



Bereitstellung von Geschäftsberichterstattung und generativen KI-Funktionen für Amazon-Vertriebspartner

AWS Präskriptive Leitlinien



AWS Präskriptive Leitlinien: Bereitstellung von Geschäftsberichterstattung und generativen KI-Funktionen für Amazon-Vertriebspartner

Copyright © 2025 Amazon Web Services, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved.

Die Handelsmarken und Handelsaufmachung von Amazon dürfen nicht in einer Weise in Verbindung mit nicht von Amazon stammenden Produkten oder Services verwendet werden, durch die Kunden irreführt 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

Einführung	1
Unternehmensübersicht	1
Übersicht über die Lösung	1
Daten sind über den SP- verfügbar API	3
Berichte API	3
Datenkiosk API	8
Verkaufs- und Verkehrsdaten des Verkäufers	9
Anbieter-Analytics-Daten	9
Seller Economy	10
Integration des SP- API	11
Registrieren Sie sich als API SP-Entwickler	11
APISP-Rollen anfragen	11
Registrieren des Antrags	12
Wählen Sie ein Autorisierungsmodell	12
Verstehen der Anwendungsautorisierung	12
Autorisieren Sie Anbietergruppen für den Anwendungszugriff	13
Connect zum SP- her API	14
Aufbau einer Datenerfassungspipeline	15
Implementierung von Analysefunktionen	17
Implementierung generativer KI	19
Beispiele für die Verwendung von Q QuickSight	20
Verbesserung und Optimierung	23
Nächste Schritte	24
Ressourcen	25
APIRessourcen Amazon Amazon-Verkaufspartner	25
Ressourcen zur Datenarchitektur	25
AWS-Service Demos	25
Dokumentverlauf	26
.....	xxvii

Bereitstellung von Geschäftsberichterstattung und generativen KI-Funktionen für Amazon-Vertriebspartner

Manikanta Gona Grafsgaard (Amazon Web Services) und Hina Vinayak (Amazon)

August 2024 ([Geschichte](#) der Dokumente)

Unternehmensübersicht

Amazon ist ein datengesteuertes Unternehmen. Es bietet sowohl Amazon-Anbietern als auch Verkäufern eine Fülle von Daten über verschiedene Angebote wie Vendor Central, Seller Central, Electronic Data Interchange (EDI) -Lösungen und APIs.

Im [Amazon-Verkaufspartner](#) bieten Analyseberichte Verkäufern und Verkäufern die Möglichkeit, ihre Verkaufsleistung, den Zustand ihrer Bestände, ihre Seitenansichten und vieles mehr eingehend zu analysieren. Umfassende Berichte umfassen Verkäufe, Traffic, reine Nettogewinnmarge (nettoPPM), Prognosen, Inventar und Katalogverwaltung. Darüber hinaus sind Markenanalyseberichte ein wichtiger Bestandteil dieser datengesteuerten Strategie und bieten Erst- und Drittanbietern wertvolle Einblicke. Drittanbieter gewinnen durch Kundenbindungsanalysen und Suchanalysen ebenfalls aussagekräftige Erkenntnisse.

Durch die Bereitstellung dieser robusten Analyse- und Berichtsfunktionen hilft Amazon seinen Vertriebspartnern, fundierte, datengestützte Entscheidungen zu treffen, die ihr Geschäftswachstum und ihren Erfolg auf dem Amazon-Marktplatz vorantreiben können. Das Navigieren und Analysieren dieser umfangreichen Datensätze kann für einige Anbieter und Verkäufer jedoch eine Herausforderung sein.

Übersicht über die Lösung

Sie können generative künstliche Intelligenz (generative KI) und Analysedienste verwenden, um Ihre Geschäftsberichterstattung für den Amazon-Marktplatz zu verbessern. [Amazon Q Business](#) und [Amazon QuickSight](#) können Ihnen helfen, Daten des Verkaufspartners zu analysieren und Ihre Geschäftsberichterstattung zu verbessern. Durch die Implementierung von Datenanalysen und generativen KI-Funktionen können Sie tiefere Einblicke gewinnen, sich wiederholende Aufgaben automatisieren und Ihr Kundenerlebnis bei Amazon verbessern. Dies führt letztendlich zu mehr Umsatz und Wachstum für Ihr Unternehmen.

Im Folgenden finden Sie einen Überblick über die Funktionen für Datenanalyse und generative KI DevOps, die Sie durch die Umsetzung der Empfehlungen in diesem Leitfaden gewinnen können:

- Erstellen Sie benutzerdefinierte Berichte und interaktive Dashboards, die Erkenntnisse aus Ihren API Verkaufspartnerdaten gewinnen.
- Entwickeln Sie sichere, skalierbare Extraktions-, Transformations- und Load (ETL) -Pipelines, die die Daten aufnehmen, transformieren und laden.
- Kombinieren Sie Amazon Q mit anderen Business Intelligence (BI) -Lösungen, um fortschrittliche Analysen zu erstellen, Prognosen zu erstellen und datengestützte Entscheidungen zu treffen.
- Erstellen Sie benutzerdefinierte Machine Learning (ML) -Modelle, die Ihre API Verkaufspartnerdaten analysieren.
- Verwenden Sie generative KI, um automatisch optimierte, hochwertige Produktbeschreibungen für Ihre Amazon-Angebote zu erstellen.
- Verwenden Sie umfangreiche Sprachmodelle (LLMs), um ansprechende, überzeugende Inhalte wie Marketingtexte und Kundenkommunikation zu generieren.
- Verwenden Sie maschinelles Lernen, um Verkäufe, Inventar und andere wichtige Geschäftskennzahlen zu prognostizieren.

Führen Sie folgende Schritte aus, um diese Funktionen zu implementieren:

1. Integrieren Sie den Verkaufspartner API — Richten Sie sichere Verbindungen zum Vertriebspartner ein, APIs um auf Ihre Verkaufs-, Bestands-, Kunden- und anderen geschäftskritischen Daten zuzugreifen.
2. Daten-Pipelines erstellen — Entwickeln Sie robuste ETL Pipelines, um Ihre Amazon-Daten zu normalisieren, zu strukturieren und für die Analyse und Modellierung vorzubereiten.
3. Nutzen Sie Amazon Q und andere Analysedienste — Kombinieren Sie Amazon Q mit ergänzenden BI- und Data-Science-Services, um ein umfassendes Analyse-Ökosystem zu schaffen.
4. Erkunden Sie generative KI-Services — Evaluieren Sie die AWS KI-Services und integrieren Sie sie in Ihre Workflows, um die Inhaltsgenerierung, Produktbeschreibungen und prädiktive Modellierung zu automatisieren.
5. Implementieren Sie AWS bewährte Verfahren — Verwenden Sie AWS-Services z. AWS Lake Formation B. Amazon DataZone, um Ihre Daten gemäß Ihren Compliance-Anforderungen und AWS Best Practices zu verwalten und zu verwalten.

Daten, die über den Amazon-Verkaufspartner erhältlich sind

API

Der [Amazon-Verkaufspartner API](#) (SP-API) ist ein AnbieterAPI, REST der Amazon-Verkäufern und Verkäufern hilft, programmgesteuert auf ihre Daten zu Bestellungen, Lieferungen, Zahlungen und vielem mehr zuzugreifen. Die daraus resultierenden Daten API können die Verkaufseffizienz steigern, den Personalaufwand reduzieren und die Reaktionszeit gegenüber Kunden verbessern. Dieser Leitfaden konzentriert sich auf die Daten, auf die Sie über den [Verkaufspartner API für Berichte](#) (BerichteAPI) und den [Verkaufspartner API für Datenkiosk](#) (DatenkioskAPI) zugreifen können.

