Kontakte — Kunden- und AWS-Kontakte verknüpft

Pipeline neuer Geschäftschancen

Die Pipeline-Zusammenfassung oben auf der Co-Selling Opportunity-Seite enthält die folgenden Karten:

- Alle Opportunities
- Ursprünglich von AWS
- Ursprünglich vom Partner
- Geschätzte Einnahmen aus der Pipeline
- WIN-Rate
- Validierungsrate

Hinweise

- Mit ACE synchronisierte Opportunities folgen den Regeln des AWS-Co-Selling-Programms. Die Teilnahmevoraussetzungen finden Sie in Ihrer Partnervereinbarung.
- Erhaltene Angebote (von AWS) können Empfehlungsvorteile oder Angebote für technischen Support beinhalten.
- Wenn eine Opportunity archiviert wird, wird sie aus der aktiven Ansicht entfernt, sie wird jedoch zur Berichterstattung beibehalten.

Verwandte Themen

- Schaffung von Co-Selling-Möglichkeiten

- AWS-ACE-Anschluss
- Co-selling -Automatisierung

Autorisierungen verkaufen

Mit Verkaufsgenehmigungen können Sie Vertriebspartner autorisieren, Ihre Produkte über ihre eigenen Storefronts oder direkt an ihre Käufer über Channel Partner Private Offers (CPPO) weiterzuverkaufen.

Um Verkaufsgenehmigungen einzusehen

1. Wählen Sie in Ihrem verbundenen Konto die Option Verkaufserlaubnisse aus.
2. In der Liste werden angezeigt:
   - Autorisierungs-ID
   - Partnername und AWS-Konto-ID
   - Product Name (Produktname)
   - Status (Aktiv, Abgelaufen, Widerrufen)
   - Datum der Autorisierung
   - Ablaufdatum

Um eine Verkaufserlaubnis zu erstellen

1. Wählen Sie Autorisierung erstellen.
2. Füllen Sie das Formular aus:
   - AWS-Konto-ID des Partners — Die 12-stellige AWS-Konto-ID des Wiederverkäufers
   - Produkt — Wählen Sie das Produkt aus, das für den Weiterverkauf autorisiert werden soll
   - Preisgestaltung — Lege den Großhandelspreis oder discount für den Partner fest
   - Dauer — Wie lange ist die Autorisierung gültig
   - Bedingungen — Alle zusätzlichen Bedingungen oder Einschränkungen für den Weiterverkauf
3. Wählen Sie Erstellen aus.

Der Partner erhält eine Benachrichtigung und kann mit der Erstellung von CPPOs für Ihr Produkt beginnen.

Verwaltung von Autorisierungen

- Widerrufen — Stornieren Sie eine aktive Autorisierung. Der Partner kann keine neuen CPPOs mehr erstellen, bestehende Vereinbarungen bleiben jedoch aktiv.
- Verlängern — Verlängern Sie das Ablaufdatum einer Autorisierung.
- Bearbeiten — Preise oder Bedingungen ändern (gilt nur für future CPPOs).

Hinweise

- Verkaufsgenehmigungen werden über die AWS Marketplace Catalog API verwaltet. Stellen Sie sicher, dass Ihr verbundenes Konto über die erforderlichen Berechtigungen verfügt.
- Weitere Informationen zur Funktionsweise von CPPO finden Sie unter Private Angebote von Channel-Partnern im AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferleitfaden.

Verwandte Themen

- Angebote erstellen
- Ihr AWS Marketplace Marketplace-Konto verbinden

Ladenfronten

Storefronts erstellen, entwerfen, konfigurieren und bereitstellen.

In einer Storefront können neben Ihren eigenen AWS Marketplace Marketplace-Produkten auch Produkte von anderen Partnern angezeigt werden.

Themen

- Storefronts erstellen und bereitstellen
- Single Sign-On für eine Storefront einrichten
- Design und Layout
- Produktkatalog
- Mit AWS kaufen
- Governance

Storefronts erstellen und bereitstellen

Erstellen, klonen, implementieren und verknüpfen Sie Storefronts, um Ihren Katalog für Käufer zu veröffentlichen.

Eine Storefront erstellen

Sie können eine neue Storefront erstellen, um einen Katalog mit AWS Marketplace Marketplace-Produkten für Ihre Käufer zu kuratieren und zu veröffentlichen. Jede Storefront ist eine eigene, markenspezifische Webseite, auf der Käufer Produkte über den AWS Marketplace durchsuchen, bewerten und kaufen können.

Voraussetzungen

- Eine aktive AWS Marketplace Storefront-Organisation
- Mindestens ein verbundenes AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferkonto
- Inhaber- oder Administratorrolle auf Organisationsebene sowie Storefront-Admin auf der Ziel-Storefront.

Um eine Storefront zu erstellen

1. Wählen Sie im Navigationsbereich Accounts & Storefronts aus.
2. Wählen Sie Storefront erstellen aus.
3. Geben Sie einen Namen für die Storefront ein.
4. (Optional) Aktivieren Sie die Option Verwenden Sie GenAI, um Storefront zu erstellen, um erste Inhalte automatisch zu generieren.
5. Wählen Sie Erstellen aus.

   Die Storefront wird im Entwurfsstatus erstellt. Sie können jetzt Design, Produkte, Tags und Bereitstellungseinstellungen konfigurieren.

Nächste Schritte

Nach dem Erstellen einer Storefront gehen Sie in der Regel wie folgt vor:

- Konfigurieren Sie das Design und das Layout
- Importieren Sie Produkte in Ihren Storefront-Katalog
- Richten Sie Tags und Filter für die Navigation ein
- Buy With AWS für die Beschaffung konfigurieren
- Stellen Sie die Storefront bereit

Verwandte Themen

- the section called “Klonen einer Storefront”
- Layouttypen

Klonen einer Storefront

Sie können eine bestehende Storefront klonen, um eine Kopie mit denselben Designeinstellungen, Produktauswahlen und derselben Konfiguration zu erstellen. Das Klonen ist nützlich, wenn Sie eine ähnliche Storefront für eine andere Zielgruppe oder Region erstellen müssen, ohne bei Null anfangen zu müssen.

Voraussetzungen

- Eine bestehende Storefront in Ihrer Organisation
- Storefront-Admin-Rolle auf der Quell-Storefront.

Um eine Storefront zu klonen

1. Wählen Sie im Navigationsbereich Accounts & Storefronts aus.
2. Suchen Sie die Storefront, die Sie klonen möchten.
3. Wählen Sie das Aktionsmenü auf der Storefront-Karte und dann Clone aus.

   Das Aktionsmenü auf einer Storefront-Karte enthält Bearbeiten, Klonen und Löschen.
4. Geben Sie einen Namen für die geklonte Storefront ein.
5. Klicken auf Clone.

   Die neue Storefront wird im Entwurfsstatus erstellt, wobei alle Einstellungen aus der Quell-Storefront kopiert werden. Sie können alle Einstellungen vor der Bereitstellung ändern.

Was wird geklont

Die folgenden Einstellungen werden in die neue Storefront kopiert:

- Layouttyp und Designkonfiguration
- Farbthema und Branding
- Produktauswahl
- Tag-Struktur und Filter
- BWA-Konfiguration (Mit AWS kaufen)
- Einstellungen des Anbieters

Was wird nicht geklont

- Bereitstellungsstatus (der Klon beginnt im Entwurf)
- Analytics-Daten
- Verlauf der Bestellungen

- Storefront SSO-Konfiguration (muss neu konfiguriert werden). Informationen zur Einrichtung finden Sie unter. the section called “Single Sign-On für eine Storefront einrichten”

Verwandte Themen

- the section called “Eine Storefront erstellen”
- Storefront-Vorlagen

Bereitstellung

Nachdem Sie das Design, die Produkte und Einstellungen Ihres Storefront konfiguriert haben, stellen Sie es bereit, um es Käufern zugänglich zu machen. Deployment veröffentlicht die Storefront unter der konfigurierten URL.

Storefront-Staaten

Status	Description
Entwurf	Storefront wird konfiguriert. Für Käufer nicht zugänglich.
Deployed	Storefront ist live und unter seiner URL zugänglich.
Disabled	Storefront wurde zuvor bereitgestellt, ist aber jetzt offline geschaltet.

Um ein Storefront bereitzustellen

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Checkout & Deployment.
2. Aktiviere den Schalter Deine Storefront bereitstellen und wähle dann Speichern aus.
3. Auf die Storefront kann unter zugegriffen werden. `https://<name>.storefront.marketplace.aws.com`

Storefront-URL

Standardmäßig ist Ihre Storefront erreichbar unter:

```
https://<name>.storefront.marketplace.aws.com
```

Die Subdomain wird vom Storefront-Namen abgeleitet.

Verwenden Sie das Feld Domain aktualisieren, um die Subdomain für Ihre Storefront-URL zu ändern.

Die folgenden Steuerelemente sind für die Storefront-URL verfügbar:

- Link öffnen — Öffnet die Storefront-URL in einem neuen Browser-Tab.
- Link kopieren — Kopiert die Storefront-URL in Ihre Zwischenablage.
- Link teilen — Generiert einen Link, der gemeinsam genutzt werden kann und an Käufer oder Stakeholder verteilt werden kann.

Mit AWS-Umschaltern kaufen

Auf der Registerkarte Checkout & Deployment aktiviert der Schalter Mit AWS kaufen die Option Mit AWS kaufen für die Storefront. Der Schalter „Mit AWS kaufen“ steuert, ob das Banner „Mit AWS kaufen“ angezeigt wird. Beide Optionen sind standardmäßig aktiviert.

Um eine Storefront zu deaktivieren

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Checkout & Deployment.
2. Deaktiviere den Schalter Deine Storefront bereitstellen und wähle dann Speichern.
3. Die Storefront wurde offline geschaltet. Käufern, die die URL aufrufen, wird eine Meldung angezeigt, dass sie nicht verfügbar ist.

Sie können eine deaktivierte Storefront jederzeit erneut bereitstellen, ohne die Konfiguration zu verlieren.

Aktualisierung einer Live-Storefront

Änderungen an einer bereitgestellten Storefront (Design, Produkte, Tags) werden unmittelbar nach dem Speichern wirksam. Es gibt keinen separaten Schritt zur erneuten Bereitstellung. Käufer sehen Updates, sobald Sie sie speichern.

Verwandte Themen

- the section called “Eine Storefront erstellen”

- the section called “Verknüpfen und Einbetten”
- the section called “Single Sign-On für eine Storefront einrichten”

Verknüpfen und Einbetten

Du kannst die Angebotsbeziehungen für deinen Shop auf der Registerkarte Verlinkung verwalten.

Beziehungen zu Inseraten verwalten

Wählen Sie auf dem Tab Verknüpfen die Option Neuen Link hinzufügen aus, um die Beziehungen zwischen Angeboten zu verwalten. Unter Angebote, die mit der Hauptliste verknüpft sind, werden die verknüpften Angebote angezeigt.

Verwandte Themen

- the section called “Bereitstellung”
- Layouttypen

Single Sign-On für eine Storefront einrichten

Sie können Single Sign-On (SSO) aktivieren, sodass sich Käufer mit Ihrem Identitätsanbieter in einer Storefront anmelden. AWS Marketplace Storefront unterstützt Okta und Azure Entra ID.

