Guida per l'utente di Storefront

AWS Marketplace

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

AWS Marketplace: Guida per l'utente di Storefront

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

I marchi e l’immagine commerciale di Amazon non possono essere utilizzati in relazione a prodotti o servizi che non siano di Amazon, in una qualsiasi modalità che possa causare confusione tra i clienti o in una qualsiasi modalità che denigri o discrediti Amazon. Tutti gli altri marchi non di proprietà di Amazon sono di proprietà dei rispettivi proprietari, che possono o meno essere affiliati, collegati o sponsorizzati da Amazon.

Table of Contents

Cos'è AWS Marketplace Storefront? 1
Funzionalità chiave 1
Chi utilizza Storefront? 1
Come funziona 2
Servizi correlati 2
Nozioni di base 2
Prerequisiti 3
Requisiti AWS 3
Requisiti di Storefront 3
Requisiti browser 3
Requisiti di rete 3
Fasi successive 4
Argomenti correlati 4
Organizations 5
Impostazioni dell'organizzazione 5
Per accedere alle impostazioni dell'organizzazione 5
Impostazioni configurabili 5
Per aggiornare le impostazioni dell'organizzazione 5
Struttura organizzativa 6
Argomenti correlati 6
Gestione dei membri del team 6
Ruoli dell'organizzazione 6
Ruoli dell'account 7
Ruoli in vetrina 7
Per aggiungere un membro del team 8
Per cambiare il ruolo di un membro del team 8
Per rimuovere un membro del team 8
Note 8
Argomenti correlati 9
Impostazioni di sicurezza 9
Per accedere alle impostazioni di sicurezza 9
Impostazioni disponibili 9
Note 10
Argomenti correlati 10

Configurazione del Single Sign-On per la tua organizzazione 10
Argomenti correlati 10
Modelli Storefront 11
Cosa viene salvato in un modello 11
Per creare un modello da una vetrina 11
Per creare una vetrina a partire da un modello 12
Modelli di condivisione 12
Per modificare il nome di un modello 13
Per eliminare un modello 13
Argomenti correlati 13
Account Marketplace 14
Configurazione dell'account 14
Collegamento del tuo account AWS Marketplace 14
Pannello di controllo dell'account 16
Impostazioni dell’account 17
Annunci 18
Creazione di un elenco SaaS 18
Creazione di una Multi-Product soluzione 20
Utilizzo dei modelli di inserzione 22
Gestione di tag e categorie sui prodotti 23
Impostazione della visibilità delle inserzioni 25
Offerte e convenzioni 26
Creazione di offerte 26
Scaricamento dei PDF delle offerte 28
Visualizzazione degli accordi 29
Visualizzazione degli abbonamenti attivi 31
Gestione della misurazione programmata 33
Co-selling e partner 35
Gestione delle opportunità di co-selling 35
Autorizzazioni di vendita 37
Vetrine 39
Creazione e implementazione di vetrine 39
Creare una vetrina 39
Clonazione di una vetrina 40
Implementazione 42
Collegamento e incorporamento 43

Configurazione del Single Sign-On per una vetrina 44
Argomenti correlati 44
Design e layout 44
Tipi di layout 44
Layout della campagna 46
E-Commerce layout 48
Personalizzazione del colore e del tema 49
Logo e tasto home 50
Informativa sulla privacy 52
Video e proposte di valore 52
Catalogo prodotti 54
Importazione di prodotti 54
Importazione di cataloghi in blocco 56
Categorie e badge 57
Gestione dei tag 58
Drag-and-drop ordinamento dei tag 60
Acquista con AWS 61
Configurazione di Buy With AWS 61
Configurazione del campo 62
Impostazioni della valuta 64
Governance 65
Gruppi e approvazione automatica 65
Policy 67
Segmenti 69
Governance: gestione degli utenti 70
Connettori 74
Panoramica dei connettori 74
Panoramica dei connettori 74
Connettore AWS ACE 76
Connettore AWS ACE 76
HubSpot connettore 79
HubSpot connettore 79
Connettore Slack 81
Connettore Slack 81
Approfondimenti 84
Ricavi fatturati 84

Per visualizzare i ricavi fatturati 84
Filtraggio 84
Visibilità delle colonne 85
Esportazione dei dati 85
Note 85
Argomenti correlati 86
Riscossioni e pagamenti 86
Per visualizzare i pagamenti 86
Tabella dati 86
Filtraggio 87
Note 87
Argomenti correlati 87
Accordi e rinnovi 88
Per visualizzare contratti e rinnovi 88
Tabella di tracciamento dei rinnovi 88
Filtraggio 88
Note 89
Argomenti correlati 89
Utilizzo di filtri e visibilità delle colonne 89
Filtri di data 89
Filtri a colonna 90
Visibilità delle colonne 90
Ordinamento 90
Esportazione di dati filtrati 90
Note 91
Argomenti correlati 91
Concetti 92
Offerte automatizzate 92
Come funzionano le offerte automatizzate 92
Concetti chiave 92
Vantaggi 93
Limitazioni 93
Argomenti correlati 94
Flussi di lavoro di governance e approvazione 94
Componenti di governance 94
Come funziona il flusso di lavoro di approvazione 94

Livelli di configurazione 95
Best practice 96
Argomenti correlati 96
Documentazione AWS Marketplace correlata 97
Documentazione del venditore 97
Documentazione dell'acquirente 98
Documentazione dei partner 98
Cronologia dei documenti 99
..... c

Cos'è AWS Marketplace Storefront?

AWS Marketplace Storefront consente a un partner di lanciare un'esperienza di approvvigionamento brandizzata connessa ad AWS Marketplace, in cui il partner cura un catalogo di prodotti, utilizza funzionalità integrate per automatizzare i flussi di lavoro relativi alle trattative e indirizza le transazioni attraverso un account venditore AWS Marketplace esistente. Una vetrina può mostrare i prodotti di altri partner insieme ai prodotti AWS Marketplace del partner.