Berichte API

Die Daten aus den Berichten API sollen Ihnen helfen, Ihr Geschäft auf dem Amazon-Marktplatz zu verwalten. Die [Analyseberichte](#) bieten wertvolle Einblicke in Ihre Produkte, Kunden und die Gesamtleistung, z. B.:

- **Verkaufsleistung** — Durch die Analyse von Verkaufsdaten können Sie Trends und Kaufmuster von Kunden erkennen. Sie können diese Informationen verwenden, um Ihre Vertriebsstrategie zu optimieren.
- **Produktleistung** — Durch die Analyse von Produktdaten können Sie feststellen, welche Produkte sich gut verkaufen und welche nicht. Sie können diese Informationen verwenden, um Ihr Produktangebot zu optimieren.
- **Kundenverhalten** — Die Analyse von Kundendaten kann Ihnen helfen, die Vorlieben und Bedürfnisse Ihrer Kunden zu verstehen. Sie können diese Informationen verwenden, um Ihre Marketing- und Vertriebsstrategien zu personalisieren.

In der folgenden Tabelle werden die einzelnen [Markenanalyseberichte](#) erläutert. Die folgenden Berichte stehen Amazon-Verkäufern und Anbietern zur Verfügung, die die API Rolle des Brand Analytics-Verkaufspartners innehaben und in der Amazon-Markenregistrierung registriert sind.

Bericht	Beschreibung	Parameter
Bericht zur Analyse des Warenkorbs	Enthält Daten zu den Artikeln, die am häufigsten in Kombination mit den Artikeln im	Der Bericht kann für verschiedene Berichtszeiträume (DAY, WEEKMONTH, oderQUARTER)

Bericht	Beschreibung	Parameter
	Warenkorb (Einkaufswagen) des Kunden an der Kasse gekauft werden	angefordert werden. Die Daten werden für diese Zeiträume bereitgestellt.
Bericht zu Amazon-Suchbegriffen	Enthält Daten zu den am häufigsten ausgewählten Amazon-Standard-Identifikationsnummern (ASINs), sortiert nach Suchbegriff und Abteilung für eine Marketplace-Site	Der Bericht kann für verschiedene Berichtszeiträume (DAY, WEEKMONTH, oderQUARTER) angefordert werden. Anfragen können sich nicht über mehrere Berichtszeiträume erstrecken.
Kaufbericht wiederholen	Enthält Daten zur Anzahl der wiederholten Käufe der Artikel des Verkaufspartners	Der Bericht kann für verschiedene Berichtszeiträume (WEEKMONTH, oderQUARTER) angefordert werden. Die Daten können sich über mehrere Berichtszeiträume erstrecken.

In der folgenden Tabelle werden die einzelnen [Einzelhandelsanalysen](#) und [Einzelhandelsanalyseberichte für Verkäufer](#) erläutert.

Bericht	Beschreibung	Verfügbarkeit	Parameter
Inventarbericht von Rapid Retail Analytics	Enthält Inventardaten auf einer bestimmten ASIN Ebene, die zu einer stündlichen Granularität aggregiert sind	Anbieter-	Der Bericht kann nur angefordert werden. Die Daten können sich über mehrere Zeiträume erstrecken, einschließlich des aktuellen Tages.
Rapid Retail Analytics Verkehrsbericht	Enthält stündlich aufgeschlüsselte Daten über den	Anbieter-	Der Bericht kann nur angefordert werden. Die Daten können

Bericht	Beschreibung	Verfügbarkeit	Parameter
	Kundenverkehr auf den Detailseiten der Artikel des Anbieters		sich über mehrere Zeiträume erstrecken.
Verkaufsbericht von Rapid Retail Analytics	Enthält Verkaufsdaten auf einer bestimmten ASIN Ebene, die zu einer stündlichen Granularität aggregiert sind	Anbieter-	Der Bericht kann nur angefordert werden. Die Daten können sich über mehrere Zeiträume erstrecken.
Verkaufsbericht für Lieferanten	Enthält wichtige Kennzahlen zum Einzelhandelsumsatz (z. B. Umsatz und Anzahl bestellter und versendeter Artikel), die auf Katalogebene und auf folgender ASIN Ebene gemeldet werden	Anbieter-	Der Bericht kann für verschiedene Arten angefordert werden: <ul style="list-style-type: none"> • Berichtszeiträume (DAYWEEK, MONTH, QUARTER, oder YEAR) • Ansichten des Vertriebspartners (MANUFACTURING oder SOURCING) • Verkaufsprogramme (RETAIL, BUSINESS, oder FRESH)

Bericht	Beschreibung	Verfügbarkeit	Parameter
Bericht über die Nettomarge von reinen Produkten	Enthält Daten zu den reinen Nettomargen von Amazon beim Verkauf von Artikeln eines Anbieters, die auf Katalogebene und auf Ebene der folgenden Kategorien ausgewiesen werden ASIN	Anbieter-	Der Bericht kann für verschiedene Berichtzeiträume (DAY,, WEEK MONTHQUARTER, oderYEAR) angefordert werden.
Bericht zum Lieferanten-Traffic	Enthält wichtige Kennzahlen zur Besucherzahl im Einzelhandel, wie z. B. Übersichtsansichten, die auf Katalogebene und auf ASIN Ebene	Anbieter-	Der Bericht kann für verschiedene Berichtzeiträume (DAY,, WEEK MONTHQUARTER, oderYEAR) angefordert werden.
Prognosebericht für Lieferanten	Enthält vorausschauende Mittelwerte der Kundennachfrageprognosen aus den vorherigen 70, den vorherigen 80 und den letzten 90 Wochen, die auf dem ASIN Niveau des letzten Generierungsdatums der wöchentlichen Prognosen ausgewiesen wurden	Anbieter-	Der Bericht kann für verschiedene Verkaufsprogramme (RETAILoderFRESH) angefordert werden.

Bericht	Beschreibung	Verfügbarkeit	Parameter
Bericht zum Lieferantenbestand	Enthält Kennzahlen zum Inventar und zum Betriebsstatus (z. B. verkaufbare Einheiten auf Lager und Bestätigungsrate durch Lieferanten), die auf Katalogebene und auf Ebene gemeldet werden ASIN	Anbieter-	<p>Der Bericht kann für verschiedene Arten angefordert werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berichtszeiträume (DAYWEEK,MONTH,QUARTER, oderYEAR) • Ansichten des Vertriebspartners (MANUFACTURING oderSOURCING) • Programme verkaufen (RETAILoderFRESH)
Geschäftsbericht über Umsatz und Verkehr	Enthält wichtige Kennzahlen zur Verkaufsleistung (z. B. Verkäufe bestellter Produkte, Umsatz, bestellte Einheiten und Anzahl der Anträge) und Kennzahlen zum Seitenverkehr (z. B. Seitenaufrufe und prozentualer Anteil im Einkaufswagen-Feld) für den gesamten Katalog des Verkäufers, aggregiert nach Datum und ASIN	Verkäufer	<p>Der Bericht kann angefordert oder geplant werden. Die Daten können für verschiedene Aggregationsebenen (, oderMONTH) und ASIN Aggregationsebenen (DAYWEEK,, oder) für verschiedene PARENT Datumsbereiche CHILD bereitgestellt werden. SKU</p>

Datenkiosk API

Der Data Kiosk API bietet eine [GraphQL-basierte](#) dynamische Berichtssuite. Es hilft Ihnen, benutzerdefinierte GraphQL-Abfragen zu generieren und auf Massendaten aus Amazon-Datensätzen zuzugreifen. Sie können API damit auf eine Vielzahl von Daten zugreifen, darunter:

- [Verkaufs- und Verkehrsdaten des Verkäufers](#)
- [Anbieter-Analytics-Daten](#)
- [Seller Economy](#)

Im Folgenden sind die wichtigsten Funktionen des Data Kiosk aufgeführtAPI:

- GraphQL-gestützte dynamische Berichterstattung — Die API unterstützt GraphQL-Abfrageoperationen und hilft Ihnen dabei, benutzerdefinierte Abfragen zu erstellen, um die spezifischen Daten abzurufen, die Sie benötigen.
- Massenzugriff auf Daten — Sie können über die auf große Datensätze zugreifenAPI, was eine umfassende Analyse und Berichterstattung erleichtert.
- Flexible Datenexploration — Der GraphQL-basierte Ansatz ermöglicht eine dynamische Ad-hoc-Datenexploration. Diese Flexibilität hilft Ihnen, Abfragen zu iterieren und Erkenntnisse zu gewinnen.
- Umfassende Datenabdeckung — Die API bietet Zugriff auf eine Vielzahl von Verkäufer- und Lieferantendaten und ermöglicht so eine ganzheitliche Leistungsanalyse und Business Intelligence.

Die Schemas und Direktiven im Data Kiosk API bieten eine strukturierte Möglichkeit, über GraphQL auf Ihre Daten zuzugreifenAPI, mit der Möglichkeit, die Daten nach Ihren spezifischen Bedürfnissen zu aggregieren und zu filtern. Mithilfe des Data Kiosk können Sie tiefereAPI, umsetzbarere Einblicke in Vertriebs-, Traffic- und Analysedaten gewinnen. Auf diese Weise können Sie fundierte, datengestützte Entscheidungen zur Optimierung Ihrer Geschäftsstrategien treffen.

Note

Die Aufbewahrung einer Abfrage hängt von den angeforderten Feldern ab. Jedes Feld innerhalb eines Schemas ist mit einer `@resultRetention` Direktive versehen, die definiert, wie lange eine Abfrage, die dieses Feld enthält, aufbewahrt wird. Wenn eine Abfrage mehrere Felder mit unterschiedlichen Aufbewahrungsfristen enthält, wird die kürzeste (minimale)

Aufbewahrung angewendet. Die Aufbewahrung der Ergebnisdokumente einer Abfrage entspricht immer der Aufbewahrung der Abfrage.

Verkaufs- und Verkehrsdaten des Verkäufers

Im Datenkiosk API `Analytics_SalesAndTraffic_2024_04_24` ist dies der Stammtyp für Vertriebs- und Traffic-Anfragen. Zwei Abfragen sind für diesen Root-Typ verfügbar:

- `salesAndTrafficByAsin` ruft Verkaufs- und Verkehrsdaten ab, die nach ASIN (PARENTCHILD, oderSKU) aggregiert wurden.
- `salesAndTrafficByDate` ruft nach Datum (DAY,, oder) aggregierte Verkaufs- und Verkehrsdaten ab. WEEK MONTH

Beachten Sie Folgendes im Zusammenhang mit diesen Abfragen:

- Aufzählungstypen (Enums), wie `AsinGranularity` und `DateGranularity`, geben die Aggregationsebene an.
- Skalare Typen wie [Date](#) werden zur Darstellung der Daten verwendet.

Anbieter-Analytics-Daten

Im Data Kiosk API `Analytics_vendorAnalytics_2024_09_30` ist dies der Stammtyp für Lieferantenanalyseabfragen. Für diesen Root-Typ sind zwei Ansichten verfügbar:

- `manufacturingView` ruft Kennzahlen zu Produkten ab, die Sie herstellen, aggregiert nach dem angegebenen Datum.
- `sourcingView` ruft Metriken zu Produkten ab, die Sie direkt bei Amazon beziehen, aggregiert nach dem angegebenen Datum.

Sie greifen auf die entsprechende Ansicht und die zugehörigen Metriken auf der Grundlage der Rolle zu, die Ihnen als Anbieter (SOURCING oder MANUFACTURING) zugewiesen wurde. Zu diesen Abfragen gehören das Start- und Enddatum, die Marketplace-ID, die aggregierten Kennzahlen und die Gesamtkennzahlen. Beachten Sie Folgendes im Zusammenhang mit diesen Abfragen:

- Die Metriken werden anhand der `SourcingViewMetricsGroupedBy` Typen `ManufacturingViewMetricsGroupedBy` und nach verschiedenen Attributen (z. B. ASIN oder Marke) gruppiert.
- Metriktypen wie `costs`, `customerSatisfaction` `ordersproductAvailability`, und stehen für die verschiedenen Metrikgruppen.
- Die `DateGranularity` Aufzählung gibt die Ebene der Datumsaggregation an.

Seller Economy

Der Bericht zur Verkäuferökonomie bietet einen umfassenden Überblick über Ihre Leistung und Ihre Finanzen auf dem Amazon-Marktplatz. Er umfasst Verkaufsdaten, Werbeausgaben, Gebühren, Kosten und Nettoerlöse. Sie können die Daten nach Datum und Produktidentifikation aggregieren.

Im Datenkiosk API `Analytics_Economics_2024_03_15` ist dies der Stammtyp für Abfragen zur Verkäuferökonomie. Die Daten zur Verkäuferökonomie für ein bestimmtes Produkt werden durch den `Economics` Typ dargestellt. Dieser Typ umfasst die folgenden Hauptaspekte:

- `ads`— Die Daten zu den Werbeausgaben für das Produkt innerhalb des angegebenen Zeitraums.
- `cost`— Die Kosten außerhalb von Amazon, die der Verkäufer für dieses Produkt angegeben hat (pro Einheit).
- `fees`— Die Gebühren, die für das Produkt innerhalb des angegebenen Zeitraums erhoben wurden.
- `fnsku`— Die Lagerhaltungseinheit (FNSKU) des Produkts im Fulfillment Network.
- `msku`— Die Lagerhaltungseinheit (MSKU) des Produkts für den Händler.
- `netProceeds`— Der Nettoerlös für dieses Produkt innerhalb des angegebenen Zeitraums.
- `sales`— Die Verkaufsdaten für das Produkt innerhalb des angegebenen Datumsbereichs.

Integration des Amazon-Verkaufspartners API

Um über den Amazon-Verkaufspartner API (SP-API) auf die Daten zuzugreifen, müssen Sie die folgenden Schritte ausführen:

1. [Registrieren Sie sich als API SP-Entwickler](#)
2. [APISP-Rollen anfragen](#)
3. [Registrieren Sie Ihre Bewerbung](#)
4. [Wählen Sie ein Autorisierungsmodell für Ihre Anwendung](#)
5. [Connect zum SP- her API](#)

Registrieren Sie sich als API SP-Entwickler

Bevor Sie Ihre API SP-Anwendung registrieren können, müssen Sie ein Amazon-Entwicklerkonto erstellen und sich als API SP-Entwickler registrieren. Einen umfassenden Überblick über den Registrierungsprozess für Entwickler finden Sie unter [APISP-Registration Overview](#) in der API SP-Dokumentation.

APISP-Rollen anfragen

Eine [APISP-Rolle](#) bestimmt, ob ein Entwickler oder eine Anwendung Zugriff auf einen bestimmten Vorgang oder eine bestimmte Ressource hat. Als Entwickler müssen Sie eine bestimmte Rolle beantragen und sich dafür qualifizieren, andernfalls können Sie nicht auf die Operationen und Ressourcen zugreifen, die dieser Rolle zugeordnet sind.