Um Storefront SSO zu konfigurieren

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie dann den Tab SSO-Konfiguration.
2. Aktivieren Sie „SSO aktivieren“.
3. Wählen Sie für Identity Provider Okta oder Azure Entra ID aus.
4. Geben Sie die Client-ID und das Client-Geheimnis aus Ihrer Identitätsanbieter-Anwendung ein.
5. Geben Sie für Okta die Domain ein. Geben Sie für Azure Entra ID die Mandanten-ID ein.
6. Wählen Sie Speichern.
7. Wählen Sie Verbindung testen, um die Konfiguration zu überprüfen.

Verwandte Themen

- the section called “Bereitstellung”

- the section called “Single Sign-On für Ihre Organisation einrichten”

Design und Layout

Wählen Sie einen Layouttyp und passen Sie das Design, das Branding und die Inhaltsbereiche Ihres Shops an.

Layouttypen

Wenn Sie ein Schaufenster erstellen, wählen Sie einen Layouttyp aus, der die Struktur, das Erscheinungsbild und das Bereitstellungsmodell bestimmt. Jeder Layouttyp ist für einen bestimmten Anwendungsfall konzipiert.

Verfügbare Layouttypen

Unter Layoutstil sind die folgenden Optionen verfügbar:

Eigenständig

Eine ganzseitige Storefront, die auf einer dedizierten Domain oder Subdomain bereitgestellt wird. Verwenden Sie dieses Layout, wenn Sie eine unabhängige Storefront benötigen, die als eigenes Webziel fungiert.

Eingebettet

Eine Storefront, die so konzipiert ist, dass sie über einen Iframe in eine bestehende Webseite integriert werden kann. Dieses Layout behält Ihre aktuelle Website-Architektur bei und fügt einem bestimmten Bereich E-Commerce-Funktionen hinzu.

E-Commerce

Ein Produkt-Grid-Layout mit einem Surferlebnis im Einkaufsstil. Dieses Layout umfasst einen Bannerbereich und optimierte Produktkacheln für großvolumige Kataloge.

Kampagne

Ein Landingpage-Layout, das für die Generierung von Nachfrage und gezieltes Marketing optimiert ist. Dieses Layout umfasst Bereiche mit Hauptdarstellungen, besondere Produkthighlights, Abschnitte mit Ressourcen und Elemente mit einem Nutzenversprechen.

Den Layouttyp ändern

Sie können den Layouttyp jederzeit vor oder nach der Bereitstellung ändern. Wenn Sie den Layouttyp ändern, wird die Storefront neu strukturiert, sodass sie dem neuen Layout entspricht. Produktauswahl und Tag-Konfigurationen werden beibehalten.

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Design.
2. Wählen Sie unter Layoutstil eine andere Layoutoption aus.
3. Wählen Sie Speichern.

Panel-Stile filtern

Unter Optionen stehen im Steuerelement „Filter“ die Optionen Kompakt und Akkordeon zur Verfügung. Bei der Einstellung „Produktgröße“ stehen die Optionen „Klein“, „Mittel“ und „Groß“ zur Verfügung.

Größen der Produktkacheln

Sie können die Größe der Produktkacheln auf der Storefront-Startseite steuern:

- Klein — Kompakte Kacheln, mehr Produkte sind pro Reihe sichtbar.
- Mittel — Ausgewogene Kachelgröße (Standard).
- Groß — Markante Kacheln mit mehr sichtbaren Details.

Verwandte Themen

- Eine Storefront erstellen
- the section called “Anpassung von Farbe und Thema”
- the section called “Layout der Kampagne”
- the section called “E-Commerce Layout”

Layout der Kampagne

Das Kampagnen-Layout erstellt eine Ladenfront im Landing-Page-Stil, die für die Generierung von Nachfrage, Produkteinführungen und Marketingkampagnen optimiert ist. Es umfasst konfigurierbare

Bereiche für herausragende Inhalte, vorgestellte Produkte, Videos, Wertversprechen und Ressourcen.

Abschnitte zum Kampagnenlayout

Eine Campaign-Storefront besteht aus den folgenden Abschnitten, die jeweils unabhängig voneinander konfigurierbar sind:

Bereich „Hero“

Der obere Bannerbereich, der den Besuchern den ersten Eindruck vermittelt.

- Überschrift — Hauptnachricht
- Unterüberschrift — Unterstützender Text
- Banner-URL — Laden Sie das Bannerbild hoch oder geben Sie eine URL dafür an
- Favicon-URL — Laden Sie eine URL für das Favicon hoch oder geben Sie sie an

Logo

Die Logo-Konfiguration für die Kopfzeile des Kampagnen-Layouts. Einzelheiten zu the section called “Logo und Home-Taste” den Feldern finden Sie unter.

Home-Taste

Die Home-Button-Konfiguration für die Kopfzeile des Kampagnen-Layouts. Einzelheiten zu the section called “Logo und Home-Taste” den Feldern finden Sie unter.

Abschnitt „Produkt“

Der Produktbereich hat ein Abschnittsüberschriftenfeld. Der Standardwert ist Ausgewählte Produkte.

Video und Wertversprechen

Ein optionaler Abschnitt zur Vermittlung der wichtigsten Vorteile durch Video und strukturiertes Messaging.

- URL zum Einbetten von Videos — Betten Sie ein Video ein (YouTube, Vimeo oder direkte URL)
- Nutzenversprechen — Bis zu 4 Nutzenerklärungen mit Symbolen oder Kurzbeschreibungen

Weitere Informationen finden Sie unter the section called “Video und Nutzenversprechen”.

Bereich „Ressourcen“

Ein Abschnitt, in dem externe Inhalte wie Whitepapers, Fallstudien oder Dokumentationen verlinkt werden. Jede Ressourcenkarte hat die folgenden Felder:

- Titel
- Beschreibung
- Bezeichnung des Links
- URL verlinken

Um ein Kampagnen-Layout zu konfigurieren

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Design.
2. Wählen Sie Campaign als Layoutstil.
3. Konfigurieren Sie jeden Abschnitt mithilfe der angezeigten Formularfelder:
   - Füllen Sie die Felder im Abschnitt Hero aus
   - Konfigurieren Sie den Produktbereich
   - (Optional) Fügen Sie eine URL zum Einbetten eines Videos und Einträge mit einem Nutzenangebot hinzu
   - (Optional) Fügen Sie Ressourcen hinzu
4. Wählen Sie Speichern.
5. Zeigen Sie eine Vorschau der Storefront an, um das Layout vor der Bereitstellung zu überprüfen.

Verwandte Themen

- the section called “Layouttypen”
- the section called “Video und Nutzenversprechen”
- the section called “Anpassung von Farbe und Thema”

E-Commerce Layout

Das E-Commerce Layout bietet ein Surferlebnis im Produktraster mit einem Bannerbereich, der für Ladenfronten mit großen Katalogen optimiert ist, in denen Käufer mehrere Produkte vergleichen und bewerten.

E-Commerce Funktionen des Layouts

- Banner-Bereich — Ein konfigurierbarer Header-Bereich mit Branding und Botschaft
- Produktraster — Ein responsives Raster von Produktkacheln mit Filterung und Sortierung
- Filter-Seitenleiste — Kategorie- und Tag-basierte Filterung für eine schnelle Navigation
- Suche — Full-text suche nach Produkttiteln und -beschreibungen

Um ein E-Commerce Layout zu konfigurieren

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Design.
2. Wählen Sie E-Commerce als Layoutstil.
3. Konfigurieren Sie den Banner-Bereich:
   - Hauptüberschrift — Der Hauptüberschriftentext für das Banner
   - Willkommensnachricht — Unterstützender Text, der unter der Überschrift angezeigt wird
   - Größe des Überschriften-Overlays (%) — Der Prozentsatz der Bannerbreite, den die Überschrift einnimmt
   - Ausrichtung der Überschrift — Positionieren Sie die Überschrift links, mittig oder rechts
4. Konfigurieren Sie die Einstellungen für das Produktraster:
   - Wählen Sie die Standardgröße für Produktkacheln (Klein, Mittel oder Groß)
   - Konfigurieren Sie die Anzahl der Produkte pro Zeile
   - Aktivieren oder deaktivieren Sie die Preisanzeige auf Kacheln
5. Wählen Sie Speichern.

Wann sollte das E-Commerce Layout verwendet werden

Verwenden Sie dieses Layout, wenn:

- Ihr Katalog enthält viele Produkte
- Käufer müssen nach Kategorien suchen, vergleichen und filtern
- Sie möchten ein vertrautes Einkaufserlebnis mit möglichst wenigen benutzerdefinierten Inhaltsbereichen

Für Ladenfronten mit weniger Produkten oder bei denen Marketingbotschaften wichtiger sind, sollten Sie das Kampagnen-Layout oder das eigenständige Layout in Betracht ziehen.

Verwandte Themen

- the section called “Layouttypen”
- Produkte importieren
- Kategorien und Abzeichen

Anpassung von Farbe und Thema

Sie können die Farbpalette Ihres Schaufensters an das Branding Ihrer Organisation anpassen. Greifen Sie auf der Registerkarte Design auf den Abschnitt Farben zu, um die Farben Ihres Schaufensters zu konfigurieren.

Konfigurierbare Farbelemente

Die folgenden Farbelemente sind konfigurierbar:

- Primärfarbe
- Farbe der Schaltfläche
- Farbe der Überschrift

Um Farben anzupassen

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Design.
2. Scrollen Sie zum Bereich Farben.
3. Wählen Sie für jedes Farbelement das Farbquadrat aus, um den Farbwähler zu öffnen. Der Farbwähler bietet einen HSV-Verlauf und einen Farbtonregler.
4. Wählen Sie Speichern, um die Farbe anzuwenden.

Best Practices

- Sorgen Sie für einen ausreichenden Kontrast zwischen Text- und Hintergrundfarben, um die Lesbarkeit zu gewährleisten.
- Verwenden Sie die primäre Markenfarbe Ihres Unternehmens für die Einstellung Primärfarbe.

- Testen Sie Farben sowohl auf Desktop- als auch auf mobilen Viewports.

Verwandte Themen

- the section called “Layouttypen”
- the section called “Logo und Home-Taste”

Logo und Home-Taste

Sie können ein benutzerdefiniertes Logo und eine Home-Schaltfläche für Ihren Storefront-Header konfigurieren. Das Logo steht für die Marke Ihres Unternehmens, und über die Home-Schaltfläche gelangen Sie zurück zur Hauptseite des Storefront oder zu einer externen URL.

Um das Logo zu konfigurieren

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Design.
2. Geben Sie im Bereich Logo die Logo-URL ein. Fügen Sie die URL ein oder wählen Sie Hochladen, um ein Bild hochzuladen.
3. Wählen Sie Speichern.

Das Logo erscheint in der oberen linken Ecke der Storefront-Kopfzeile.

Anforderungen an das Logo

- Format: PNG, SVG oder JPEG
- Vorgeschlagene Größe: 50-200 x 50 px.
- Muss auf einer öffentlich zugänglichen URL (HTTPS) gehostet werden

Um die Home-Taste zu konfigurieren

Die Home-Schaltfläche wird im Storefront-Header angezeigt und bietet ein Ziel, durch das Sie klicken können.

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Design.
2. Konfigurieren Sie im Bereich Home Button die folgenden Felder:
   - Logo-URL für die Weiterleitung — Die Ziel-URL, wenn Käufer das Logo auswählen

- In vorhandenem Tab öffnen — Wenn diese Option aktiviert ist, wird der Link im aktuellen Browser-Tab statt in einem neuen Tab geöffnet

3. Wählen Sie Speichern.

Verwandte Themen

- the section called “Anpassung von Farbe und Thema”
- the section called “Layouttypen”
- the section called “Datenschutzrichtlinie”

Datenschutzrichtlinie

Der Abschnitt „Datenschutzrichtlinie“ verfügt über einen Aktivierungsschalter und drei Felder: URL der Datenschutzrichtlinie; Haftungsausschluss in der Fußzeile; Haftungsausschluss für Formulare.