Funzionalità chiave

- Vetrine personalizzate: crea vetrine web personalizzate con il tuo marchio, i tuoi colori e il tuo layout per presentare i tuoi prodotti AWS Marketplace.
- Diversi tipi di layout: scegli tra layout Standalone, Embedded o Campaign a seconda del tuo caso d' E-Commerceuso.
- Cura dei prodotti: importa prodotti dal catalogo pubblico di AWS Marketplace o dalle inserzioni del tuo account venditore e organizzali con tag, categorie e badge.
- Acquista con l'integrazione con AWS: consenti agli acquirenti di avviare l'approvvigionamento direttamente dal tuo negozio, inviando le richieste al tuo team per la creazione di offerte.
- Governance e approvazione: configura le politiche di approvazione, i gruppi di acquirenti e le soglie di spesa per controllare i flussi di lavoro di approvvigionamento.
- Integrazioni di connettori: connettiti a sistemi CRM (HubSpot), programmi di co-selling (AWS ACE) e piattaforme di comunicazione (Slack) per l'automazione del flusso di lavoro.
- Role-based controllo degli accessi: gestisci le autorizzazioni del team con ruoli predefiniti a livello di organizzazione, account e vetrina.
- Informazioni e report: monitora le entrate fatturate, gli incassi, gli esborsi e i rinnovi dei contratti.

Chi utilizza Storefront?

Utente	Caso d’uso
Venditori ISV	Crea un catalogo personalizzato dei propri prodotti per la vendita diretta tramite AWS Marketplace

Utente	Caso d’uso
Partner di canale/rivenditori	Crea vetrine multivendor selezionando i prodotti di più venditori per la loro community di acquirenti
Integratori di sistemi	Crea vetrine mirate per verticali, campagne o segmenti di clienti specifici

Come funziona

1. Crea un'organizzazione e collega il tuo account venditore AWS Marketplace.
2. Crea una vetrina scegliendo un layout, importando prodotti e configurando il design.
3. Configura l'approvvigionamento con Buy With AWS, le politiche di governance e i flussi di lavoro di approvazione.
4. Implementa lo storefront per renderlo accessibile agli acquirenti.
5. Gestisci le operazioni in corso tramite connettori, automazione e reportistica.

Servizi correlati

- AWS Marketplace: il marketplace sottostante in cui vengono elencati i prodotti e vengono elaborate le transazioni.
- Offerte private di AWS Marketplace: prezzi personalizzati offerti a determinati acquirenti tramite il flusso di lavoro Buy With AWS di Storefront.

Nozioni di base

Per iniziare a usare AWS Marketplace Storefront, consulta Prerequisiti.

Prerequisiti

Prima di iniziare a utilizzare AWS Marketplace Storefront, assicurati di soddisfare i seguenti requisiti.

Requisiti AWS

- Un account AWS attivo
- (Facoltativo) Registrazione venditore AWS Marketplace. Non è necessario un account venditore per creare e distribuire una vetrina virtuale. Tuttavia, il collegamento di un account venditore ti consente di importare le tue offerte (compresi i prodotti a visibilità limitata) e collegare la tua vetrina al tuo account AWS Marketplace per la gestione delle offerte. Per ulteriori informazioni, consulta Getting started as a seller nella AWS Marketplace Seller Guide.

Requisiti di Storefront

- Un indirizzo email aziendale valido per la registrazione dell'account
- Accesso da amministratore dell'organizzazione (per creare e configurare vetrine)

Requisiti browser

AWS Marketplace Storefront supporta i seguenti browser:

- Google Chrome (ultime due versioni)
- Mozilla Firefox (ultime due versioni)
- Microsoft Edge (ultime due versioni)
- Safari (ultime due versioni)

Requisiti di rete

- Accesso HTTPS (porta 443) alla console di gestione Storefront
- Nessuna restrizione VPN o firewall che blocca i `*.your-storefront-domain.com` domini (per l'anteprima e la distribuzione dello storefront)

Fasi successive

- Creazione del tuo account

Argomenti correlati

- Guida per venditori di AWS Marketplace

Organizations

Gestisci le impostazioni globali, i membri del team, le politiche di sicurezza e i modelli di vetrina riutilizzabili della tua organizzazione.

Impostazioni dell'organizzazione

Le impostazioni dell'organizzazione controllano la configurazione globale del tuo account AWS Marketplace Storefront, inclusi il nome dell'organizzazione e le preferenze generali.

La pagina Impostazioni dell'organizzazione contiene le seguenti schede: Generale, Team, Sicurezza, Configurazione SSO, Avanzato, Connettori e Modello Storefront. La scheda Configurazione SSO è visibile solo ai proprietari.

Per accedere alle impostazioni dell'organizzazione

1. Nell'angolo in alto a destra, scegli l'avatar del tuo profilo, quindi scegli Impostazioni dell'organizzazione.
2. Scegli la scheda Generale.

Impostazioni configurabili

Impostazione	Description
Nome organizzazione	Il nome dell'azienda o del team visualizzato sulla console
Abilita il fuso orario personalizzato (toggle)	Attiva per configurare un fuso orario personalizzato per la tua organizzazione
Fuso orario (menu a discesa)	Fuso orario utilizzato per i report e le notifiche

Per aggiornare le impostazioni dell'organizzazione

1. Nella pagina delle impostazioni dell'organizzazione, modifica i campi desiderati.
2. Scegli Save (Salva).

Le modifiche hanno effetto immediato su tutta la console.

Struttura organizzativa

L'organizzazione è il contenitore di primo livello per:

- Membri del team: persone che gestiscono vetrine e account
- Account Marketplace - Account venditore AWS Marketplace collegati
- Storefronts: i cataloghi brandizzati che crei e distribuisci
- Connettori: integrazioni con sistemi esterni (CRM, ITSM, ecc.)
- Modelli di vetrina virtuale: configurazioni di vetrina riutilizzabili

Argomenti correlati

- the section called “Gestione dei membri del team”
- the section called “Impostazioni di sicurezza”
- Impostazioni di notifica
- the section called “Modelli Storefront”

Gestione dei membri del team

Puoi aggiungere, rimuovere e gestire i membri del team nella tua organizzazione. I membri del team sono le persone che amministrano le vetrine, gestiscono gli account di Marketplace e configurano le impostazioni.

Ruoli dell'organizzazione

I ruoli vengono assegnati per ambito nella finestra di dialogo Modifica utente. Un utente può ricoprire ruoli in più di un ambito. La finestra di dialogo mostra sezioni separate per Organizzazione, Account e Vetrine. Quando si seleziona un ruolo di amministratore, i ruoli impliciti vengono selezionati automaticamente e il sistema disabilita le caselle di controllo implicite. Un utente che si registra automaticamente riceve il ruolo Viewer per impostazione predefinita.