Rollen schützen den Zugriff auf personenbezogene Daten (PII) und andere sensible Daten. Sie schränken den Datenzugriff ein, um sicherzustellen, dass Entwickler nur auf die Daten zugreifen können, die für ihre Anwendung erforderlich sind. Dies trägt zum Schutz der Kundendaten und zur Wahrung des Kundenvertrauens bei.

Für den Zugriff auf die in den Brand Analytics-Berichten verfügbaren Daten benötigen Sie die [Brand Analytics-Rolle](#). Weitere Informationen zur Beantragung des Zugriffs auf eine Rolle finden Sie in der API SP-Dokumentation unter [Wie beantrage ich eine Rolle und qualifiziere mich dafür?](#).

Registrieren des Antrags

Der Registrierungsprozess variiert je nach Art der Anwendung geringfügig. Für die Zwecke der Registrierung werden Anträge in einen der folgenden Typen eingeteilt:

- Öffentliche Anwendungen und Anwendungen für Privatverkäufer — Dabei handelt es sich um Anwendungen, die öffentlich verfügbar sind und von einem Verkäufer oder Anbieter autorisiert wurden, oder es handelt sich um Verkäuferanwendungen, die nur für Ihr Unternehmen verfügbar sind und von Ihnen selbst autorisiert wurden.
- Anwendungen von privaten Anbietern — Dabei handelt es sich um Anwendungen von Anbietern, die nur für Ihr Unternehmen verfügbar sind und selbst autorisiert sind.

Weitere Informationen finden Sie in der API SP-Dokumentation unter [Registrieren Sie Ihre Anwendung](#).

Wählen Sie ein Autorisierungsmodell für Ihre Anwendung

Das Autorisierungsmodell für den Verkaufspartner API basiert auf [Login with Amazon](#), einer Amazon-Implementierung von OAuth 2.0. Ihre Bewerbung wird durch Interaktionen mit den von Amazon angezeigten Seiten und Ihrer Website autorisiert. Der Webbrowser ist der Benutzeragent, der bei jeder Aktion des Verkaufspartners Parameter zwischen Ihrer Website und Amazon weitergibt. Um die OAuth Autorisierung zu implementieren, müssen Sie Ihre Website so konfigurieren, dass sie die Parameter akzeptiert und verarbeitet, die Amazon an sie weitergibt. Sie müssen Ihre Website auch so konfigurieren, dass der Webbrowser umgeleitet und Parameter an Amazon übergeben werden. Weitere Informationen zur Autorisierung finden Sie in der API SP-Dokumentation unter [Autorisierung von API Verkaufspartneranträgen](#).

Verstehen der Anwendungsautorisierung

Für die Autorisierung gibt es drei Arten von Anwendungen:

- Öffentliche Anwendungen für Verkäufer — Diese Anwendungen sind öffentlich verfügbar und wurden von Verkäufern autorisiert. Sie können eine der folgenden Autorisierungs-Optionen auswählen:
 - [Autorisierungs-Workflow für Verkaufspartner im Appstore](#) — Ein OAuth Autorisierungs-Workflow, der von der Detailseite des Verkaufspartner-Appstores aus initiiert wird.

- [Workflow zur Website-Autorisierung](#) — Ein OAuth Autorisierungs-Workflow, der von Ihrer eigenen Website aus initiiert wird.
- Öffentliche Anwendungen für Anbieter — Diese Anwendungen sind öffentlich verfügbar und werden von Anbietern autorisiert. Sie können den [Workflow zur Website-Autorisierung](#) verwenden. Dies ist ein OAuth Autorisierungs-Workflow, der von Ihrer eigenen Website aus initiiert wird.
- Private Anwendungen für Verkäufer oder Anbieter — Diese Anwendungen stehen nur Ihrer Organisation zur Verfügung. Dabei kann es sich um Anwendungen von Verkäufern oder Anbietern handeln. Sie können den [Selbstautorisierungsansatz](#) verwenden. Wenn Sie eine private Anwendung für Ihre eigene Organisation erstellen, können Sie diese selbst autorisieren, auf Ihre Kontoinformationen zuzugreifen. Sie können Ihre Bewerbung im Entwurfsstatus selbst autorisieren. Es gibt keinen Grund, eine private Bewerbung zu veröffentlichen. Informationen zum Widerrufen der Selbstautorisierung in Verkäufern- und Lieferantenanträgen finden Sie in der SP-Dokumentation unter [Widerrufen der Eigenautorisierung](#). API

Autorisieren Sie Anbietergruppen für den Anwendungszugriff

Wenn Sie Ihre API Verkaufspartner-Anwendung für den Zugriff auf Ihre Daten autorisieren, gewähren Sie Zugriff auf die Lieferantengruppe, die mit den Anmeldeinformationen für Ihr Vendor Central-Konto verknüpft ist. Im weiteren Sinne gewähren Sie Zugriff auf alle Lieferantencodes, die in der Lieferantengruppe vorhanden sind. Daher ist es wichtig, die richtigen Vendor Central-Anmeldeinformationen und die richtige Anbietergruppe für Ihre API Verkaufspartner-Integration zu verwenden.

Die Anbietergruppe ist das Konto, mit dem Sie sich anmelden. Abhängig von Ihren Geschäftsvereinbarungen, Betriebsmodellen und anderen Faktoren kann Ihre Lieferantengruppe einen oder mehrere Lieferantencodes enthalten. Jeder Lieferantencode ermöglicht es Ihnen, Produkte in einer bestimmten Kategorie anzubieten, oder er enthält die erforderlichen Geschäftsvereinbarungen, z. B. einen Lieferantencode für eine bestimmte Marke.

Sie können [mehrere Autorisierungen für jede Lieferantengruppe haben](#), oder Sie können eine [einzelne Lieferantengruppe](#) erstellen, die alle Ihre Lieferantencodes enthält. Die Option, mehrere Lieferantengruppen zu verwenden, die Ihrem Profil zugeordnet sind, gibt Ihnen die Möglichkeit, eine Anwendung mit demselben Lieferantencode in verschiedenen Lieferantengruppen zu verwenden. Mit dieser Option müssen Sie nicht mehrere Entwickleranträge für jede Anbietergruppe einreichen.

Weitere Informationen finden Sie in der API SP-Dokumentation unter [Autorisieren von Anbietergruppen für den Anwendungszugriff](#).