Um die Datenschutzrichtlinie zu konfigurieren

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Design.
2. Verwenden Sie im Abschnitt Datenschutzrichtlinie den Schalter, um die Funktion zu aktivieren, und füllen Sie dann die folgenden Felder aus:
   - URL der Datenschutzrichtlinie — Geben Sie einen Link zur Seite mit den Datenschutzrichtlinien Ihrer Organisation ein.
   - Haftungsausschluss in der Fußzeile — Geben Sie den Text des Haftungsausschlusses für die Fußzeile der Storefront ein.
   - Haftungsausschluss für Formulare — Geben Sie den auf Formularen angezeigten Text des Haftungsausschlusses ein.
3. Wählen Sie Speichern.

Hinweise

- Es wird empfohlen, für alle Storefronts, die Käuferinformationen sammeln oder Cookies verwenden, eine Datenschutzrichtlinie bereitzustellen.
- Die URL der Datenschutzrichtlinie muss öffentlich zugänglich sein (HTTPS).
- Der Link wird in einem neuen Browser-Tab geöffnet, wenn Käufer ihn auswählen.

Verwandte Themen

- the section called “Logo und Home-Taste”
- Bereitstellung

Video und Nutzenversprechen

Sie können Ihrem Schaufenster Videoinhalte und strukturierte Wertversprechen hinzufügen. Diese Elemente helfen dabei, Käufern Vorteile zu vermitteln und sind in den Layouttypen Kampagne und Standalone verfügbar.

Abschnitt „Nutzenversprechen“

Verwenden Sie den Schalter auf der rechten Seite, um diesen Abschnitt zu aktivieren oder zu deaktivieren.

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Design.
2. Geben Sie im Bereich Value Proposition die URL zum Einbetten des Videos ein.

   Unterstützte Quellen:

   - YouTube (URL-Format einbetten)
   - Vimeo
   - Direkte URL der Videodatei (MP4)
3. Wählen Sie Speichern.

Das Video wird als eingebetteter Player im dafür vorgesehenen Bereich der Storefront angezeigt.

Wertangebote hinzufügen

Wertversprechen sind kurze Nutzenerklärungen, die neben dem Video oder in einem speziellen Bereich angezeigt werden. Sie vermitteln, warum Käufer Ihre Storefront nutzen sollten.

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Design.
2. Fügen Sie im Abschnitt Value Proposition bis zu 4 Einträge hinzu. Für jeden Eintrag:
   - Titel — Eine kurze Überschrift
   - Beschreibung — Ein bis zwei Sätze, die den Nutzen erläutern

3. Wählen Sie Speichern.

Verhalten anzeigen

- In Kampagnen-Layouts werden Nutzenversprechen in einem speziellen Bereich unter dem Helden und dem Video angezeigt.
- Bei eigenständigen Layouts werden Nutzenversprechen unter dem Produktkatalogbereich angezeigt.
- Bei eingebetteten E-Commerce Layouts und Layouts werden Nutzenversprechen nicht angezeigt.

Verwandte Themen

- the section called “Layout der Kampagne”
- the section called “Layouttypen”

Produktkatalog

Fügen Sie Produkte zu Ihrem Schaufenster hinzu und organisieren Sie sie mit Kategorien, Badges und Tags.

Produkte importieren

Sie können Produkte aus dem öffentlichen AWS Marketplace Marketplace-Katalog, aus Ihren eigenen Verkäuferkontoangeboten oder indem Sie benutzerdefinierte Einträge erstellen, zu Ihrer Storefront hinzufügen.

Produktquellen

Quelle	Description
AWS Marketplace	Suchen und wählen Sie aus öffentlich verfügbaren AWS Marketplace Marketplace-Angeboten
Meine Angebote	Wählen Sie aus den Produkten Ihres verbundenen Verkäufer kontos, einschließlich Angeboten mit eingeschränkter Sichtbark eit

Quelle	Description
Benutzerdefiniert	Erstellen Sie manuell Produkteinträge oder Gruppenangebote

Um Produkte vom öffentlichen Marktplatz zu importieren

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Auswahl.
2. Wählen Sie die AWS-Marketplace-Karte aus der Zeile Marketplace-Karten auf der Registerkarte Auswahl aus.
3. Stöbern oder suchen Sie nach Produkten. Verwenden Sie die Suchleiste und die Filterbereiche auf der linken Leiste, um die Ergebnisse einzugrenzen. Die folgenden Filterbereiche sind verfügbar:
   - SCHLAGWORTE, FILTER
   - AWS-FILTER
   - FILTER FÜR MEINE ANGEBOTE

   Verwenden Sie das Kontrollkästchen Nur ausgewählte anzeigen, um nur Produkte anzuzeigen, die Sie bereits ausgewählt haben.
4. Wählen Sie für jedes Produkt, das Sie hinzufügen möchten, auf der Produktkarte die Option Dieses Produkt verwenden aus.
5. Ausgewählte Produkte werden automatisch in Ihrem Storefront-Katalog angezeigt.

Um aus Ihrem Verkäuferkonto zu importieren

1. Verwenden Sie auf der Registerkarte Auswahl den Abschnitt FILTER FÜR MEINE ANGEBOTE in der linken Leiste, um Produkte aus Ihrem Verkäuferkonto zu filtern. Dies ist ein Filterbereich, kein separater Tab.
2. Die Produkte Ihres verbundenen Verkäuferkontos werden angezeigt, einschließlich Angebote mit eingeschränkter Sichtbarkeit, die nicht öffentlich durchsuchbar sind.
3. Wählen Sie auf der Produktkarte für jedes Produkt, das Sie in Ihren Shop aufnehmen möchten, die Option Dieses Produkt verwenden aus.

Um benutzerdefinierte Einträge zu erstellen

1. Wählen Sie die Registerkarte Benutzerdefiniert.

2. Wählen Sie Produkt hinzufügen, um einen manuellen Angebotseintrag zu erstellen.
3. Geben Sie die Produktdetails (Name, Beschreibung, Bild-URL, Link) ein.
4. Wählen Sie Speichern.

Voraussetzungen

- Um auf Meine Angebote zugreifen zu können, müssen Sie über ein verbundenes AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferkonto verfügen. Weitere Informationen finden Sie unter Ihr AWS Marketplace Marketplace-Konto verbinden.
- Produkte auf dem öffentlichen Marktplatz sind ohne Verkäuferkonto erhältlich.

Verwandte Themen

- the section called “Import von Massenkatalogen”
- Vorgeschlagene Produkte
- the section called “Kategorien und Abzeichen”

Import von Massenkatalogen

Mithilfe einer CSV-Datei können Sie mehrere Produkte gleichzeitig in Ihre Storefront importieren. Dies ist nützlich, wenn Sie eine große Anzahl von Produkten hinzufügen oder einen vorhandenen Katalog migrieren müssen.

CSV-Vorlage

Laden Sie die CSV-Vorlage aus dem Bereich Massenaktualisierung auf der Registerkarte Auswahl herunter.

Um Produkte in großen Mengen zu importieren

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Auswahl.
2. Scrollen Sie auf der Registerkarte „Auswahl“ zum Bereich „Massenaktualisierung“ und wählen Sie „Vorlage herunterladen“, um die CSV-Datei abzurufen.
3. Nachdem Sie die CSV-Datei fertiggestellt haben, wählen Sie Datei hochladen.
4. Das System validiert die CSV-Datei und zeigt eine Vorschau der zu importierenden Produkte an.
5. Überprüfen Sie die Vorschau und wählen Sie Import.

Importierte Produkte werden zu Ihrem Storefront-Katalog hinzugefügt.

Anforderungen an das CSV-Format

- Das unterstützte Format ist CSV.
- Die erste Zeile muss Spaltenüberschriften enthalten, die der Vorlage entsprechen
- Die erforderlichen Spalten variieren je nach Marketplace (siehe die heruntergeladene Vorlage)
- Die Produktkennzeichnungen müssen mit bestehenden Marketplace-Angeboten übereinstimmen
- Teilen Sie bei großen Datensätzen die Daten in mehrere Dateien auf.

Fehlerbehandlung

Wenn die CSV-Datei ungültige Zeilen enthält:

- Gültige Zeilen wurden erfolgreich importiert.
- Ungültige Zeilen werden in einer Fehlerzusammenfassung mit dem Grund für den Fehler aufgeführt.
- Sie können Fehler korrigieren und die fehlgeschlagenen Zeilen erneut importieren.

Verwandte Themen

- the section called “Produkte importieren”
- the section called “Kategorien und Abzeichen”
- the section called “Tags verwalten”

Kategorien und Abzeichen

Sie können Produkte in Ihrem Schaufenster mithilfe von Kategorien und Badges organisieren. Kategorien gruppieren verwandte Produkte für die Navigation, und Badges bieten visuelle Indikatoren, die Produktattribute hervorheben.

Kategorien

Kategorien werden im Filterbereich der Storefront angezeigt und helfen Käufern, sich in großen Katalogen zurechtzufinden.

Um eine Kategorie zu erstellen

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Auswahl.
2. Wählen Sie „Kategorien verwalten“.
3. Wählen Sie „Kategorie hinzufügen“.
4. Geben Sie den Namen der Kategorie und optional eine Beschreibung ein.
5. Wählen Sie Speichern.

Um Produkte Kategorien zuzuweisen

1. Wählen Sie ein Produkt im Katalog aus.
2. Wählen Sie im Produktdetailbereich Kategorien aus.
3. Wählen Sie eine oder mehrere Kategorien aus der Liste aus.
4. Wählen Sie Speichern.

Produkte können mehreren Kategorien angehören.

Abzeichen

Badges sind visuelle Etiketten, die auf Produktkacheln im Schaufenster erscheinen. Verwenden Sie Badges, um Attribute wie „Neu“, „Empfohlen“, „Preiswert“ oder benutzerdefinierte Labels hervorzuheben.

Um ein Badge zu erstellen

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Auswahl.
2. Wählen Sie „Badges verwalten“.
3. Wähle „Badge hinzufügen“.
4. Konfiguriere das Badge:
   - Etikett — Text, der auf dem Badge angezeigt wird
   - Farbe — Hintergrundfarbe des Abzeichens
5. Wählen Sie Speichern.

Um Produkten Badges zuzuweisen

1. Wählen Sie ein Produkt im Katalog aus.
2. Wählen Sie im Produktdetailbereich die Option Badges aus.
3. Wählen Sie ein oder mehrere Badges aus, die auf der Produktkachel angezeigt werden sollen.
4. Wählen Sie Speichern.

Verwandte Themen

- the section called “Produkte importieren”
- the section called “Tags verwalten”

Tags verwalten

Tags bieten ein flexibles Filtersystem für Ihre Storefront. Käufer verwenden Tags, um den Produktkatalog nach Attributen wie Kategorie, Anwendungsfall, Branche oder Bereitstellungsmodell einzugrenzen.

Struktur der Registerkarte „Tags“

Die Registerkarte „Tags“ besteht aus zwei nebeneinander liegenden Abschnitten, der Tags-Liste (mit „Tag hinzufügen“ und „Import“) und der Kategorienliste der Tags (mit „Kategorie hinzufügen“ und „Import“), sowie einer Tabelle mit den Beziehungen zwischen Tags und Kategorien am unteren Rand.