Ruolo	Funzionalità
Owner	Accesso completo all'organizzazione. Ruolo più alto. Almeno un proprietario deve rimanere nell'organizzazione.
Admin	Accesso amministrativo completo a livello di organizzazione.
Visualizzatore	Read-only accesso a livello di organizzazione.

Ruoli dell'account

Ruolo	Funzionalità
Amministratore dell'account	Accesso completo all'account Marketplace connesso. Selezionando Account Admin si selezionano automaticamente Gestione delle inserzioni, Gestione delle offerte e Gestione dei report.
Gestione delle inserzioni	Gestisci i prodotti e le offerte per l'account.
Gestione delle offerte	Gestisci le offerte per l'account.
Gestione dei report	Visualizza i report relativi all'account.

Ruoli in vetrina

Ruolo	Funzionalità
Amministratore di Storefront	Accesso completo alla vetrina. Selezionando Storefront Admin vengono selezionati automaticamente Content Editor e Reporting Management.
Editor di contenuti	Modifica i contenuti della vetrina.
Gestione dei report	Visualizza i report della vetrina virtuale.

Per aggiungere un membro del team

1. Nell'angolo in alto a destra, scegli l'avatar del tuo profilo, scegli Impostazioni dell'organizzazione, quindi scegli la scheda Team.
2. Scegli + Aggiungi utente.
3. Inserisci l'indirizzo e-mail del membro del team.
4. Nella finestra di dialogo Modifica utente, assegna i ruoli per gli ambiti pertinenti. Per concedere l'accesso all'organizzazione, scegli Proprietario, Amministratore o Visualizzatore. Per concedere l'accesso a uno specifico account o vetrina del marketplace, assegna dei ruoli in quelle sezioni.
5. Seleziona Invite (Invita).

Il membro del team riceve un invito via e-mail. Deve creare un account (o accedere con SSO) per accettare l'invito.

Per cambiare il ruolo di un membro del team

1. Nella pagina Team, individua il membro del team.
2. Scegli il menu a discesa Ruolo per quel membro.
3. Scegli il nuovo ruolo.
4. La modifica ha effetto sull'azione successiva del membro.

Per rimuovere un membro del team

1. Nella pagina Team, individua il membro del team.
2. Scegli il menu delle azioni e scegli Rimuovi.
3. Conferma la rimozione.

Il membro perde immediatamente l'accesso all'organizzazione. Le loro sessioni attive vengono interrotte.

Note

- Almeno un proprietario deve rimanere nell'organizzazione in ogni momento.
- La rimozione di un membro non elimina i dati che ha creato (vetrine, inserzioni, ecc.).

- I membri del team possono appartenere a un'unica organizzazione. Per concedere l'accesso a più organizzazioni, utilizza indirizzi e-mail separati.
- Gli inviti in sospeso che non sono stati accettati possono essere revocati dalla pagina Team.

Argomenti correlati

- the section called “Impostazioni dell'organizzazione”
- the section called “Configurazione del Single Sign-On per la tua organizzazione”
- RBAC e ruoli personalizzati

Impostazioni di sicurezza

Le impostazioni di sicurezza consentono di configurare l'autenticazione a due fattori per l'organizzazione.

Per accedere alle impostazioni di sicurezza

1. Nell'angolo in alto a destra, scegli l'avatar del tuo profilo, scegli Impostazioni dell'organizzazione, quindi scegli la scheda Sicurezza.

Impostazioni disponibili

Two-factor authentication

Applica l'autenticazione a due fattori per tutti i membri del team:

1. Abilita Require Two-Factor Authentication per gli utenti.
2. A tutti i membri del team viene richiesto di configurare l'autenticazione a due fattori al successivo accesso.

I membri del team possono completare la configurazione con Google Authenticator o Microsoft Authenticator in circa un minuto.

Note

- Le impostazioni di sicurezza si applicano solo alla console di gestione. Non influiscono sull'accesso degli acquirenti alle vetrine pubblicate.
- Le modifiche alle impostazioni di sicurezza hanno effetto immediato per i nuovi tentativi di accesso. Le sessioni esistenti continuano fino alla scadenza.

Argomenti correlati

- the section called “Configurazione del Single Sign-On per la tua organizzazione”
- the section called “Gestione dei membri del team”

Configurazione del Single Sign-On per la tua organizzazione

Il Single Sign-On (SSO) consente ai membri della tua organizzazione di accedere ad AWS Marketplace Storefront con il tuo provider di identità. AWS Marketplace Storefront supporta Okta e Azure Entra ID. Solo i proprietari delle organizzazioni possono configurare l'SSO.

Per configurare l'SSO dell'organizzazione

1. Scegli l'avatar del tuo profilo nell'angolo in alto a destra, scegli Impostazioni dell'organizzazione, quindi scegli la scheda Configurazione SSO.
2. Attiva Abilita SSO.
3. Per Identity Provider, scegli Okta o Azure Entra ID.
4. Inserisci l'ID cliente e il segreto del cliente dall'applicazione del tuo provider di identità.
5. Per Okta, inserisci il dominio (ad esempio, yourcompany.okta.com). Per Azure Entra ID, inserisci l'ID tenant.
6. Scegli Save (Salva).
7. Scegli Test Connection per verificare la configurazione. La pagina mostra la data dell'ultimo controllo della connessione.

Argomenti correlati

- the section called “Gestione dei membri del team”

- the section called “Impostazioni di sicurezza”

Modelli Storefront

I modelli Storefront consentono di salvare la configurazione di una vetrina come modello riutilizzabile. Puoi quindi creare nuove vetrine a partire da un modello per replicare le impostazioni di progettazione, le selezioni di prodotti e le configurazioni senza configurazioni manuali.

Cosa viene salvato in un modello

Un modello acquisisce:

- Tipo di layout e impostazioni di progettazione (colori, logo, tema)
- Criteri di selezione del prodotto
- Struttura tag
- Configurazione BWA
- Impostazioni del fornitore

Un modello non acquisisce:

- Stato o URL di distribuzione
- Dati analitici
- Cronologia degli ordini
- Configurazione SSO Storefront. Per la configurazione, vedi. the section called “Configurazione del Single Sign-On per una vetrina”
- Politiche di governance (gruppi, segmenti)

Per creare un modello da una vetrina

1. Vai alla pagina con l'elenco delle vetrine.
2. Passa il mouse sul riquadro della vetrina che desideri utilizzare come base per il modello.
3. Scegli i tre punti verticali (altre opzioni) nell'angolo in alto a destra del riquadro.
4. Seleziona Clona.