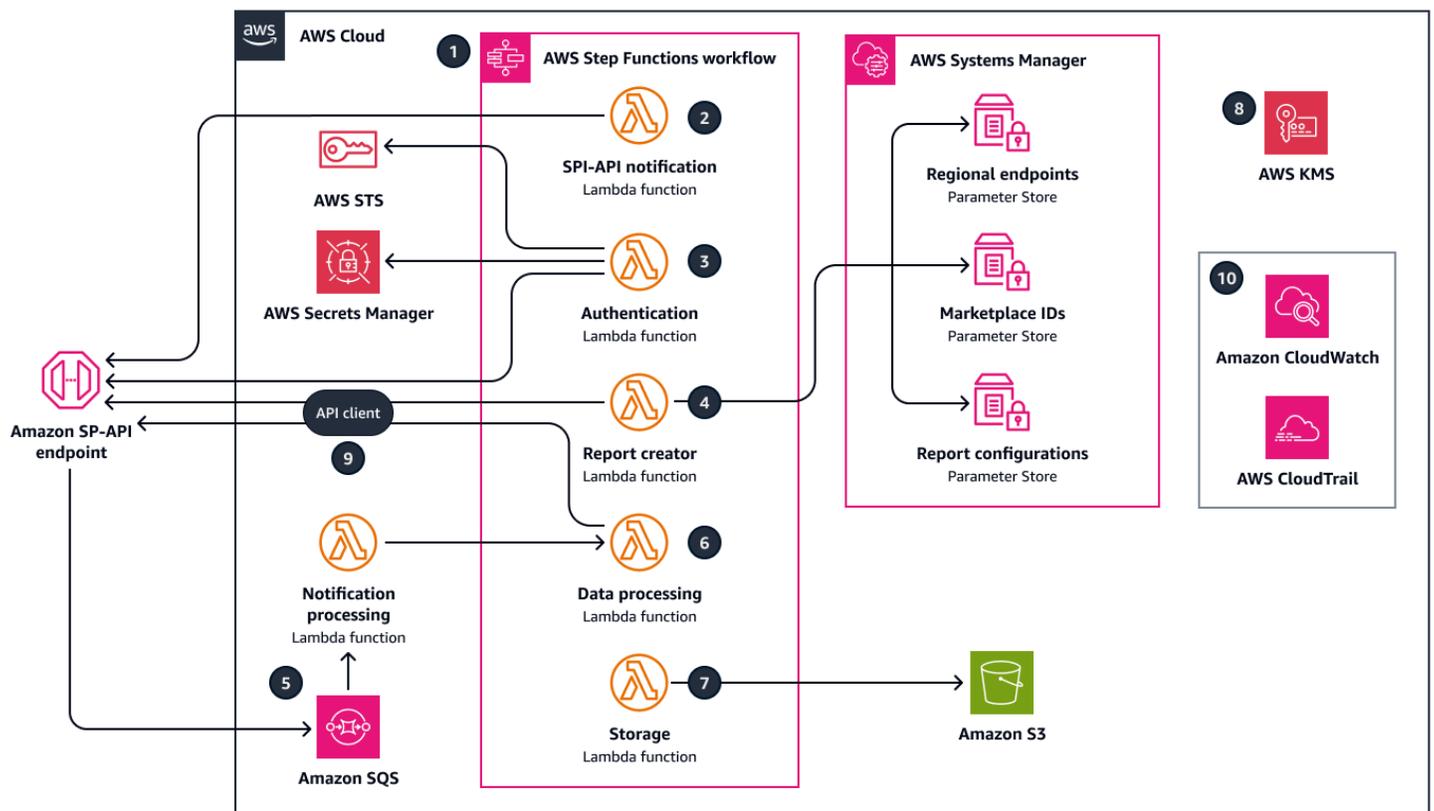
Connect zum SP- her API

Nachdem Sie Ihre Anwendung registriert und autorisiert haben, können Sie damit beginnen, Anfragen zu stellen. Weitere Informationen finden Sie API in [der API SP-Dokumentation unter Verbindung zum Vertriebspartner](#) herstellen.

Aufbau der Datenerfassungspipeline für Ihre Amazon-Verkaufspartnerdaten

Dieser Abschnitt enthält eine Strategie zur Aufnahme von Amazon-Verkäufer- und Verkäuferdaten vom Amazon-Verkaufspartner API (SP-API) in einen Data Lake in Ihrem AWS-Konto. Diese Daten-Pipeline-Architektur ist auf Agilität ausgelegt. Sobald die Daten in Ihrem Konto verfügbar sind, können Sie Analysen und generative KI-Funktionen implementieren, um aus diesen Daten erweiterte Geschäftseinblicke zu gewinnen. Diese Daten helfen Ihnen dabei, Ihr Unternehmen, Ihre Inventardetails und Analysen in großem Umfang auf allen Marktplätzen zu verstehen.

Das folgende Architekturdiagramm zeigt, wie Sie [AWS Lambda](#)-Funktionen in einem [AWS Step Functions](#)-Workflow verwenden, um Daten aus dem SP-API in einen Data Lake in Ihrem zu übernehmen. Die Daten werden in [Amazon Simple Storage Service \(Amazon S3\)](#) und im [Parameter Store](#) gespeichert, was eine Funktion von ist AWS Systems Manager.



Das Architekturdiagramm enthält die folgenden Komponenten:

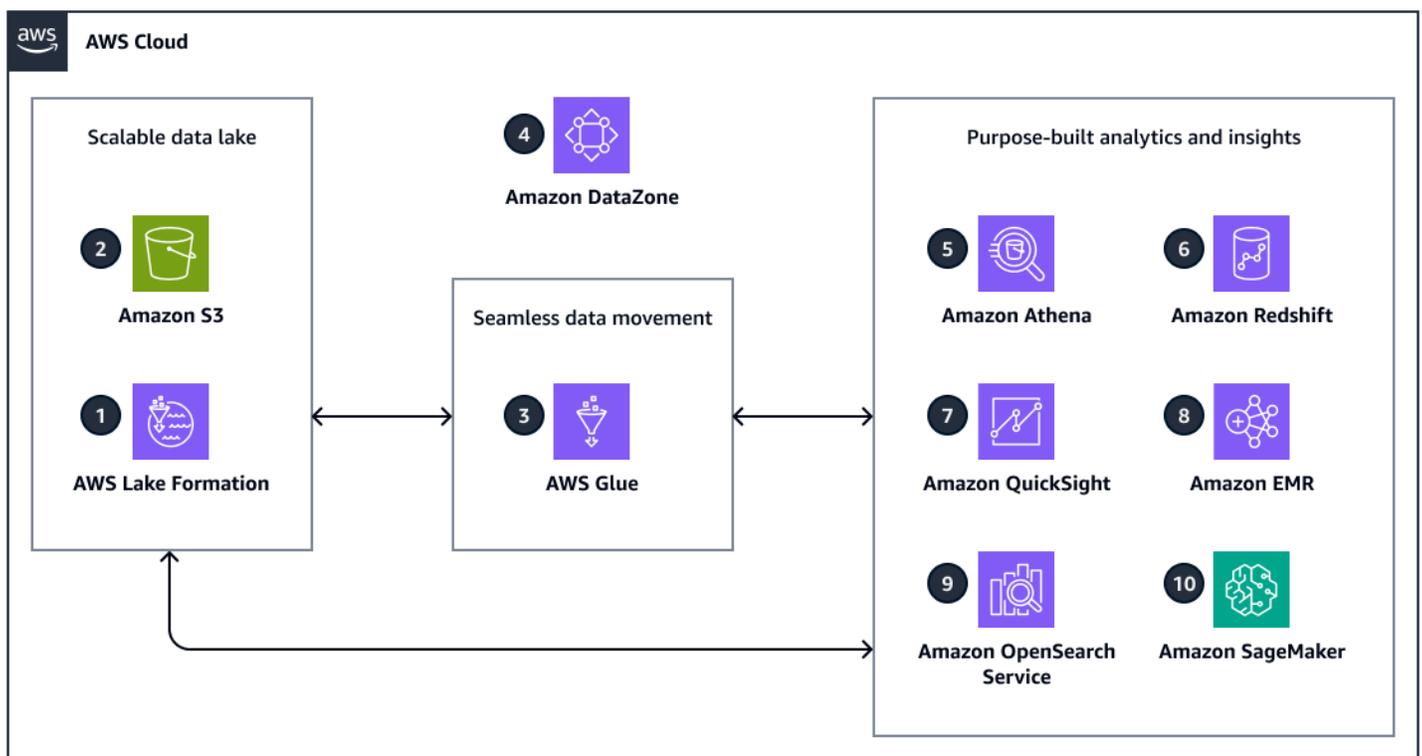
1. Step Functions wird als serverloser Orchestrierungsservice verwendet, um den Workflow für die Integration mit dem SP- zentral zu verwalten. API
2. Der [Vertriebspartner API für Berichte](#) (BerichteAPI) unterstützt Benachrichtigungen zur Automatisierung der Berichtsworkflows. Dazu verwenden Sie eine Lambda-Funktion für APISP-Benachrichtigungen, um die Anwendung für den REPORT_PROCESSING_FINISHED Benachrichtigungstyp zu abonnieren.
3. Um SP- aufzurufen, verwenden Sie eine Authentication Lambda-FunktionAPI, um ein Login with Amazon (LWA) -Zugriffstoken zu erhalten.
4. Das LWA Zugriffstoken von der Authentifizierungsfunktion wird an eine Lambda-Funktion des Berichtserstellers übergeben. Diese Funktion createReport ruft den SP- auf, API indem sie das LWA Zugriffstoken und die regionalen Endpunkt-, Marketplace- und Berichtskonfigurationsdaten verwendetIDs, die im Parameter Store gespeichert sind.
5. Der SP- API generiert den Bericht. Nach Abschluss wird ein REPORT_PROCESSING_FINISHED Benachrichtigungsereignis an eine [Amazon Simple Queue Service \(AmazonSQS\)](#) -Warteschlange gesendet, die Informationen bereitstellt, wenn die BerichtsverarbeitungCANCELLED,DONE, oder istFATAL. Dadurch wird eine Lambda-Funktion zur Verarbeitung von Benachrichtigungen ausgelöst, um das Ereignis zu verarbeiten. Wenn das Benachrichtigungsereignis den Status hatDONE, reportDocumentId ist a enthalten.
6. Das Benachrichtigungsereignis wird an eine Lambda-Funktion zur Datenverarbeitung im Step Functions Functions-Workflow übergeben. Diese Funktion verwendet diereportDocumentId, um den SP- getReportDocument API aufzurufen. Der SP- API gibt ein URL für den Speicherort des Berichtsdocuments und den verwendeten Komprimierungsalgorithmus vorsigniertes Datum zurück, wenn der Inhalt des Berichtsdocuments komprimiert wurde.
7. Diese Antwort wird an eine Storage Lambda-Funktion übergeben, die das Berichtsdocument herunterlädt, es dekomprimiert (falls zutreffend) und das Berichtsdocument in Amazon S3 speichert.
8. [AWS Key Management Service \(AWS KMS\)](#) wird zur zentralen Verwaltung von Verschlüsselungsschlüsseln verwendet, mit denen die darin enthaltenen Geheimnisse verschlüsselt werden können. [AWS Secrets Manager](#) Die Daten werden in Amazon S3 und Parameter Store gespeichert.
9. APISP-Anfragen werden mithilfe des Token-Bucket-Algorithmus begrenzt. Daher wird ein API Client für die Ratenbegrenzung empfohlen.
- 10.[AWS CloudTrail](#)und [Amazon CloudWatch](#) werden für die Überwachung und Protokollierung auf der ganzen Welt verwendet AWS-Services. Diese Protokolle bieten Rückverfolgbarkeit.