So erstellen Sie ein Tag

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab „Tags“.
2. Wählen Sie Add Tag aus.
3. Geben Sie den Tag-Namen ein.
4. Wählen Sie Speichern.

Um Produkten Tags zuzuweisen

1. Suchen Sie auf der Registerkarte „Tags“ das Tag, das Sie mit Daten füllen möchten.
2. Ziehen Sie Produkte aus der Produktliste ohne Tags in den Tag-Container. Sie können auch das Tag und die Produkte im Zuweisungsdialog auswählen.

3. Produkte werden sofort unter diesem Tag im Filterbereich der Storefront angezeigt.

So bearbeiten Sie ein Tag

Wählen Sie das Inline-Stiftsymbol neben dem Tag-Namen, um ihn zu bearbeiten. Ändern Sie den Namen oder die zugewiesenen Produkte und wählen Sie dann Speichern.

So löschen Sie ein Tag

Wähle das Papierkorbsymbol neben dem Tag, um es zu löschen. Produkte, die zuvor diesem Tag zugewiesen wurden, verbleiben im Katalog, sind aber nicht mehr mit dem gelöschten Tag verknüpft.

Anzeige des Tags in der Storefront

- Tags werden in der Filter-Seitenleiste der Storefront angezeigt.
- Käufer können ein oder mehrere Tags auswählen, um den Katalog zu filtern.
- Die Reihenfolge der Tags im Filterbereich wird durch die Drag-and-Drop-Reihenfolge bestimmt. Siehe the section called “Drag-and-drop Reihenfolge der Tags”.

Verwandte Themen

- the section called “Drag-and-drop Reihenfolge der Tags”
- the section called “Kategorien und Abzeichen”

Drag-and-drop Reihenfolge der Tags

Sie können die Reihenfolge steuern, in der Tags im Filterbereich der Storefront angezeigt werden, indem Sie die Tags per Drag-and-Drop in die von Ihnen bevorzugte Reihenfolge ziehen.

Um Tags neu anzuordnen

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab „Tags“.
2. Wählen und halten Sie den Ziehgriff (das Sechs-Punkte-Symbol auf der linken Seite einer Karte), ziehen Sie die Karte an die neue Position und lassen Sie dann los.
3. Die neue Bestellung wird automatisch gespeichert.

Die Zeile mit den System-Tags ist angeheftet und kann nicht neu angeordnet werden.

Wie wirkt sich die Bestellung auf die Storefront aus

- Die Tags werden im Filterbereich in der von Ihnen konfigurierten Reihenfolge angezeigt.
- Das erste Tag in der Liste wird oben im Filterbereich angezeigt.
- Käufern werden Tags in genau dieser Reihenfolge angezeigt, wenn sie im Shop stöbern.

Tipps

- Platzieren Sie Ihre wichtigsten oder am häufigsten verwendeten Tags ganz oben.
- Gruppieren Sie verwandte Tags zusammen.
- Eine Neuordnung hat keinen Einfluss auf Produktzuweisungen. Produkte bleiben unabhängig von der Reihenfolge der Tags gekennzeichnet.

Verwandte Themen

- the section called “Tags verwalten”
- the section called “Kategorien und Abzeichen”

Mit AWS kaufen

Konfigurieren Sie das Beschaffungs-Widget „Mit AWS kaufen“, seine Formularfelder und Währungseinstellungen.

Buy With AWS konfigurieren

Buy With AWS (BWA) ist das Beschaffungs-Widget, das es Käufern ermöglicht, Einkäufe direkt von Ihrem Geschäft aus über AWS Marketplace zu tätigen. Nach der Konfiguration können Käufer Produkte abonnieren, Angebote annehmen und die Beschaffung abschließen, ohne das Storefront-Erlebnis verlassen zu müssen.

Voraussetzungen

- Eine bereitgestellte Storefront mit mindestens einem Produkt
- Ein verbundenes AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferkonto (für die Erstellung eines privaten Angebots)

So konfigurieren Sie Buy With AWS

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Checkout & Deployment.
2. Aktivieren Sie im Abschnitt Mit AWS kaufen den BWA-Schalter.
3. Konfigurieren Sie die folgenden Einstellungen:
4. Wählen Sie Speichern.

Konfiguration des Feldes

Die Standardfelder auf dem Beschaffungsanfrageformular sind:

- AWS-Konto-ID
- Name des Unternehmens
- Vollständiger Name des Kontakts
- Kontakt-E-Mail

Sie können benutzerdefinierte Felder hinzufügen, die für Ihren Workflow spezifisch sind.

Währungseinstellungen

Konfigurieren Sie, welche Währungen für Angebote verfügbar sind, die über BWA erstellt wurden:

1. Wählen Sie im Abschnitt Währung die unterstützten Währungen aus.
2. Legen Sie die Standardwährung für neue Angebote fest.

Role-based Zugriff

Storefront-level Rollen steuern, wer Buy With AWS-Anfragen verwalten kann. Storefront Admin verwaltet Buy With AWS-Anfragen, bearbeitet Storefront-Inhalte und zeigt Berichte an. Der Inhaltseditor bearbeitet Storefront-Inhalte. Reporting Management zeigt Storefront-Berichte an. Weisen Sie diese Rollen im Dialogfeld „Benutzer bearbeiten“ im Bereich „Storefronts“ zu.

BWA-Arbeitsablauf

Wenn ein Käufer einen Kauf über BWA initiiert:

1. Der Käufer wählt „Mit AWS kaufen“ für ein Produkt in der Storefront.

2. Der Käufer füllt die konfigurierten Felder aus (AWS-Konto-ID, Firmenname, Vollständiger Kontaktname, Kontakt-E-Mail).
3. Die Anfrage wird an Ihr Team gesendet.
4. Ihr Team erstellt in AWS Marketplace ein privates Angebot für den Käufer.
5. Der Käufer erhält das Angebot und schließt die Annahme über AWS Marketplace ab.

Verwandte Themen

- the section called “Währungseinstellungen”
- the section called “Konfiguration des Feldes”
- Orders

Konfiguration des Feldes

Sie können konfigurieren, welche Felder im Einkaufsformular Buy With AWS (BWA) angezeigt werden, das Käufer ausfüllen, wenn sie einen Kauf in Ihrer Storefront anfordern.

Standardfelder

Die folgenden Standardfelder werden auf dem Antragsformular „Mit AWS kaufen“ angezeigt:

Name	Typ	Erforderlich
AWS-Konto-ID	Text	Ja (gesperrt)
Name der Firma	Text	Nein
Vollständiger Name des Kontakts	Text	Nein
Kontakt-E-Mail	Email	Nein

Um Felder zu konfigurieren

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Checkout & Deployment.

2. Scrollen Sie im Abschnitt Mit AWS-Konfiguration kaufen auf der Registerkarte Storefront zu Felder, die im Formular angezeigt werden sollen.
3. Konfigurieren Sie für jedes Feld die Spalten Name, Typ und Erforderlich.
4. Um ein benutzerdefiniertes Feld hinzuzufügen, wählen Sie + Feld hinzufügen.
5. Wählen Sie Speichern.

Zusätzliche Steuerelemente

Konfigurieren Sie auf den Unterregisterkarten Storefront und Standalone die Abonnementoptionen für Käufer (kostenlose Testversion, Privatangebot, öffentliches Angebot), die erforderliche Verkäufer-ID und das Drop-down-Menü „Kauf bei AWS vor Ort aktivieren“ (Startseite und Produktseite).

Reihenfolge der Feldanzeige

Felder werden im BWA-Formular in der in der Konfiguration angegebenen Reihenfolge angezeigt. Um Felder neu anzuordnen, ziehen Sie sie an die gewünschte Position.

Käufererlebnis

Wenn ein Käufer „Mit AWS kaufen“ für ein Produkt auswählt:

1. Ein Formular mit den konfigurierten Feldern wird angezeigt.
2. Pflichtfelder sind mit einem Sternchen (*) gekennzeichnet.
3. Der Käufer füllt das Formular aus und sendet es ab.
4. Die Anfrage wird in Ihrer Warteschlange für BWA-Anfragen zur Bearbeitung angezeigt.

Hinweise

- Änderungen an der Feldkonfiguration gelten nur für neue BWA-Anfragen.
- Benutzerdefinierte Felder werden zusammen mit der Anfrage gespeichert und sind in der Detailansicht der Anfrage sichtbar.

Verwandte Themen

- the section called “Buy With AWS konfigurieren”
- Benutzerdefinierte Rollen

Währungseinstellungen

Sie können konfigurieren, welche Währungen für Angebote verfügbar sind, die über das Einkaufswidget Buy With AWS (BWA) in Ihrer Storefront erstellt wurden.

Um Währungen zu konfigurieren

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Checkout & Deployment.
2. Aktivieren Sie im Abschnitt „Mit AWS-Konfiguration kaufen“ die Option „Währung aktivieren“ und legen Sie dann „Standardwährung“ und „Zulässige Währungen“ fest.
3. Wählen Sie Speichern.

Unterstützte Währungen

AWS Marketplace Storefront unterstützt alle Währungen, die über private Angebote von AWS Marketplace verfügbar sind. Die gewählte Währung gilt für das private Angebot, das aus der BWA-Anfrage erstellt wurde.

Hinweise

- Die Währungsauswahl wirkt sich nur auf den Workflow zur Angebotserstellung aus. Die tatsächlichen Abrechnungs- und Fakturierungswährungen werden von AWS Marketplace festgelegt.
- Wenn Sie mehrere Währungen unterstützen, wird Käufern im BWA-Formular eine Währungsauswahl angezeigt.
- Änderungen der Währungseinstellungen gelten nur für neue BWA-Anfragen. Bestehende Anfragen behalten ihre ursprüngliche Währung.

Verwandte Themen

- the section called “Buy With AWS konfigurieren”
- the section called “Konfiguration des Feldes”

Governance

Kontrollieren Sie Beschaffungsgenehmigungen und die Produkttransparenz anhand von Käufergruppen, Richtlinien und Segmenten.

Gruppen und automatische Genehmigung

Sie können Käufergruppen in Ihrem Shop erstellen, um Benutzer zu organisieren und automatische Genehmigungsregeln für Beschaffungsanfragen zu konfigurieren. Gruppen legen fest, welche Genehmigungsrichtlinien für verschiedene Käufergruppen gelten.

Was sind Gruppen?

Eine Gruppe ist eine Gruppe von Käufern, die dieselben Beschaffungsregeln haben. Sie könnten beispielsweise Gruppen erstellen für:

- Konstruktionsabteilung (automatische Genehmigung von Anfragen von vertrauenswürdigen Domänen)
- Beschaffungsteam (manuelle Genehmigung für alle Anfragen)
- Auto-approved (Käufer, deren Anfragen automatisch genehmigt wurden)

So erstellen Sie eine Gruppe

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Governance.
2. Klicken Sie auf Groups (Gruppen).
3. Wählen Sie Add Group (Gruppe hinzufügen).
4. Geben Sie den Gruppennamen und optional eine Beschreibung ein.
5. Wählen Sie Speichern.

Auto-Approval Einstellungen

Auto-Approval wird durch das Auto-Approval Einstellungen-Panel gesteuert. Aktivieren Sie „Aktivieren“ Auto-Approval und fügen Sie dann bis zu 20 vertrauenswürdige E-Mail-Domänen hinzu. Benutzer, die sich mit einer E-Mail in einer vertrauenswürdigen Domain registrieren, werden der Auto-approved Gruppe hinzugefügt, und Administratoren erhalten eine E-Mail-Benachrichtigung. Wählen Sie Save settings (Einstellungen speichern).