5. Nella finestra di dialogo Clona, da Cosa vuoi fare? nel menu a discesa, scegli Crea modello di vetrina virtuale.
6. Inserisci un nome per il modello.
7. Scegli Create (Crea).

Il modello viene salvato nella libreria di modelli dell'organizzazione utilizzando la configurazione della vetrina selezionata.

Per creare una vetrina a partire da un modello

1. Scegli l'avatar del tuo profilo nell'angolo in alto a destra, scegli Impostazioni dell'organizzazione, quindi scegli la scheda Storefront Templates.
2. Scegliere il modello che si desidera utilizzare.
3. Inserisci un nome per la nuova vetrina.
4. Scegli Create (Crea).

La nuova vetrina viene creata con tutte le impostazioni del modello preapplicate. Puoi modificare qualsiasi impostazione prima della distribuzione.

Modelli di condivisione

Puoi condividere modelli con altre organizzazioni o membri del team tramite invito via e-mail.

Per condividere un modello

1. Nella pagina Storefront Template, individua il modello.
2. Scegli il menu delle azioni e scegli Invia invito.
3. Nella finestra di dialogo Condividi modello Storefront, inserisci l'indirizzo email del destinatario.
4. Scegli Invia invito.

Il destinatario riceve un'e-mail con un link per importare il modello.

Per importare un modello condiviso

1. Apri il link al modello condiviso contenuto nell'e-mail di invito.
2. Accedi alla tua organizzazione (se non hai già effettuato l'accesso).

3. Scegli Importa modello.
4. Il modello viene aggiunto alla libreria di modelli dell'organizzazione.

Per modificare il nome di un modello

1. Nella pagina Storefront Template, trova il modello che desideri modificare.
2. Scegli il pulsante di modifica.
3. Modifica il nome. Puoi anche aggiungere una descrizione.
4. Scegli Save (Salva).

Per eliminare un modello

1. Nella pagina Storefront Template, individua il modello.
2. Scegli il menu delle azioni e scegli Elimina.
3. Conferma l'eliminazione.

L'eliminazione di un modello non influisce sulle vetrine create a partire da esso.

Argomenti correlati

- Creare una vetrina
- Clonazione di una vetrina
- the section called "Impostazioni dell'organizzazione"

Account Marketplace

Connect e gestisci i tuoi account venditore AWS Marketplace.

Argomenti

- Configurazione dell'account
- Annunci
- Offerte e convenzioni
- Co-selling e partner

Configurazione dell'account

Connect e gestisci i tuoi account venditore AWS Marketplace nella console Storefront.

Collegamento del tuo account AWS Marketplace

Puoi collegare il tuo account venditore AWS Marketplace ad AWS Marketplace Storefront. Il collegamento di un account ti consente di importare i tuoi elenchi di prodotti, creare offerte, gestire accordi e tenere traccia dei dati di misurazione direttamente dalla console Storefront.

Prerequisiti

- Un account venditore AWS Marketplace attivo
- Autorizzazioni AWS IAM per creare CloudFormation stack nel tuo account
- Ruolo di proprietario o amministratore a livello di organizzazione.

Per collegare il tuo account venditore AWS Marketplace

1. Nella finestra principale dell'organizzazione, scegli Crea account.
2. Inserisci il nome dell'account, scegli il provider cloud (AWS) e scegli il tipo di account (venditore). Scegli Continua.
3. Inserisci l'ID del tuo account AWS e scegli Conferma.
4. Scegli Launch Stack. Verrà aperta la CloudFormation console AWS in una nuova scheda.
5. Nella CloudFormation console, esegui il CloudFormation modello. Una volta completata la creazione dello stack, vai alla scheda Output e copia l'ARN del ruolo IAM.

6. Torna alla pagina di configurazione dell'account. Incolla l'ARN del ruolo IAM nella sezione Configurazione e configurazione dell'account venditore.
7. Scegli Start Discovery, quindi scegli Start nella console.
8. Torna alla CloudFormation console. Vai a Risorse e copia l'ARN della chiave DFKMSKey.
9. Torna alla pagina dell'account e incolla l'ARN DFKMSKey nel campo designato.
10. Invia la configurazione dello storage del data feed su AWS Marketplace. Questa operazione è necessaria per l'invio del feed di dati al tuo account.
11. Dopo aver confermato la configurazione del data feed, scegli Continua, quindi scegli Crea account.

Il tuo Account venditore viene visualizzato nel riquadro di navigazione e inizia a sincronizzare i dati del marketplace (inserzioni, offerte, accordi e report).

Cosa consente la connessione

Funzionalità	Senza account	Con account collegato
Importa prodotti del mercato pubblico	Sì	Sì
Importa le tue inserzioni (anche quelle limitate)	No	Sì
Crea offerte private	No	Sì
Visualizza gli accordi e i diritti	No	Sì
Tieni traccia della misurazione e dell'utilizzo	No	Sì
Visualizza esborsi e ricavi	No	Sì
Co-selling /Integrazione ACE	No	Sì

Account multipli

Puoi collegare più account venditore AWS Marketplace a una singola organizzazione. Ogni account appare separatamente nella navigazione e mantiene i propri elenchi, offerte e contratti.

Argomenti correlati

- the section called “Pannello di controllo dell'account”

- the section called “Impostazioni dell’account”
- Creazione di un elenco SaaS

Pannello di controllo dell'account

La dashboard dell'account fornisce una panoramica delle tue attività su AWS Marketplace, inclusi abbonamenti attivi, entrate, opportunità e metriche chiave.

Widget del pannello di controllo

Quando apri un account Marketplace connesso, la dashboard mostra i seguenti widget:

- GSS fatturato
- Offerte private
- Abbonamenti attivi
- Autorizzazioni per rivenditori
- Annunci
- Prove gratuite
- Giorni di vendita eccezionali
- Entrate per i partner
- Tariffa AWS

Grafici riassuntivi aziendali

La scheda Business Overview mostra le schede Private Offers, Active Subscribers e GSS sotto forma di grafico a linee. Il pannello Obiettivi mostra GSS Goal e PO Goal con un'azione Modifica obiettivi.

Per personalizzare la dashboard

Utilizza il selettore del periodo di tempo per modificare l'intervallo di date visualizzato. Il valore T12M rappresenta i 12 mesi finali.