Implementierung einer Analysestrategie für Ihre Amazon-Verkaufspartnerdaten

Dieser Abschnitt enthält eine detaillierte Strategie, wie Amazon-Anbieter und -Verkäufer erweiterte Analysen der von der Amazon Selling Partner API (SP-API) aufgenommenen Daten durchführen können. Diese Analysefunktionen können Folgendes bieten:

- Einblicke in Vertriebsleistung, Bestandsmanagement, Markenanalysen und andere wichtige Kennzahlen.
- Die Möglichkeit, benutzerdefinierte Berechnungen, Filter und Visualisierungen zu erstellen, um Ihren spezifischen Anforderungen gerecht zu werden.

Das folgende Architekturdiagramm zeigt, wie Sie AWS Glue die Daten im Data Lake ermitteln, vorbereiten, verschieben und integrieren, sodass Sie sie für Analysen und Erkenntnisse verwenden können.



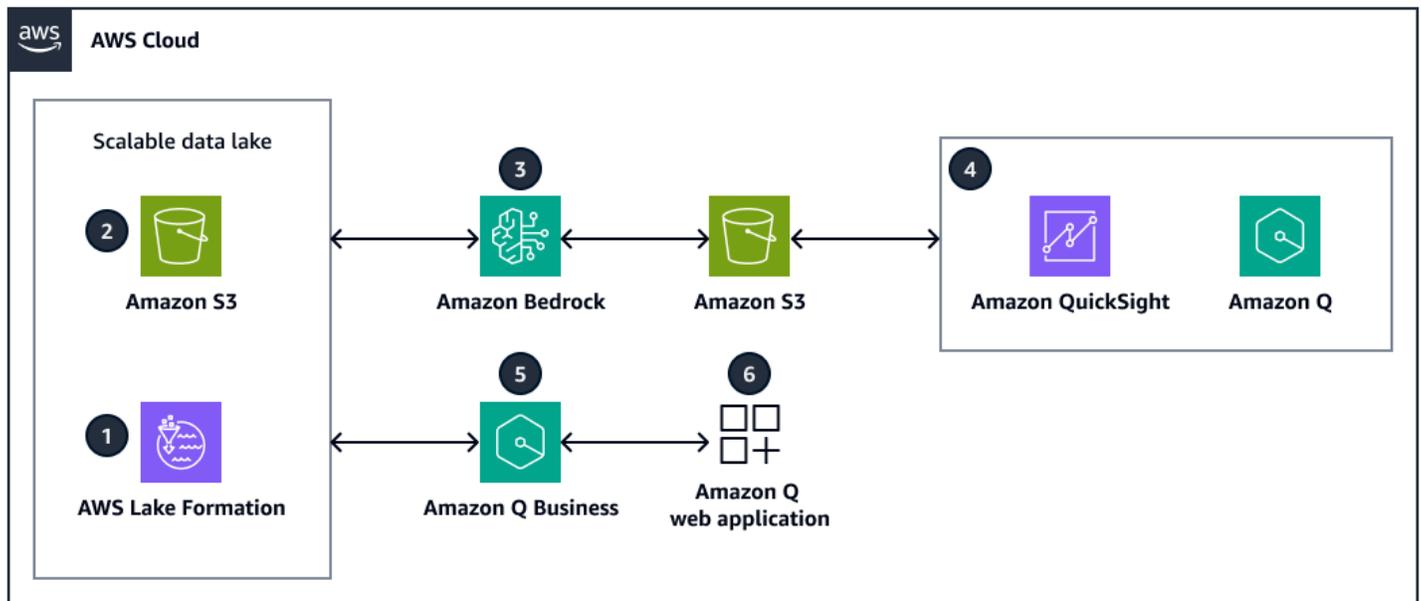
Das Architekturdiagramm umfasst die folgenden Komponenten:

1. [AWS Lake Formation](#) wird verwendet, um den skalierbaren Data Lake aufzubauen und die Sicherheit, Zugriffskontrolle und Prüfpfade zentral zu verwalten.
2. [Amazon Simple Storage Service \(Amazon S3\)](#) wird als Data-Lake-Speicher verwendet.
3. [AWS Glue](#) wird verwendet, um Daten über mehrere Datenspeicher und den Data Lake hinweg zu katalogisieren, zu transformieren, anzureichern, zu verschieben und zu replizieren. AWS Glue vereinfacht komplexe, manuelle und teure traditionelle Datenintegrationsprozesse und unterstützt größere Datenmengen und Datenvielfalt.
4. [Amazon DataZone](#) hilft Ihnen dabei, Daten unternehmensweit zu katalogisieren, zu entdecken, gemeinsam zu nutzen und zu verwalten.
5. [Amazon Athena](#) bietet interaktive Abfrage-, Analyse- und Verarbeitungsfunktionen.
6. [Amazon Redshift](#) wird als Cloud-Data Warehouse verwendet. Mit der [Zero-ETL-Integration](#) können Sie Analysen von Petabytes von Transaktionsdaten nahezu in Echtzeit durchführen oder die ML-Funktionen von Amazon Redshift nutzen, um Erkenntnisse in Echtzeit zu gewinnen.
7. [Amazon QuickSight](#) bietet ML-gestützte Business Intelligence. [QuickSight Q](#), unterstützt durch maschinelles Lernen, verwendet natürliche Sprachverarbeitung, um Ihre Geschäftsfragen schnell zu beantworten.
8. [Amazon EMR](#) ist eine verwaltete Cluster-Plattform, die den Betrieb von Big-Data-Frameworks zur Verarbeitung und Analyse großer Datenmengen vereinfacht. AWS Die Verwendung dieser Frameworks und verwandter Open-Source-Projekte, können Sie Daten zu Analyse Zwecken und Business-Intelligence-Workloads verarbeiten.
9. [Amazon OpenSearch Service](#) kann für Betriebsanalysen verwendet werden. Es bietet auch Funktionen zur Suche nach Vektordatenbanken.
10. [Amazon SageMaker AI](#) kann verwendet werden, um ML-Modelle zu erstellen, zu trainieren und bereitzustellen und Ihren Anwendungen künstliche Intelligenz hinzuzufügen.

Implementierung einer generativen KI-Strategie für Ihre Amazon-Verkaufspartnerdaten

Amazon-Anbieter und -Verkäufer können Dienste und Funktionen der generativen künstlichen Intelligenz (generative KI) nutzen, AWS um tiefere Einblicke zu gewinnen, sich wiederholende Aufgaben zu automatisieren und Ihr Kundenerlebnis bei Amazon zu verbessern. Beispielsweise können Sie generative KI verwenden, um automatisch optimierte, hochwertige Produktbeschreibungen für Ihre Amazon-Angebote zu erstellen, Marketingtexte oder Kundenkommunikation zu generieren oder Verkäufe, Inventar und andere wichtige Geschäftskennzahlen zu prognostizieren. Generative KI kann Einblicke in die Daten geben, die Sie über die Amazon Selling Partner API aufgenommen haben.

Das folgende Architekturdiagramm zeigt AWS-Services, wie Sie [Amazon Bedrock](#) oder [Amazon Q Business](#) verwenden können, um Ihre generative KI-Reise in Schwung zu bringen. AWS Mithilfe dieser Architektur bauen Sie eine generative KI-Pipeline auf, die einen modernen Datenanalyseansatz verwendet, um Erkenntnisse aus den Daten zu gewinnen.



Das Architekturdiagramm umfasst die folgenden Komponenten:

1. [AWS Lake Formation](#) wird verwendet, um den skalierbaren Data Lake aufzubauen und die Sicherheit, Zugriffskontrolle und Prüfpfade zentral zu verwalten.
2. [Amazon Simple Storage Service \(Amazon S3\)](#) wird als Data-Lake-Speicher verwendet.

3. [Amazon Bedrock](#) ist ein vollständig verwalteter Service, der eine Auswahl an branchenführenden Basismodellen bietet (FMs). Es bietet auch eine breite Palette von Funktionen, die Sie für die Erstellung generativer KI-Anwendungen benötigen, und vereinfacht so die Entwicklung durch Sicherheit, Datenschutz und verantwortungsvolle KI. Sie können die Modellausgabedaten in einem Amazon S3 S3-Bucket speichern und in Amazon integrieren QuickSight.
4. [Amazon QuickSight](#) bietet ML-gestützte Business Intelligence. [QuickSight Q](#) steigert die Unternehmensproduktivität mit generativen BI-Funktionen, um die Entscheidungsfindung zu beschleunigen. Mit den neuen Funktionen zur Erstellung von Dashboards können Sie Eingabeaufforderungen in natürlicher Sprache verwenden, um schnell aussagekräftige Erkenntnisse zu gewinnen, zu entdecken und weiterzugeben.
5. [Amazon Q Business](#) ist ein generativer KI-gestützter Assistent, der Fragen beantworten, Zusammenfassungen bereitstellen, Inhalte generieren und Aufgaben auf der Grundlage von Daten und Informationen in Ihren Unternehmenssystemen sicher erledigen kann. Er hilft Ihnen, kreativer, datengesteuerter, effizienter, besser vorbereitet und produktiver zu sein.
6. Sie können eine benutzerdefinierte Webanwendung erstellen, die die Daten von Amazon Q Business verwendet.

Beispiele für die Verwendung von Q QuickSight

Die folgenden Beispiele zeigen, wie QuickSight Q Ihnen hilft, Daten zu verstehen — mit Zusammenfassungen, einer kontextsensitiven Frage-und-Antwort-Erfahrung und anpassbaren, interaktiven Datenstorys, die Ihnen helfen, Entscheidungen auf der Grundlage von Erkenntnissen zu treffen.

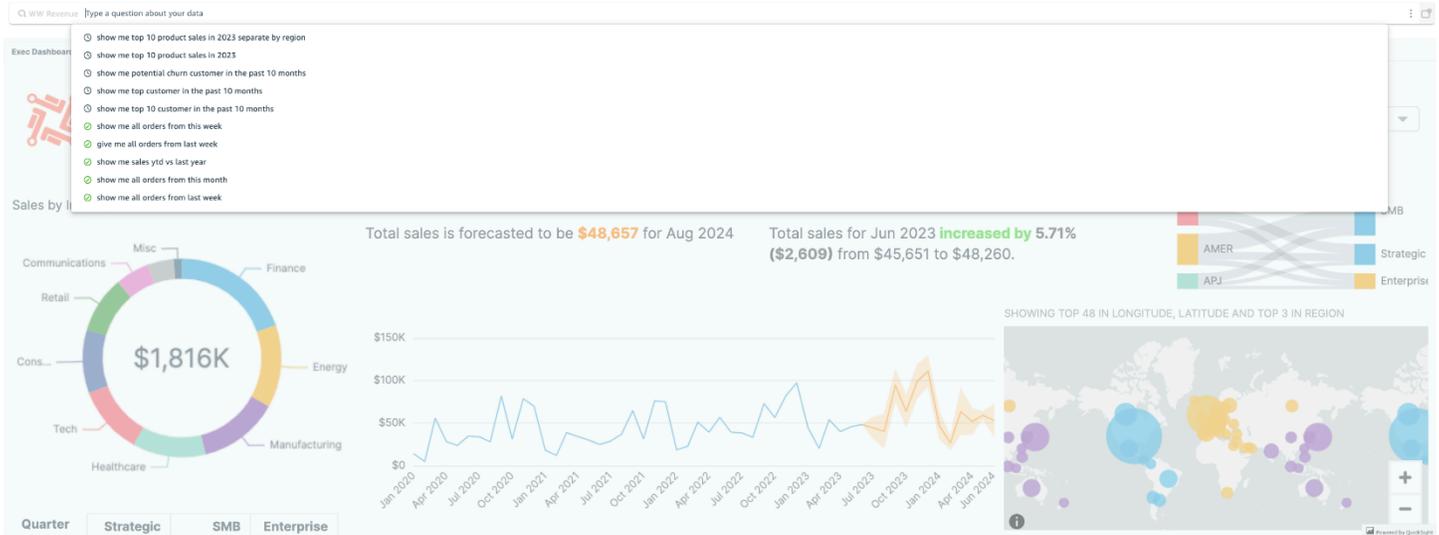
Beispiel 1

Sie können QuickSight Q fragen: „Was sind die meistverkauften Artikel im Jahr 2023?“ QuickSight Q sammelt und analysiert die Daten, um eine Zusammenfassung zu erstellen.