Wenn Sie beispielsweise eine vertrauenswürdige E-Mail-Domain hinzufügen`example.com`, wird jeder Benutzer, der sich mit einer `@example.com` Adresse anmeldet, automatisch genehmigt.

Um Mitglieder zu einer Gruppe hinzuzufügen

1. Wählen Sie im Abschnitt Gruppen die Gruppe aus.
2. Wählen Sie Mitglieder hinzufügen.
3. Suchen Sie nach Käufern und wählen Sie sie anhand ihrer E-Mail-Adresse oder ihres Namens aus.
4. Wählen Sie Speichern.

Auto-approval Arbeitsablauf

Wenn die automatische Genehmigung aktiviert ist:

1. Ein Benutzer meldet sich für die Storefront an.
2. Das System prüft, ob die E-Mail-Domäne des Benutzers mit einer der vertrauenswürdigen E-Mail-Domänen übereinstimmt.
3. Wenn die Domain übereinstimmt, wird der Benutzer automatisch zur Auto-approvedGruppe hinzugefügt.
4. Administratoren erhalten eine E-Mail-Benachrichtigung, wenn ein Benutzer automatisch genehmigt wird.
5. Wenn die Domain nicht übereinstimmt, wird die Anfrage an den zugewiesenen Genehmiger weitergeleitet oder folgt der konfigurierten Richtlinie.

Hinweise

- Ein Käufer kann jeweils nur einer Gruppe angehören.
- Käufer, die keiner Gruppe zugeordnet sind, folgen den standardmäßigen Governance-Richtlinien der Storefront.
- Gruppenzuweisungen können jederzeit geändert werden. Änderungen gelten nur für future Anfragen.
- Sie können bis zu 20 vertrauenswürdige E-Mail-Domänen pro Storefront verwalten.

Verwandte Themen

- the section called “Richtlinien”
- the section called “Segmente”
- the section called “Verwaltung: Benutzerverwaltung”

Richtlinien

Governance-Richtlinien definieren die Regeln, die steuern, wie Beschaffungsanfragen in Ihrer Storefront genehmigt werden. Richtlinien legen Genehmigungsketten und Bedingungen fest, die festlegen, ob eine Anfrage manuell geprüft werden muss.

Was ist eine Richtlinie?

Eine Richtlinie besteht aus einer Reihe von Regeln, die eingehende Buy With AWS-Anfragen bewerten und den Genehmigungspfad festlegen. Richtlinien können standardmäßig auf bestimmte Segmente oder auf die gesamte Storefront angewendet werden.

Um eine Richtlinie zu erstellen

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Governance.
2. Wählen Sie Policies (Richtlinien).
3. Wählen Sie Richtlinie erstellen aus.
4. Verwenden Sie im Dialogfeld den enable/disable Schalter in der Kopfzeile, um zu steuern, ob die Richtlinie aktiv ist. Konfigurieren Sie die folgenden Felder:
   - Name — Ein beschreibender Name für die Richtlinie
   - Aktion — Wählen Sie eine Aktion aus der Dropdownliste Aktion auswählen aus
   - Für welche Segmente gilt das? - Eine Mehrfachauswahl zur Auswahl der Segmente, für die diese Richtlinie gilt
   - Welcher Bestellbetrag sollte die Aktion auslösen? - Wählen Sie einen beliebigen Betrag, Bestellungen oben oder Bestellungen unten
   - Nachricht hinzufügen — Optional, bis zu 500 Zeichen
5. Wählen Sie Erstellen aus.

Zuweisung von Richtlinien

Richtlinien gelten für Segmente im Abschnitt Für welche Segmente gilt das? Mehrfachauswahl innerhalb des Dialogs.

Standardrichtlinie

Wenn keine Richtlinie für die Segmente eines Produkts gilt, gilt die Standardrichtlinie der Storefront. So legen Sie die Standardeinstellung fest:

1. Suchen Sie im Abschnitt Richtlinien nach der Richtlinie, die Sie als Standard verwenden möchten.
2. Wählen Sie das Aktionsmenü und wählen Sie Als Standard festlegen aus.

Reihenfolge der Bewertung der Richtlinien

1. Das System identifiziert die Segmente, die das angeforderte Produkt enthalten.
2. Das System wendet die diesen Segmenten zugewiesenen Richtlinien an.
3. Die konfigurierte Aktion wird ausgeführt.

Hinweise

- Eine Richtlinie gilt für die Segmente, die im Abschnitt Für welche Segmente gilt das? ausgewählt wurden. Mehrfachauswahl.
- Richtlinien werden pro Anfrage ausgewertet.
- Das Ändern einer Richtlinie wirkt sich nur auf future Anfragen aus. In-progress Anfragen folgen der Richtlinie, die zum Zeitpunkt der Einreichung aktiv war.

Verwandte Themen

- the section called “Gruppen und automatische Genehmigung”
- the section called “Segmente”
- the section called “Verwaltung: Benutzerverwaltung”

Segmente

Mit Segmenten können Sie Teilmengen des Produktkatalogs Ihrer Storefront definieren, die für bestimmte Käufergruppen sichtbar sind. Verwenden Sie Segmente, um maßgeschneiderte Surferlebnisse zu schaffen, bei denen verschiedene Käufergruppen unterschiedliche Produkte sehen.

Was ist ein Segment?

Ein Segment ist ein Filter, der die Sichtbarkeit von Produkten pro Käufergruppe steuert. Beispiel:

- Das Segment „Enterprise“ zeigt nur Produkte der Unternehmensebene
- Das Segment „SMB“ umfasst Produkte der Einstiegs- und Mittelklasse
- Das Segment „Sicherheit“ zeigt nur Produkte der Kategorie Sicherheit

So erstellen Sie ein Segment

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Governance.
2. Wählen Sie Segmente aus.
3. Wählen Sie Segment erstellen.
4. Konfigurieren Sie die Segmentkriterien:
   - Name — Ein beschreibender Name für das Segment
   - Typ — Wählen Sie einen Typ aus der Dropdownliste aus
5. Wählen Sie Erstellen aus.

Um einer Gruppe ein Segment zuzuweisen

1. Wählen Sie im Abschnitt Segmente das Segment aus.
2. Wählen Sie „Der Gruppe zuordnen“.
3. Wählen Sie die Käufergruppe (n) aus, denen die Produkte dieses Segments angezeigt werden sollen.
4. Wählen Sie Speichern.

Wie sich Segmente auf das Einkaufserlebnis auswirken

- Käufer in einer Gruppe, der ein Segment zugewiesen ist, sehen beim Stöbern in der Storefront nur die Produkte in diesem Segment.
- Käufer, denen kein Segment zugewiesen ist, sehen den vollständigen Produktkatalog.
- Segmente filtern nur die Katalogansicht. Sie verhindern nicht, dass Käufer direkt auf Produkt-URLs zugreifen.

Hinweise

- Einer Gruppe kann ein Segment zugewiesen werden. Um einer Gruppe mehrere Segmente anzuzeigen, kombinieren Sie die Produkte zu einem einzigen Segment.
- Segmente haben keinen Einfluss auf die Produktverfügbarkeit im AWS Marketplace. Sie kontrollieren nur die Sichtbarkeit innerhalb der Storefront.
- Änderungen an Segmentzuweisungen werden sofort wirksam.

Verwandte Themen

- the section called “Gruppen und automatische Genehmigung”
- the section called “Richtlinien”
- Kategorien und Abzeichen

Verwaltung: Benutzerverwaltung

Sie können den Käuferzugriff auf Ihre Storefront auf der Governance-Ebene verwalten. Dazu gehören das Hinzufügen von Käufern, das Zuweisen von Käufern zu Gruppen und die Steuerung ihrer Sichtbarkeits- und Genehmigungseinstellungen.

Käufer hinzufügen

Käufer werden dem Governance-System Ihrer Storefront hinzugefügt, wenn sie:

- Werden manuell von einem Administrator hinzugefügt
- Reichen Sie eine Storefront-Zugriffsanfrage ein (falls aktiviert)
- Werden über eine Käuferliste importiert

Um einen Käufer manuell hinzuzufügen

1. Öffnen Sie die Storefront und wählen Sie den Tab Governance.
2. Wählen Sie Users (Benutzer) aus.
3. Wählen Sie Benutzer hinzufügen.
4. Füllen Sie die folgenden Felder aus:
   - Titel
   - E-Mail
   - Vorname
   - Nachname
   - Unternehmen
   - Gruppe — Das Gruppen-Drop-down-Menü ist standardmäßig auf Öffentlich eingestellt.
   - Status
   - Genehmigung erforderlich (Kontrollkästchen)
5. Wählen Sie Benutzer hinzufügen.

Käufer anzeigen und verwalten

Im Bereich Benutzer werden alle Käufer angezeigt, die Zugriff auf Ihre Storefront haben:

Spalte	Description
Name	Anzeigename des Käufers
Email	E-Mail-Adresse des Käufers
Group (Gruppieren)	Zugewiesene Verwaltungsgruppe
Segment	Für diesen Käufer sichtbares Produktsegment
Status	Aktiv oder inaktiv
Hinzugefügt	Datum, an dem der Käufer hinzugefügt wurde

Um die Gruppenzuweisung eines Käufers zu bearbeiten

1. Suchen Sie in der Benutzerliste nach dem Käufer.
2. Wählen Sie das Drop-down-Menü Gruppe für diesen Käufer aus.
3. Wählen Sie die neue Gruppe aus.
4. Die Änderung wird automatisch gespeichert.

Um einen Käufer zu entfernen

1. Suchen Sie in der Benutzerliste nach dem Käufer.
2. Wählen Sie das Aktionsmenü und dann Entfernen.
3. Bestätigen Sie das Entfernen.

Der Käufer verliert den Zugriff auf behördliche Funktionen (automatische Genehmigung, Segmente), kann aber weiterhin im öffentlichen Shop stöbern.

Massenoperationen

Für Ladenfronten mit vielen Käufern können Sie:

- Käufer per CSV importieren (E-Mail und Gruppenzuweisung)
- Exportieren Sie die Käuferliste zur Offline-Überprüfung als CSV

Hinweise

- Die Governance-Benutzerverwaltung ist von der Verwaltung der Teammitglieder getrennt. Teammitglieder verwalten die Storefront; Governance-Benutzer sind die Käufer, die sie nutzen.
- Wenn ein Käufer aus der Unternehmensverwaltung entfernt wird, wird er dadurch nicht daran gehindert, die Storefront-URL zu besuchen. Dadurch werden sie aus Gruppenrichtlinien und Segmentbeschränkungen entfernt.

Verwandte Themen

- the section called “Gruppen und automatische Genehmigung”
- the section called “Segmente”

- the section called “Richtlinien”
- RBAC und benutzerdefinierte Rollen

Konnektoren

Integrieren Sie AWS Marketplace Storefront in CRM- und Kommunikationsplattformen.

Themen

- Übersicht über Steckverbinder
- AWS-ACE-Anschluss
- HubSpot Stecker
- Slack-Anschluss

Übersicht über Steckverbinder

Konnektoren integrieren AWS Marketplace Storefront mit externen CRM- und Kollaborationssystemen. Konnektoren lassen sich in zwei Kategorien einteilen: CRM-Konnektoren und Benachrichtigungen sowie Konnektoren für die Zusammenarbeit.