Il pulsante Widget in alto a destra della scheda delle metriche consente di personalizzare i widget visualizzati. Diversi widget mostrano conteggi suddivisi, ad esempio le autorizzazioni dei rivenditori (attive e scadute).

Note

- I dati del pannello di controllo si aggiornano quando si accede alla pagina. Non si aggiorna automaticamente.
- I dati sui ricavi e sui pagamenti potrebbero subire un ritardo di 24-48 ore rispetto a AWS Marketplace.
- Se non è collegato alcun account, la dashboard mostra una richiesta per connettere l'account.

Argomenti correlati

- Collegamento del tuo account AWS Marketplace
- the section called “Impostazioni dell’account”
- Ricavi fatturati

Impostazioni dell’account

Le impostazioni dell'account consentono di configurare i metadati dell'account AWS Marketplace connesso, le preferenze di notifica e l'accesso del team all'interno della console Storefront.

Per accedere alle impostazioni dell'account

Apri l'account connesso, quindi scegli la scheda Impostazioni. La pagina dell'account contiene quattro schede: Notifiche, Metadati, Team e Impostazioni.

Impostazioni generali

Impostazione	Description
Account name (Nome account)	Visualizza il nome di questo account nella console
ID account AWS	L'ID dell'account AWS a 12 cifre (di sola lettura dopo la connessione)
Stato della connessione	Stato attuale della connessione API
Ultima sincronizzazione	Timestamp della sincronizzazione dei dati più recente

Preferenze di notifica

Nella scheda Notifiche, scegli + Aggiungi per creare una regola di notifica. Ogni regola ha un nome, una risorsa e un webhook.

Argomenti correlati

- Collegamento del tuo account AWS Marketplace
- the section called “Pannello di controllo dell'account”
- Gestione dei membri del team

Annunci

Crea e gestisci i tuoi elenchi di prodotti AWS Marketplace dalla console Storefront.

Creazione di un elenco SaaS

Puoi creare un elenco di prodotti SaaS per AWS Marketplace direttamente dalla console Storefront. La procedura guidata per la creazione di elenchi ti guida in ogni fase della configurazione del prodotto.

Prerequisiti

- Un account venditore AWS Marketplace connesso
- Registrazione del venditore approvata da AWS Marketplace
- Ruolo di amministratore dell'account o di gestione delle inserzioni sull'account connesso.

Per creare un'offerta SaaS

1. Nel tuo account connesso, scegli Prodotti.
2. Scegli Aggiungi inserzione.
3. Scegli uno dei seguenti tipi di prodotto:
   - Contratto SaaS
   - Abbonamento SaaS
   - AMI (su base oraria o oraria annuale)
   - Clona l'elenco esistente

I container e i servizi professionali sono visibili ma disabilitati.

4. Completa ogni sezione della procedura guidata per le inserzioni:
5. Controlla il riepilogo dell'inserzione.
6. Scegli Invia per revisione.

L'offerta entra in sospeso mentre AWS Marketplace la esamina. Riceverai una notifica quando viene approvata o se sono necessarie modifiche.

Informazioni generali

- SKU: l'identificatore SKU del prodotto
- Fornitore: il nome del fornitore
- Sito Web: l'URL del sito Web del prodotto
- Titolo - Il nome che gli acquirenti vedono in AWS Marketplace
- Descrizione del prodotto - Descrizione dettagliata del prodotto
- Breve descrizione del prodotto - Breve riassunto del prodotto
- URL del logo del prodotto - URL S3 per il logo del prodotto. Questo campo accetta un URL S3.
- Link al video del prodotto: URL del video di un prodotto

Prezzi

Configura il modello di prezzo per il tuo prodotto SaaS:

- Dimensioni dei prezzi: definisci le unità per cui vengono addebitate le spese agli acquirenti (ad esempio, utenti, chiamate API, GB)
- Termini del contratto: scegli tra le seguenti durate:
  - Mensile
  - 1 anno
  - 2 anni
  - 3 anni

Dopo la pubblicazione del prodotto su Limited, non puoi modificare il numero di dimensioni di prezzo o i nomi delle dimensioni.

Per ulteriori informazioni sui modelli di prezzo, consulta la pagina Pricing nella AWS Marketplace Seller Guide.

Notifications

Nella sezione Notifiche, scegli un valore dal menu a discesa Seleziona notifica (impostazione predefinita: Nessuna).

Note

- La creazione di annunci tramite la console utilizza l'API AWS Marketplace Catalog. Assicurati che il tuo account connesso disponga delle autorizzazioni IAM richieste.
- Puoi salvare una bozza in qualsiasi momento e tornare a completarla in un secondo momento.
- Una volta che un'inserzione è attiva, puoi aggiornarla creando una nuova versione.

Argomenti correlati

- Creare una Multi-Product soluzione
- the section called “Utilizzo dei modelli di inserzione”
- the section called “Gestione di tag e categorie sui prodotti”

Creazione di una Multi-Product soluzione

Un elenco di Multi-Product soluzioni raggruppa più prodotti correlati in un'unica offerta di soluzioni. Gli acquirenti possono scoprire e valutare la soluzione completa da un'unica pagina di inserzione, quindi acquistare i singoli componenti.

Prerequisiti

- Un account venditore AWS Marketplace connesso
- Da 2 a 7 elenchi di prodotti attivi da includere nella soluzione
- Ruolo di amministratore dell'account o di gestione delle inserzioni sull'account collegato.

Per creare una Multi-Product soluzione

1. Nel tuo account connesso, scegli Prodotti.

2. Scegli Crea inserzione.
3. Scegli Multi-Product Solution come tipo di prodotto.
4. Completa ogni sezione:
5. Consulta il riepilogo della soluzione.
6. Scegli Invia per revisione.

Prodotti

Scegli i prodotti che compongono questa soluzione:

1. Scegli Aggiungi prodotto.
2. Cerca e scegli i prodotti dalle tue inserzioni attive.
3. Per ogni prodotto, aggiungi una descrizione del ruolo che spieghi come si inserisce nella soluzione.
4. Disponi i prodotti nell'ordine di visualizzazione.

Casi d’uso

Descrivi in che modo gli acquirenti utilizzano la soluzione:

1. Scegli Aggiungi caso d'uso.
2. Inserisci un titolo e una descrizione per ogni caso d'uso.
3. Aggiungi fino a 3 casi d'uso.