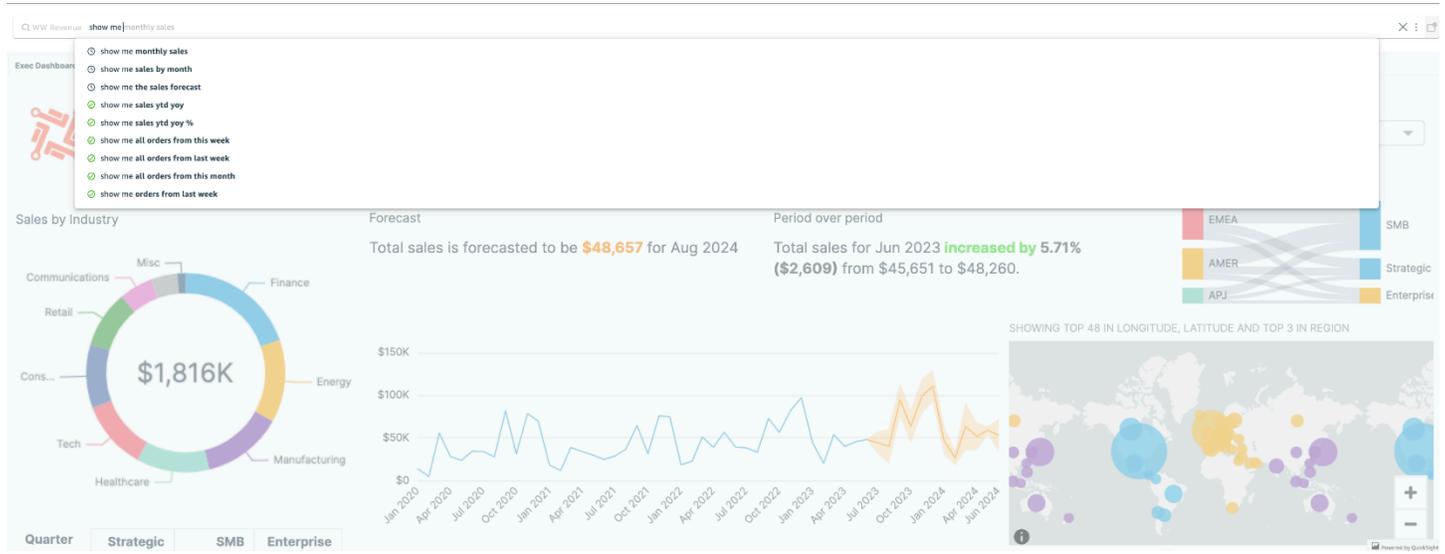
Beispiel 2

Sie können QuickSight Q fragen, was die Top-Produkte sind, die ein Unternehmen bei Amazon verkauft.



Beispiel 3

Sie können QuickSight Q bitten, Verkaufszahlen für ein Produkt bereitzustellen, basierend auf Monat oder year-to-date.



Kontinuierliche Verbesserung und Optimierung Ihrer Analysen und generativen KI-Strategien

Um Ihre Analysen und generativen KI-Strategien für Amazon-Verkäufer- und Lieferantendaten kontinuierlich zu verbessern und zu optimieren, sollten Sie wie folgt vorgehen:

- **Kontinuierliche Leistungsüberwachung** — Überprüfen Sie regelmäßig die Nutzungs- und Leistungskennzahlen der analytischen und generativen KI-Lösungen, um Verbesserungspotenziale zu identifizieren. Überwachen Sie wichtige Indikatoren wie Benutzerinteraktion, Datenverarbeitungsdurchsatz, API Reaktionszeiten und Fehlerquoten. Verwenden Sie diese Daten, um Systemkonfigurationen zu optimieren, Engpässe zu identifizieren und fundierte Entscheidungen über Verbesserungen zu treffen.
- **Verwenden Sie fortgeschrittene ML-Techniken** — Erkunden Sie die Anwendung anspruchsvollerer ML-Modelle und -Techniken, um die prädiktiven und analytischen Fähigkeiten Ihrer Anwendung weiter zu verbessern. Dies kann das Experimentieren mit neuronalen Netzwerken, Zeitreihenprognosen, Anomalieerkennung und anderen fortschrittlichen Algorithmen beinhalten.
- **Nutzer-Feedback priorisieren** — Sammeln Sie aktiv Feedback von der Verkäufer-, Verkäufer- und Marken-Community von Amazon, um die sich entwickelnden Bedürfnisse und Problembereiche zu verstehen. Integrieren Sie diese Benutzereingaben in die Entwicklungs-Roadmap Ihrer Anwendung, um sicherzustellen, dass die Lösung relevant bleibt und weiterhin den maximalen Nutzen bietet.

Durch die kontinuierliche Überwachung der Leistung, den Einsatz fortschrittlicher Analyse- und ML-Techniken und die Priorisierung von Benutzerfeedback können Sie sicherstellen, dass die Anwendung ein robustes, anpassungsfähiges und unverzichtbares Tool bleibt. Dieses Engagement für kontinuierliche Optimierung und Weiterentwicklung hilft Ihnen dabei, zunehmend datengestützte Entscheidungen zu treffen, messbare Auswirkungen auf Ihr Geschäft zu erzielen und der Konkurrenz immer einen Schritt voraus zu sein.

Nächste Schritte

Dieser Leitfaden richtet sich an Verkäufer und Verkäufer von Amazon, die Analysen und generative KI-Funktionen nutzen möchten, um das Wachstum ihres Unternehmens voranzutreiben. Mithilfe der Empfehlungen und Strategien in diesem Leitfaden können Sie:

- Erstellen Sie die Cloud-Anwendung im eigenen Haus
- Nehmen Sie Kontakt mit [AWS Professional Services](#) auf
- Wählen Sie einen AWS Partner aus der [AWS Partner Network](#)
- Wenden Sie sich an Ihr AWS Kontoteam

Weitere Informationen und zusätzliche Ressourcen, mit denen Sie mehr über AWS Analysen und generative KI-Funktionen erfahren können, finden Sie im Kapitel [Ressourcen](#) dieses Handbuchs.

Ressourcen

APIRessourcen Amazon Amazon-Verkaufspartner

- [APIDokumentation für Verkaufspartner](#)
- [APIDatenmodelle von Verkaufspartnern](#)
- [Schema-Explorer für Datenkiosk](#)

Ressourcen zur Datenarchitektur

- [Investieren Amazon Amazon-Einzelhandelsdaten in eine serverlose moderne Datenarchitektur](#) (AWS Blogbeitrag)
- [Amazon Seller and Vendor Central Data Producer](#) (AWS Lösungsbibliothek)

AWS-Service Demos

- [Amazon QuickSight Q-Demo](#) (Demo Central)

Dokumentverlauf

In der folgenden Tabelle werden wichtige Änderungen in diesem Leitfaden beschrieben. Um Benachrichtigungen über future Aktualisierungen zu erhalten, können Sie einen [RSSFeed](#) abonnieren.

Änderung	Beschreibung	Datum
Erste Veröffentlichung	—	9. August 2024

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.