Übersicht über den Konnektor

Auf der Registerkarte Konnektoren werden die konfigurierten Konnektoren in einer Tabelle mit den Spalten Anwendung, Konto, Status, Eingehend, Ausgehend und Aktion aufgeführt. Wählen Sie das Aktionsmenü in einer Zeile aus, um diesen Connector zu verwalten. Um einen neuen Connector hinzuzufügen, wählen Sie + Connector hinzufügen.

Verfügbare Konnektoren

Kategorie	Konnektor	Zweck	Datenfluss
CRM	AWS-ASS	Co-selling Opportunity-Synchronisierung mit AWS	Bidirektional
CRM	HubSpot	CRM-Integration für die Synchronisation von Geschäften und Kontakten	Bidirektional

Kategorie	Konnektor	Zweck	Datenfluss
Benachrichtigungen und Zusammenarbeit	Slack	Sendet Storefront- und Deal-Benachrichtigungen an einen Slack-Workspace	Ausgehend

Wie funktionieren Konnektoren

1. Connect — Authentifizieren Sie sich mit den Anmeldeinformationen beim externen System.
2. Konfigurieren — Ordnen Sie Felder zwischen Storefront und dem externen System zu.
3. Aktivieren — Aktiviert die Datensynchronisierung.

Nach der Aktivierung werden Konnektoren automatisch auf der Grundlage konfigurierter Trigger (Ereignisse in Echtzeit oder geplante Synchronisierung) ausgeführt.

Um Konnektoren zu verwalten

1. Wählen Sie oben rechts Ihren Profil-Avatar aus.
2. Wählen Sie Organisationseinstellungen.
3. Wählen Sie die Registerkarte Connectors (Konnektoren).
4. Auf der Seite werden alle verfügbaren Konnektoren mit ihrem aktuellen Status angezeigt:
   - Verbunden — Aktiv und wird synchronisiert
   - Getrennt — konfiguriert, aber nicht aktiv
   - Nicht konfiguriert — Verfügbar, aber nicht eingerichtet
5. Wählen Sie einen Konnektor aus, um ihn zu konfigurieren oder zu verwalten.

Allgemeine Connector-Aktionen

- Connect — Geben Sie Anmeldeinformationen ein und stellen Sie die Verbindung her
- Verbindung testen — Stellen Sie sicher, dass die Integration funktioniert
- Konfigurieren — Richten Sie Feldzuordnungen und Synchronisierungsregeln ein
- Verbindung trennen — Die Integration entfernen (synchronisierte Daten werden nicht gelöscht)

- Protokolle anzeigen — Synchronisierungsverlauf und Fehler anzeigen

Hinweise

- Jeder Connector wird auf Organisationsebene konfiguriert und gilt für alle Konten und Storefronts innerhalb der Organisation.
- Connector-Anmeldeinformationen werden sicher und verschlüsselt gespeichert.
- Wenn ein Connector auf Fehler stößt, versucht er es automatisch erneut. Anhaltende Fehler generieren Benachrichtigungen.

Verwandte Themen

- Automatisierung von Arbeitsabläufen
- Einstellungen für Benachrichtigungen

AWS-ACE-Anschluss

Verwenden Sie den AWS ACE-Connector, um Co-Selling-Möglichkeiten mit dem AWS-Partnernetzwerk zu synchronisieren.

AWS-ACE-Anschluss

Der AWS ACE-Connector (AWS Customer Engagements) synchronisiert Co-Selling-Möglichkeiten zwischen AWS Marketplace Storefront und dem Co-Selling-Programm des AWS-Partnernetzwerks.

Voraussetzungen

- Eine aktive Mitgliedschaft im AWS-Partnernetzwerk (APN)
- Registrierung für das ACE-Programm
- Inhaber- oder Administratorrolle auf Organisationsebene

Um AWS ACE zu verbinden

Der AWS Partner Central ACE-Integrationsassistent besteht aus drei Schritten: Connect, Schlüssel generieren und Konfigurieren. Jeder Schritt zeigt den Status Ausstehend, Erfolgreich oder Fehlgeschlagen an.

1. Wählen Sie in der oberen rechten Ecke Ihren Profil-Avatar, wählen Sie Organisationseinstellungen und dann den Tab Connectors aus.
2. Suchen Sie nach AWS ACE und wählen Sie Connect.
3. Wählen Sie das Konto aus, mit dem Sie eine Verbindung herstellen möchten.
4. Wählen Sie Speichern.

Konfiguration

Nach dem Herstellen der Verbindung fährt der Assistent mit dem Schritt Schlüssel generieren fort.

Schlüssel generieren

Im Schritt Schlüssel generieren gibt der Connector einen API-Schlüssel und eine UUID aus. Nachdem Sie die Schlüssel generiert haben, ist die Schaltfläche Schlüssel generieren deaktiviert, da Schlüssel nur einmal ausgegeben werden.

Konfiguration

Stellen Sie im Schritt „Konfigurieren“ das Synchronisierungsverhalten ein:

Einstellung	Description
Sync Mode (Synchronisierungsmodus)	Wählen Sie einen Synchronisierungsmodus, zum Beispiel CRM Unidirectional (CRM > ACE).
Unidirektionale Synchronisation	Um den Konnektor auf einen unidirektionalen Fluss zu beschränken, wählen Sie Unidirekt ionale Synchronisierung aus.
Synchronisieren Sie die Frequenz	Real-time oder geplant (stündlich, täglich)
Abbildung von Geschäftschancen und Phasen	Ordnen Sie Ihre Pipeline-Phasen den ACE-Stufen zu
Auto-accept Empfehlungen	Automatische Annahme eingehender Geschäftschancen von AWS

Was wird synchronisiert

Richtung	Daten
Storefront → ACE	Neue Möglichkeiten, aktuelle Etappen, Umsatzveränderungen, Abschlussdaten
ACE → Storefront	Eingehende Empfehlungen, AWS-Feedback, Änderungen des Opportunity-Status

Um Synchronisierungsprotokolle einzusehen

1. Wählen Sie in den Einstellungen des ACE-Connectors die Option Logs aus.
2. Sehen Sie sich den Synchronisierungsverlauf an, einschließlich:
   - Zeitstempel
   - Richtung (inbound/outbound)
   - Anzahl der Rekorde
   - Status (success/error)
   - Einzelheiten zum Fehler (falls zutreffend)

Fehlerbehebung

Problem	Auflösung
Der Verbindungstest schlägt fehl	Stellen Sie sicher, dass Ihr Konto aktiv und die APN-Mitgliedschaft aktuell ist
Opportunities werden nicht synchronisiert	Überprüfen Sie die Einstellung der Synchroni sationsfrequenz und den Status des Anschluss es
Doppelte Möglichkeiten	Überprüfen Sie die Feldzuordnung auf Übereinstimmung mit der Opportunity-ID

Verwandte Themen

- Schaffung von Co-Selling-Möglichkeiten
- Co-selling -Automatisierung
- Übersicht über den Konnektor

HubSpot Stecker

Verwenden Sie den HubSpot Konnektor, um Geschäfts-, Unternehmens- und Kontaktdaten mit zu synchronisieren HubSpot.

HubSpot Anschluss

Der HubSpot Connector synchronisiert Geschäfts-, Unternehmens- und Kontaktdaten zwischen AWS Marketplace Storefront und Ihrem HubSpot CRM.

Voraussetzungen

- Ein HubSpot Konto mit API-Zugriff (Stufe Professional oder Enterprise)
- Super Admin oder entsprechende Berechtigungen in HubSpot
- Inhaber- oder Administratorrolle auf Organisationsebene

Um eine Verbindung herzustellen HubSpot

Der HubSpot Connector-Assistent besteht aus vier Schritten: Connect; Verbindung herstellen HubSpot; Feldzuordnungsvorlage erstellen oder bearbeiten; Konfigurieren.

1. Wählen Sie in der oberen rechten Ecke Ihren Profil-Avatar, wählen Sie Organisationseinstellungen und dann den Tab Connectors aus.
2. Suchen HubSpotund wählen Sie Connect.
3. Geben Sie die E-Mail-Adresse ein, wählen Sie ein Verkäuferkonto aus und klicken Sie dann auf Speichern.

Konfiguration

Zuordnung der Felder

Wählen Sie für jede Zeile eine von drei Optionen: Verwenden Sie eine vorhandene HubSpot Eigenschaft, erstellen Sie eine neue HubSpot Eigenschaft, indem Sie einen Anzeigenamen eingeben, oder legen Sie einen Standardwert fest.

Aktivieren Sie das HubSpot Kontrollkästchen Erstellen am, um eine Eigenschaft zu erstellen HubSpot , die noch nicht vorhanden ist.

Die folgende Tabelle zeigt Beispielzuordnungen für Kunde > Konto:

HubSpot Name der Eigenschaft	HubSpot Name anzeigen	Ace-Standardwert
Name der Firma	Name der Firma	
URL der Webseite	URL der Webseite	
Industry	Industry	

1. Wählen Sie in den HubSpot Konnektoreinstellungen die Option Field Mapping aus.
2. Ordnen Sie jedes Feld zu, indem Sie eine Eigenschaft auswählen, einen Anzeigenamen eingeben oder einen Standardwert festlegen.
3. Wählen Sie Speichern.

Synchronisieren Sie die Einstellungen

Einstellung	Description
Richtung synchronisieren	Bidirektional oder unidirektional
Trigger synchronisieren	Real-time oder geplant (stündlich, täglich)
Kartierung der Pipeline	Ordnen Sie Storefront-Stufen HubSpot Deal-Phasen zu

Was synchronisiert

Richtung	Daten
Schaufenster → HubSpot	Neue Angebote aufgrund von offers/BWA Anfragen, Status-Updates
HubSpot → Storefront	Änderungen in der Angebotsphase, Umsatzakt ualisierungen, Kontaktinformationen

So trennen Sie die Verbindung

1. Wählen Sie in den HubSpot Konnektoreinstellungen die Option Disconnect aus.
2. Bestätigen Sie. Zuvor synchronisierte Daten verbleiben in beiden Systemen.

Verwandte Themen

- Übersicht über den Konnektor
- Automatisierung von privaten Angeboten

Slack-Anschluss

Verwende den Slack-Connector, um Storefront-Benachrichtigungen an deinen Slack-Workspace zu senden.

Slack-Konnektor

Der Slack-Connector sendet Benachrichtigungen und Benachrichtigungen von AWS Marketplace Storefront an deine Slack-Workspace-Kanäle.

Voraussetzungen

- Ein Slack-Workspace, in dem du die Erlaubnis hast, Apps zu installieren
- Inhaber- oder Administratorrolle auf Organisationsebene

Um Slack zu verbinden

1. Wähle in der oberen rechten Ecke deinen Profil-Avatar aus, wähle Organisationseinstellungen und dann den Tab Connectors.
2. Finde Slack und wähle Connect.
3. Nachdem du deinen Slack-Workspace autorisiert hast, zeigt das Panel den Indikator Verbunden mit dem Workspace-Namen und den erteilten Berechtigungen an. Wähle „Nächster Schritt“, um Kanäle zu konfigurieren.

Konfiguration

Kanalzuweisung

Wählen Sie im Schritt zur Kanalkonfiguration ein Konto, einen Benachrichtigungstyp, einen Kanal und eine Synchronisierungshäufigkeit (sofort, täglich oder wöchentlich) aus. Wählen Sie Hinzufügen, um die Regel zu erstellen. Wiederholen Sie den Vorgang für jede Regel und wählen Sie dann Speichern.