Supporti promozionali

Aggiungi contenuti visivi per mostrare la soluzione:

- Diagramma di architettura: carica un diagramma che mostra come i componenti interagiscono
- Video dimostrativo - Link a un video dimostrativo del prodotto
- Screenshot: carica fino a 5 schermate

Risorse aggiuntive

Link ai materiali di supporto:

- Whitepaper
- Casi di studio
- Guide all'implementazione
- Collegamenti alla documentazione

Note

- I prodotti inclusi in una Multi-Product soluzione devono essere offerte attive su AWS Marketplace.
- L'elenco delle soluzioni non modifica il prezzo o l'approvvigionamento dei singoli prodotti. Gli acquirenti continuano ad acquistare ogni prodotto separatamente.
- È possibile aggiornare i prodotti inclusi in una soluzione dopo la pubblicazione.

Argomenti correlati

- the section called “Creazione di un elenco SaaS”
- the section called “Utilizzo dei modelli di inserzione”
- Condivisione di prodotti

Utilizzo dei modelli di inserzione

I modelli di offerta precompilano i campi comuni durante la creazione di una nuova offerta di prodotti, riducendo i tempi di configurazione per i prodotti che condividono configurazioni simili.

Per utilizzare un modello durante la creazione delle offerte

1. Nel tuo account connesso, scegli Prodotti.
2. Scegli Aggiungi inserzione.
3. Nella parte superiore del modulo Aggiungi inserzione, apri il menu a discesa Modello di ricerca, opzionale, e scegli un modello. La selezione compila il modulo.
4. Compila i campi obbligatori rimanenti e invia.

Modelli disponibili

I modelli si basano su configurazioni di elenchi comuni:

- Elenco SaaS standard
- Usage-based Elenco SaaS
- Elenco SaaS a contratto
- Elenco AMI (base)
- Multi-Product Soluzione

Note

- I modelli precompilano i campi ma non li bloccano. È possibile modificare qualsiasi valore precompilato.
- I modelli vengono gestiti a livello di organizzazione. Contatta il tuo amministratore per richiedere nuovi modelli.

Argomenti correlati

- the section called “Creazione di un elenco SaaS”
- Modelli di vetrina

Gestione di tag e categorie sui prodotti

Puoi assegnare tag e categorie ai tuoi prodotti per migliorare la visibilità nelle vetrine e aiutare gli acquirenti a trovare i prodotti pertinenti.

Tag e categorie

Funzionalità	Tag	Categories
Scope	Storefront-level (specifico per ogni vetrina)	Product-level (si applica a tutte le vetrine)
Scopo	Filtra la navigazione all'interno di una vetrina	Classificazione e ricerca dei prodotti
Assegnazione	Assegnato nella scheda Storefront Tags	Assegnato durante la creazione o la modifica del prodotto

Per assegnare categorie a un prodotto

1. Nel tuo account connesso, scegli Prodotti.
2. Scegli il prodotto da modificare.
3. Nella sezione Generale, imposta la Categoria di prodotto 1 (obbligatoria) e, facoltativamente, la Categoria di prodotto 2 e la Categoria di prodotto 3.
4. Scegli Save (Salva).

Per aggiungere tag personalizzati a un prodotto

I tag personalizzati forniscono metadati aggiuntivi da utilizzare nel filtraggio delle vetrine:

1. Scegli il prodotto da modificare.
2. Scegliere Tags (Tag).
3. Scegli Aggiungi tag e inserisci un nome per il tag (ad esempio, «enterprise», «starter-friendly», «compliance»).
4. Scegli Save (Salva).

Questi tag sono disponibili per l'assegnazione quando si configurano i filtri dei tag storefront.

Dialogo di dialogo

Puoi anche gestire i tag in blocco dalla visualizzazione dell'elenco dei prodotti:

1. Nella pagina Prodotti, scegli uno o più prodotti utilizzando le caselle di controllo.
2. Scegli Gestisci tag dal menu delle azioni.
3. Aggiungi o rimuovi i tag per i prodotti selezionati.
4. Scegli Applica.

Argomenti correlati

- Gestione dei tag
- Categorie e badge
- the section called “Impostazione della visibilità delle inserzioni”

Impostazione della visibilità delle inserzioni

Puoi controllare se un prodotto è visibile pubblicamente su AWS Marketplace o limitato a determinati acquirenti. Le impostazioni di visibilità determinano chi può scoprire e accedere ai tuoi prodotti.

Opzioni di visibilità

Visibilità	Description
Pubblica	Visibile a tutti gli acquirenti su AWS Marketplace e nelle tue vetrine
Limitato	I prodotti limitati sono visibili solo agli account AWS consentiti. Ciò include l'account venditore a cui hai effettuato l'accesso.
Limitato	Gli utenti esistenti possono continuare a utilizzare il prodotto. Il prodotto non è più visibile al pubblico o disponibile per i nuovi utenti.

Per modificare la visibilità del prodotto

1. Nel tuo account connesso, scegli Prodotti.
2. Scegli il prodotto.
3. Scegli Aggiorna visibilità dal menu delle azioni.
4. Nella finestra di dialogo Aggiorna visibilità delle inserzioni, scegli Pubblica, Limitata o Limitata.
5. Scegliere Aggiorna.

Prodotti limitati nelle vetrine

Limited-visibility i prodotti possono ancora essere esposti nelle tue vetrine. Questo è utile per:

- Partner-exclusive prodotti che non dovrebbero apparire sul mercato pubblico di AWS Marketplace
- Pre-launch prodotti condivisi con acquirenti selezionati
- Strumenti interni disponibili solo per la community di acquirenti della tua organizzazione

Per includere prodotti limitati in una vetrina:

1. Apri la scheda Selezione della vetrina.
2. Scegli la scheda sorgente I miei prodotti.
3. I prodotti limitati del tuo account connesso vengono visualizzati qui insieme ai prodotti pubblici.
4. Scegli i prodotti limitati da includere.

Note

- La modifica della visibilità non influisce sugli accordi esistenti o sugli abbonamenti attivi.
- I prodotti limitati sono accessibili tramite un URL diretto anche se non in una vetrina.
- La propagazione delle modifiche alla visibilità su AWS Marketplace può richiedere alcuni minuti.

Argomenti correlati

- Importazione di prodotti
- the section called “Gestione di tag e categorie sui prodotti”
- Condivisione di prodotti

Offerte e convenzioni

Crea offerte private e gestisci contratti, abbonamenti e contatori per il tuo account connesso.