Die Regeltabelle enthält die folgenden Spalten:

Account	Benachrichtigungen	Kanal	Zeitplan synchronisieren	Stunde synchronisieren	Tag synchronisieren	Aktionen
(Kontoname)	(Art der Benachrichtigung)	(Kanalname)	(Frequenz)	(Stunde)	(Tag)	(Aktionsmenü)

Format der Benachrichtigung

Zu den Slack-Benachrichtigungen gehören:

- Art und Schweregrad des Ereignisses
- Wichtige Informationen (Name des Käufers, Menge, Produkt)
- Direkter Link zur entsprechenden Seite in der Storefront-Konsole
- Zeitstempel

Was löst Slack-Benachrichtigungen aus

Slack-Benachrichtigungen werden durch die Ereignisse ausgelöst, die in den Benachrichtigungseinstellungen deiner Organisation konfiguriert sind. Der Slack-Connector fungiert als Lieferkanal.

So trennen Sie die Verbindung

1. Wähle in den Connector-Einstellungen die Option Verbindung trennen.
2. Bestätigen Sie. Die Slack-App verbleibt in deinem Workspace, empfängt aber keine Nachrichten mehr.

Um sie vollständig zu entfernen, deinstalliere die App auch aus deinen Workspace-Einstellungen in Slack.

Verwandte Themen

- Übersicht über den Connector
- Einstellungen für Benachrichtigungen

Insights

Fakturierter Umsatz

Der Bericht „Fakturierter Umsatz“ zeigt den Gesamtumsatz, der über Ihre AWS Marketplace Marketplace-Produkte in einem ausgewählten Zeitraum in Rechnung gestellt wurde. Verwenden Sie diesen Bericht, um die Abrechnungsleistung zu verfolgen und Trends zu identifizieren.

Um den in Rechnung gestellten Umsatz einzusehen

1. Wählen Sie in Ihrem verbundenen Konto Insights aus.
2. Wählen Sie Fakturierter Umsatz aus.
3. Der Bericht enthält die folgenden wichtigen Kennzahlen:
   - Bruttoumsatz
   - Bruttorückerstattung
   - Gebühr für das Inserat
   - Kosten für den Großhandel
   - Nettoumsatz des Verkäufers
4. Die Datentabelle enthält die folgenden Spalten:
   - Rechnungsdatum
   - Fälligkeitsdatum der Zahlung
   - Zahlungsbedingungen
   - Rechnungs-ID
   - Rechnungsnummer der Angebotsgebühr
   - Firma des Abonnenten
   - Aktionen

Filtern

Verwenden Sie die Filterleiste, um den Bericht einzugrenzen:

Filter	Optionen
Währung	Wählen Sie eine Währung
Date	Benutzerdefiniert; Letzte 30 Tage; Letzte 60 Tage; Letzte 90 Tage; Letzte 12 Monate (TTM); Bisheriges Jahr (YTD)

Sichtbarkeit der Spalten

Passen Sie an, welche Spalten in der Datentabelle angezeigt werden:

1. Wählen Sie die Schaltfläche „Spalten“ über der Tabelle.
2. Wählen Sie Spalten aus, um sie ein- oder auszublenden.
3. Die Spalteneinstellungen werden für Ihre Sitzung gespeichert.

Weitere Informationen zur Verwendung von Filtern in allen Berichten finden Sie unter Verwenden von Filtern und Sichtbarkeit von Spalten.

Exportieren von Daten

1. Konfigurieren Sie die gewünschten Filter.
2. Wählen Sie Export aus.
3. Wählen Sie das Format (CSV).
4. Die gefilterten Daten werden heruntergeladen.

Hinweise

- Die Umsatzdaten stammen von Ihrem verbundenen AWS Marketplace Marketplace-Konto und es kann zu einer Verzögerung von 24-48 Stunden kommen.
- Der in Rechnung gestellte Umsatz entspricht den Rechnungsbeträgen (vor Steuern). Er spiegelt nicht die eingezogenen oder ausgezahlten Beträge wider.
- Daten zu den Auszahlungen finden Sie unter Inkasso und Auszahlungen.

Verwandte Themen

- the section called “Einnahmen und Auszahlungen”
- the section called “Verträge und Verlängerungen”
- the section called “Verwendung von Filtern und Sichtbarkeit von Spalten”

Einnahmen und Auszahlungen

Der Auszahlungsbericht verfolgt die Auszahlung von Geldern auf Ihr Konto und bietet so Einblick in Ihren Cashflow aus AWS Marketplace Marketplace-Transaktionen.

Um Auszahlungen einzusehen

1. Wählen Sie in Ihrem verbundenen Konto Insights aus.
2. Wählen Sie Auszahlungen aus.
3. Der Bericht enthält die folgenden wichtigen Kennzahlen:
   - Bruttoumsatz
   - Nettoumsatz
   - Kosten im Großhandel
   - Ausgezahlter Betrag
   - Nicht ausgezahlter (überfällig) Betrag

Datentabelle

Die Detailtabelle enthält die folgenden Spalten:

Spalte
Account
Rechnungsdatum
Fälligkeitsdatum der Zahlung
Zahlungsbedingungen

Spalte
Rechnungs-ID
Rechnungsnummer der Angebotsgebühr
Aktionen

Filtern

Filter	Optionen
Währung	Wähle eine Währung
Wählen Sie eine Datumskategorie	Datum der Auszahlung
Date	Benutzerdefiniert; Letzte 30 Tage; Letzte 60 Tage; Letzte 90 Tage; Letzte 12 Monate (TTM); Bisheriges Jahr (YTD)

Hinweise

- Der Auszahlungszeitpunkt richtet sich nach den Zahlungsbedingungen von AWS Marketplace (in der Regel 30 bis 60 Tage netto ab Rechnungsdatum).
- Die Differenz zwischen den in Rechnung gestellten Umsätzen und den ausgezahlten Beträgen spiegelt Angebotsgebühren, Rückerstattungen und den Zeitpunkt der Abholung wider.
- Weitere Informationen zu den Auszahlungsplänen von AWS Marketplace finden Sie unter Auszahlungen im AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferleitfaden.

Verwandte Themen

- the section called “Fakturierter Umsatz”
- the section called “Verträge und Verlängerungen”
- Konto-Dashboard

Verträge und Verlängerungen

Der Agreements/Renewals Bericht bietet eine Lebenszyklusansicht Ihrer AWS Marketplace Marketplace-Verträge und zeigt Daten zu aktiven und beendeten Verträgen.

Um Verträge und Verlängerungen einzusehen

1. Wählen Sie in Ihrem verbundenen Konto Insights aus.
2. Wählen Sie Agreements/Renewals.
3. Der Bericht enthält die folgenden wichtigen Kennzahlen:
   - Anzahl der aktiven Vereinbarungen
   - Anzahl der beendeten Verträge

Tabelle zur Nachverfolgung von Verlängerungen

Die Datentabelle enthält die folgenden Spalten:

Spalte
Firmenname des Abonnenten
AWS-Konto-ID für Abonnenten
Verschlüsselte Konto-ID des Abonnenten
E-Mail-Domain des Abonnenten
Land des Abonnenten
Staat des Abonnenten

Filtern

Filter	Optionen
Endzeitraum der Vereinbarung	Wählen Sie einen Endzeitraum für die Vereinbarung
Wählen Sie eine Datumskategorie	Enddatum der Vereinbarung
Date	Wählen Sie einen Datumsbereich

Hinweise

- Die Vertragsdaten werden von Ihrem verbundenen AWS Marketplace Marketplace-Konto aus synchronisiert.

Verwandte Themen

- the section called “Fakturierter Umsatz”
- the section called “Einnahmen und Auszahlungen”
- the section called “Verwendung von Filtern und Sichtbarkeit von Spalten”

Verwendung von Filtern und Sichtbarkeit von Spalten

Alle Insights-Berichte unterstützen konsistente Filterung und Spaltenanpassung. Verwenden Sie diese Funktionen, um sich auf die Daten zu konzentrieren, die für Ihre Analyse wichtig sind.

Datumsfilter

Jeder Bericht enthält einen Datumsfilter:

1. Wählen Sie oben im Bericht die Dropdownliste Datum aus.
2. Wählen Sie einen voreingestellten Bereich oder wählen Sie Benutzerdefiniert:
   - Benutzerdefiniert
   - Die vergangenen 30 Tage

- Letzte 60 Tage
- Die vergangenen 90 Tage
- Letzte 12 Monate (TTM)
- Bisheriges Jahr (YTD)

3. Der Bericht wird automatisch aktualisiert.

Spaltenfilter

Daten nach bestimmten Spaltenwerten filtern:

1. Wählen Sie das Filtersymbol in einer beliebigen Spaltenüberschrift.
2. Wählen Sie Werte aus, die Sie einbeziehen möchten, oder suchen Sie danach.
3. Wählen Sie Anwenden aus.

Es können mehrere Spaltenfilter gleichzeitig aktiv sein (UND-Logik).

Sichtbarkeit der Spalten

Passen Sie an, welche Spalten in Berichtstabellen angezeigt werden:

1. Wählen Sie die Schaltfläche „Spalten“ über der Datentabelle.
2. Das Menü für die Sichtbarkeit von Spalten bietet die folgenden Steuerelemente:
   - Ein Suchfeld, um Spalten nach Namen zu suchen
   - Eine Checkbox-Liste zum Ein- oder Ausblenden einzelner Spalten
   - Show/Hide Alle, um alle Spalten gleichzeitig umzuschalten
   - Zurücksetzen, um die Standardsichtbarkeit der Spalten wiederherzustellen
3. Die Tabelle wird sofort aktualisiert.

Erforderliche Spalten, z. B. Rechnungsnummer, sind im Menü deaktiviert und können nicht ausgeblendet werden.

Die Einstellungen für die Sichtbarkeit von Spalten bleiben für Ihre Browsersitzung bestehen.

Sortieren

1. Wählen Sie eine beliebige Spaltenüberschrift aus, um nach dieser Spalte zu sortieren.
2. Wählen Sie erneut, um zwischen aufsteigender und absteigender Reihenfolge umzuschalten.
3. Ein Sortieranzeigepfeil zeigt die aktuelle Sortierrichtung an.

Exportieren gefilterter Daten

1. Wenden Sie die gewünschten Filter und Spaltenauswahlen an.
2. Wählen Sie Exportieren (oder CSV herunterladen).
3. Der Export umfasst nur die aktuell sichtbaren, gefilterten Daten.

Hinweise

- Filter bleiben nicht in der gesamten Seitennavigation bestehen. Wenn Sie zu einem Bericht zurückkehren, werden die Standardeinstellungen wiederhergestellt.
- Die maximale Exportgröße beträgt 10.000 Zeilen. Bei größeren Datensätzen sollten Sie den Datumsbereich einschränken.
- Alle Berichte verwenden aus Konsistenzgründen dieselbe Filteroberfläche.

Verwandte Themen

- the section called “Fakturierter Umsatz”
- the section called “Einnahmen und Auszahlungen”
- the section called “Verträge und Verlängerungen”

Konzepte

Automatisierte Angebote

Automatisierte Angebote ermöglichen es Ihnen, Regeln zu definieren, nach denen private Angebote automatisch auf der Grundlage von Auslösern wie Käuferanfragen, CRM-Ereignissen oder behördlichen Genehmigungen erstellt werden. Dies reduziert den manuellen Aufwand bei umfangreichen Vorgängen und gewährleistet eine konsistente Angebotserstellung.

Wie funktionieren automatisierte Angebote

1. Ein Auslöser tritt ein: Ein Käufer reicht eine BWA-Anfrage ein, ein CRM-Geschäft erreicht eine bestimmte Phase oder eine Governance-Regel genehmigt eine Anfrage.
2. Die Automatisierungsregel bewertet — Das System prüft, ob das Ereignis den Bedingungen der Regel entspricht (Produkt, Betragsschwelle, Käufersegment).
3. Ein Angebot wird erstellt — Wenn die Bedingungen erfüllt sind, wird mithilfe einer vordefinierten Angebotsvorlage mit automatisch ausgefüllten Feldern aus den Triggerdaten ein privates Angebot generiert.
4. Post-creation Aktionen werden ausgelöst — Benachrichtigungen, CRM-Updates oder Slack-Nachrichten werden wie konfiguriert gesendet.

Die wichtigsten Konzepte

Vorlagen anbieten

Automatisierte Angebote basieren auf gespeicherten Angebotsvorlagen. Die Vorlage definiert:

- Produkt- und Preisstruktur
- Dauer des Vertrags
- Zahlungsbedingungen
- EULA

Triggerdaten (Käuferkonto-ID, Betrag, Produktauswahl) werden bei der Erstellung mit der Vorlage zusammengeführt.

Automatisierungsmodi

Mode	Behavior
Entwurf	Das Angebot wird erstellt, aber zur manuellen Überprüfung aufbewahrt, bevor es an den Käufer gesendet wird
Auto-send	Das Angebot wird erstellt und sofort an den Käufer gesendet

Verwenden Sie bei der Ersteinrichtung den Entwurfsmodus, um zu überprüfen, ob die Angebote korrekt erstellt wurden.

Bedingungen und Filter

Regeln können Bedingungen enthalten, die einschränken, wann sie ausgelöst werden:

- Betragsschwellenwert — Wird nur bei Geschäften ausgelöst, die einen Mindestwert überschreiten
- Produktfilter — Wird nur für bestimmte Produkte ausgelöst
- Käufersegment — Wird nur für Käufer in bestimmten Unternehmensgruppen ausgelöst

Vorteile

- Geschwindigkeit — Angebote werden innerhalb von Sekunden nach dem Auslöseereignis erstellt
- Konsistenz — Jedes Angebot folgt derselben Vorlage und Preisstruktur
- Skalierbarkeit — Bearbeiten Sie umfangreiche BWA-Anfragen ohne manuelle Engpässe
- Überprüfbarkeit — Vollständiges Ausführungsprotokoll jeder automatisierten Aktion

Einschränkungen

- Automatisierte Angebote können keine Verwaltungsrichtlinien außer Kraft setzen. Wenn die Verwaltung genehmigt werden muss, wartet die Automatisierung.
- Änderungen an Vorlagen wirken sich nicht rückwirkend auf zuvor erstellte Angebote aus.

- Auto-send Der Modus sollte nur mit validierten Vorlagen verwendet werden, um zu verhindern, dass Käufer falsche Angebote erhalten.

Verwandte Themen

- Automatisierung von privaten Angeboten
- Angebote erstellen
- Unternehmensführung: Richtlinien

Verwaltung und Genehmigungsabläufe

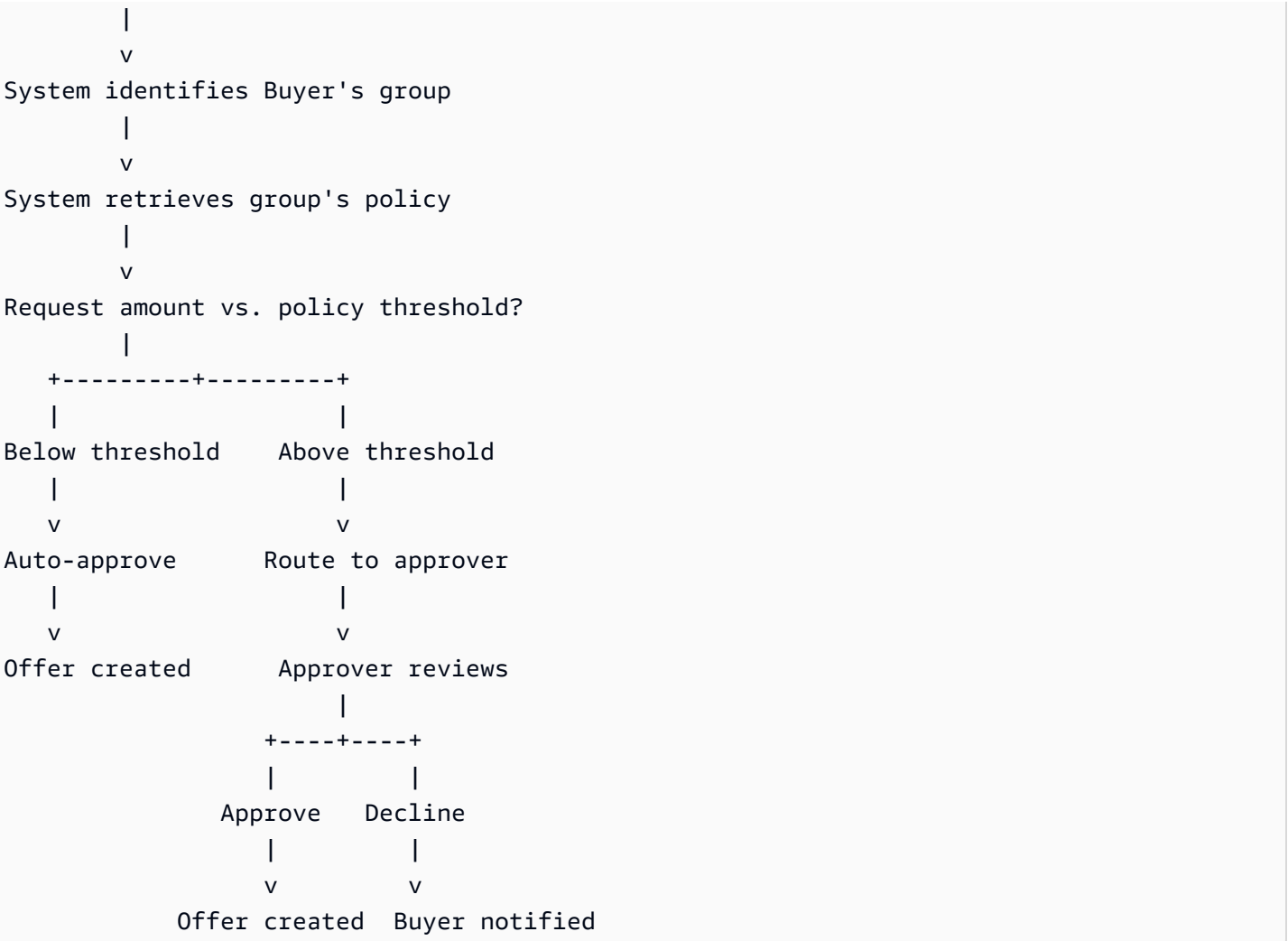
Die Governance in AWS Marketplace Storefront bietet ein Framework zur Steuerung der Bewertung, Genehmigung und Bearbeitung von Beschaffungsanfragen. Es ermöglicht Ihnen, Regeln zu definieren, die die Autonomie des Käufers mit der organisatorischen Ausgabenkontrolle in Einklang bringen.

Komponenten der Unternehmensführung

Komponente	Zweck
Gruppen	Organisieren Sie Käufer in Gruppen mit gemeinsamen Beschaffungsregeln
Richtlinien	Definieren Sie Genehmigungsschwellenwerte und Weiterleitungslogik
Segmente	Steuern Sie, welche Produkte für welche Käufergruppen sichtbar sind
Benutzer	Verwalten Sie den individuellen Käuferzugriff und die Gruppenmitgliedschaft

Wie funktioniert der Genehmigungsworkflow

```
Buyer submits BWA request
```



Konfigurationsebenen

Die Verwaltung erfolgt auf Storefront-Ebene. Jede Storefront hat ihre eigene Governance-Konfiguration, sodass verschiedene Storefronts unterschiedliche Käufergemeinschaften mit unterschiedlichen Regeln bedienen können.

Standardverhalten (keine Governance konfiguriert)

Wenn keine Gruppen oder Richtlinien konfiguriert sind:

- Alle BWA-Anfragen werden zur manuellen Bearbeitung direkt an das Verkäuferteam gesendet
- Keine automatische Genehmigung
- Alle Produkte sind für alle Käufer sichtbar

Mit konfigurierter Governance

- Käufer werden Gruppen zugewiesen
- Den Gruppen wurden Richtlinien mit Schwellenwerten zugewiesen
- Anfragen werden automatisch genehmigt oder auf der Grundlage von Richtlinienregeln weitergeleitet
- Produkte können nach Gruppen segmentiert werden

Best Practices

- Fangen Sie einfach an: Erstellen Sie eine Standardrichtlinie mit einem einzigen Schwellenwert, bevor Sie die Komplexität erhöhen.
- Verwenden Sie den Entwurfsmodus für die Automatisierung — Wenn Sie Governance mit automatisierten Angeboten kombinieren, verwenden Sie den Entwurfsmodus, bis Sie den Workflow validiert haben.
- Überwachen Sie die Genehmigungszeiten — Wenn manuelle Genehmigungen zu lange dauern, sollten Sie erwägen, die Schwellenwerte für automatische Genehmigungen anzuheben.
- Kommunizieren Sie mit Käufern — Informieren Sie Käufer über die Genehmigungsanforderungen und die voraussichtlichen Fristen.

Verwandte Themen

- Gruppen und automatische Genehmigung
- Richtlinien
- Segmente
- the section called “Automatisierte Angebote”
- Buy With AWS konfigurieren

Verwandte AWS Marketplace Marketplace-Dokumentation

AWS Marketplace Storefront arbeitet mit AWS Marketplace für Produktlisten, Preisgestaltung, Beschaffung und Abrechnung zusammen. Informationen zu diesen zugrunde liegenden Funktionen von AWS Marketplace finden Sie in den folgenden Ressourcen.

Dokumentation für Verkäufer

Thema	Link
Erste Schritte als Verkäufer	AWS Marketplace Marketplace-Verkäuferleitfaden: Erste Schritte
Preismodelle für Produkte	Preise
Private Offers (Private Angebote)	Private Angebote
Private Angebote von Vertriebspartnern (CPPO)	Angebote von Channel-Partnern
Gebühren für die Auflistung	Servicegebühren
Vereinbarungen	Vereinbarungen mit Käufern
Nutzungsmessung	Messung der Nutzungsdauer
Auszahlungen	Auszahlungen
Erstattungen	Erstattung
Catalog-API	AWS Marketplace Marketplace-Katalog-API
Genehmigungen für den Weiterverkauf	Genehmigungen für den Weiterverkauf

Unterlagen des Käufers

Thema	Link
Leitfaden für Käufer	Leitfaden für Käufer im AWS Marketplace
Private Marketplace	Privater Marketplace
Bestellungen	Bestellungen verwalten
Kostenzuordnungs-Tags	Kennzeichnung der Kostenzuweisung

Dokumentation für Partner

Thema	Link
AWS-Partnernetzwerk	Überblick über APN
ISV Accelerate	ISV Accelerate-Programm
ACE-Programm	AWS-ACE

Dokumentverlauf

Die vorliegende Übersetzung wurde maschinell erstellt. Im Falle eines Konflikts oder eines Widerspruchs zwischen dieser übersetzten Fassung und der englischen Fassung (einschließlich infolge von Verzögerungen bei der Übersetzung) ist die englische Fassung maßgeblich.