Creazione di offerte

Puoi creare offerte private per acquirenti specifici dalla console Storefront. Le offerte private forniscono prezzi, termini e piani di pagamento personalizzati in base alle esigenze dei singoli acquirenti.

> **Note**
>
> Le offerte private non sono supportate per i prodotti fuori produzione.

Prerequisiti

- Un account venditore AWS Marketplace connesso

- Almeno un elenco di prodotti attivo
- Ruolo di amministratore dell'account o di gestione delle offerte sull'account connesso.

Tipi di offerta

La console fornisce generatori di offerte per ogni modello di prezzo:

Generatore	Description
Contratto SaaS	Fixed-term contratto con quantità definite per dimensione di prezzo
Abbonamento SaaS	Usage-based abbonamento con pagamento in base al consumo
AMI	Amazon Machine Image con prezzi orari o annuali

Per creare un'offerta privata

Il processo di creazione dell'offerta è una procedura guidata in più fasi con i controlli Annulla, Precedente e Avanti.

1. Nel tuo account connesso, scegli Offerte.
2. Scegli Crea offerta.
3. Scegli un valore Select ISV (predefinito Self) e un valore Select Product.
4. Inserisci uno o più ID account AWS acquirente in Acquirente/i - ID account AWS (massimo 24 ID; l'account viene aggiunto automaticamente).
5. Abilita la casella di controllo Flexible Payment Schedule per abilitare le unità fisse e consentire agli acquirenti di pagare questo prodotto a rate.
6. Scegli Avanti per procedere alle fasi successive della procedura guidata relative ai prezzi, alla durata del contratto, all'EULA e ai dettagli dell'offerta.
7. Consulta il riepilogo dell'offerta.
8. Scegli Crea offerta.

L'offerta viene creata in AWS Marketplace e l'acquirente riceve una notifica per esaminarla e accettarla.

Prodotto e prezzi

- Dimensioni dei prezzi: configura quantità e prezzi per dimensione
- Durata del contratto: imposta la durata dell'offerta (mensile, 1 anno, 2 anni, 3 anni)
- Pianificazione dei pagamenti: configura il pagamento anticipato, rateale o su richiesta

Dettagli dell'offerta

- Nome dell'offerta: nome interno per il tracciamento
- Scadenza dell'offerta: data di scadenza dell'offerta, se non accettata
- EULA - Allega il contratto di licenza per l'utente finale (usa standard o personalizzato)
- Campi personalizzati: termini o metadati aggiuntivi

Stati dell'offerta

Stato	Description
Pending (In attesa)	Creato, in attesa di accettazione da parte dell'acquirente
Accettato	L'acquirente ha accettato l'offerta
Scaduto	L'offerta è scaduta prima dell'azione dell'acquirente
Rifiutata	L'acquirente ha rifiutato l'offerta

Argomenti correlati

- Offerte di clonazione
- the section called “Scaricamento dei PDF delle offerte”
- Generatori di offerte

Scaricamento dei PDF delle offerte

Puoi scaricare una versione PDF di qualsiasi offerta privata per la conservazione dei registri, le approvazioni interne o la condivisione con gli acquirenti al di fuori della console AWS Marketplace.

Per scaricare un PDF dell'offerta

1. Scegli Scarica PDF dal menu delle azioni.
2. Nella finestra di dialogo Scarica PDF, i dettagli dell'offerta (panoramica; prezzi e pagamento; informazioni di contatto del cliente) sono inclusi per impostazione predefinita e non possono essere disabilitati.
3. Facoltativamente, scegli Metadati, EULA e Termini di servizio o Istruzioni per l'acquirente.
4. Scegli Scarica.

Casi d’uso

- Flussi di lavoro interni di approvazione: condividi il PDF con i team finanziari o legali prima di inviarlo all'acquirente.
- Conservazione dei registri: archivia le offerte accettate a fini di controllo.
- Comunicazione con l'acquirente: invia il PDF ai contatti dell'acquirente che potrebbero non avere accesso alla console AWS Marketplace.

Note

- I PDF riflettono lo stato dell'offerta al momento del download.
- Se l'offerta viene modificata dopo il download, il PDF diventa obsoleto. Scarica una nuova copia dopo le modifiche.
- La generazione di PDF è disponibile per offerte di qualsiasi stato.

Argomenti correlati

- the section called “Creazione di offerte”
- Offerte di clonazione

Visualizzazione degli accordi

La sezione Contratti mostra tutti gli accordi attivi e storici associati al tuo account AWS Marketplace connesso.

Per visualizzare gli accordi

1. Scegli la scheda Contratti nella barra superiore dell'account (accanto a Offerte, Modelli di offerta, Autorizzazioni di vendita e Pacchetti).
2. L'elenco degli accordi mostra le seguenti colonne:

Colonna
ID dell'accordo
ID dell'offerta
Stato
Offerta accettata il
Data di inizio del contratto
Data di fine del contratto

3. Utilizza le schede di stato (Tutto, Attivo, Scaduto), il campo Cerca e i controlli Sincronizza, Aggiorna ed Esporta per trovare gli accordi.

Visualizzazione dettagliata dell'accordo

Scegli un accordo per aprirne i dettagli in un cassetto laterale. Il cassetto visualizza i seguenti campi:

- ID dell'accordo
- ID dell'offerta
- ID del proponente
- ID accettatore
- Nome dell'offerta
- Nome prodotto
- Stato
- Tipo di contratto
- Durata
- Tipo di prodotto

- Offerta accettata il
- Start Time (Ora di inizio)
- Termina il
- ID prodotto
- Documento EULA
- Rinnovo automatico
- Importo dell'acquisto
- Tariffa di quotazione AWS (%)
- Netto
- Rinnovo

Il cassetto include anche una sezione Metadati.

Argomenti correlati

- the section called “Visualizzazione degli abbonamenti attivi”

Visualizzazione degli abbonamenti attivi

La sezione Metering mostra tutti gli abbonamenti attivi con i dati di utilizzo per i prodotti a pagamento. Opening Metering ti porta alla scheda Abbonamenti attivi.

Per visualizzare gli abbonamenti attivi

1. Nel tuo account connesso, scegli Metering.
2. L'elenco degli abbonamenti mostra le seguenti colonne:

Colonna
ID dell'accordo
ID dell'offerta
ID del proponente

Colonna
ID accettatore
Nome dell'offerta
Nome prodotto

3. Utilizza le schede (Abbonamenti attivi, Tutti, Non riusciti, Verificati, Pianificati) e il campo di ricerca per trovare gli abbonamenti. Scegli + Aggiungi nuovo per aggiungere un record di misurazione.

Visualizzazione dei dettagli dell'abbonamento

La visualizzazione dettagliata mostra:

Sezione	Informazioni
Panoramica di	ID dell'abbonamento, acquirente, prodotto, stato, date
Utilizzo	Utilizzo del periodo corrente per dimensione
Cronologia delle misurazioni	Invii precedenti con data e ora e importi
Fatturazione	Importi fatturati e stato dei pagamenti

Note

- Gli abbonamenti attivi riflettono i dati in tempo reale di AWS Marketplace Metering Service.
- Gli aggiornamenti dei dati di utilizzo vengono inviati sotto forma di record di misurazione (tramite l'applicazione o tramite misurazione pianificata).
- Gli abbonamenti annullati dall'acquirente rimangono visibili con lo stato «Annullato» come riferimento cronologico.

Argomenti correlati

- the section called “Gestione della misurazione programmata”
- the section called “Visualizzazione degli accordi”

Gestione della misurazione programmata

Puoi pianificare gli invii dei contatori per i prodotti basati sull'utilizzo direttamente dalla console Storefront. La misurazione pianificata automatizza il processo di segnalazione dell'utilizzo da parte degli acquirenti su AWS Marketplace.

Per visualizzare le misurazioni pianificate

1. Nel tuo account connesso, scegli Metering.
2. Scegli la scheda Pianificato.
3. L'elenco mostra le seguenti colonne:

Colonna
Identificatore dell'accordo
ID dell'account AWS del cliente
Titolo del prodotto
Orario di inizio del programma
Stato
Record inviati

Per creare una regola di misurazione pianificata

1. Nella scheda Pianificato, scegli + Aggiungi nuovo.
2. Il modulo si apre in linea. Configura i campi seguenti:
   - Titolo del prodotto
   - ID dell'account AWS del cliente
   - ID API Dimension
   - Quantità
3. Utilizza l'interruttore Pianifica per abilitare un invio pianificato una tantum. Usa l'interruttore Pianificazione ricorrente per abilitare gli invii ripetuti a intervalli definiti.

4. Seleziona Invia.

Per modificare una misurazione pianificata

1. Scegli la regola pianificata.
2. Scegli Modifica.
3. Modifica la configurazione.
4. Seleziona Invia.

Per mettere in pausa o riprendere

1. Scegli la regola pianificata.
2. Scegli Pausa per interrompere temporaneamente gli invii o Riprendi per riavviare.

Le regole sospese non inviano i record di misurazione finché non vengono ripristinate.

Gestione degli errori

Se l'invio di una misurazione pianificata fallisce:

- Lo stato cambia in Errore.
- Un messaggio di dettaglio dell'errore indica il motivo (ad esempio, dimensione non valida, abbonamento annullato).
- Riceverai una notifica (se configurata).
- Il sistema riprova al successivo intervallo pianificato a meno che l'abbonamento non sia più valido.

Note

- La misurazione pianificata viene inviata all'AWS Marketplace Metering Service per tuo conto utilizzando le credenziali dell'account connesso.
- I record di misurazione devono essere inviati entro 6 ore dall'evento di utilizzo. Assicurati che la frequenza del tuo programma corrisponda alle tue esigenze di segnalazione.
- Per la misurazione di volumi elevati, prendi in considerazione l'utilizzo dell'API direttamente dalla tua applicazione.

Argomenti correlati

- the section called “Visualizzazione degli abbonamenti attivi”
- Ricavi fatturati

Co-selling e partner

Gestisci le opportunità di co-selling e le autorizzazioni di vendita per i partner di canale.

Gestione delle opportunità di co-selling

Puoi monitorare, aggiornare e gestire le tue opportunità di co-selling dalla pagina Co-Selling Opportunità. La pagina fornisce una panoramica della pipeline di tutte le opportunità.

Per visualizzare le opportunità

1. Nel tuo account connesso, scegli Co-Selling Opportunità.
2. La tabella delle opportunità mostra le seguenti colonne:
   - Origine
   - Stato
   - Stage
   - ID opportunità
   - Nome dell'azienda del cliente
   - Titolo del progetto
3. Utilizza il menu a discesa Tutte le opportunità per filtrare; la colonna Origine mostra se un'opportunità è AWS-originated stata creata da un partner.
4. I filtri disponibili sono:
   - Cerca
   - Il menu a discesa Tutte le opportunità
   - Sync
   - Aggiorna
5. I valori di stato sono: In attesa di invio, Inviato e Approvato.

Per visualizzare ulteriori dettagli

La visualizzazione dettagliata delle opportunità include:

- Cronologia delle attività: cronologia dei cambiamenti di fase e degli aggiornamenti
- Feedback AWS: commenti o linee guida di AWS (per le opportunità accettate)
- Offerte correlate - Offerte private create per questa opportunità
- Contatti: clienti e contatti AWS associati

Pipeline di opportunità

Il riepilogo della pipeline nella parte superiore della pagina Co-Selling Opportunità mostra le seguenti schede:

- Tutte le opportunità
- Originato da AWS
- Originato dal partner
- Ricavi stimati dalla pipeline
- Percentuale WIN
- Tasso di convalida

Note

- Le opportunità sincronizzate con ACE seguono le regole del programma di co-selling di AWS. Consulta il contratto di partnership per i requisiti di idoneità.
- Le opportunità ricevute (da AWS) possono includere vantaggi di riferimento o offerte di supporto tecnico.
- L'archiviazione di un'opportunità la rimuove dalla visualizzazione attiva ma la conserva per la creazione di report.

Argomenti correlati

- Creazione di opportunità di co-selling
- Connettore AWS ACE
- Automazione di Co-selling

Autorizzazioni di vendita

Le autorizzazioni di vendita ti consentono di autorizzare i partner di canale a rivendere i tuoi prodotti attraverso le proprie vetrine o direttamente ai loro acquirenti tramite Channel Partner Private Offers (CPPO).

Per visualizzare le autorizzazioni di vendita

1. Nel tuo account connesso, scegli Autorizzazioni di vendita.
2. L'elenco mostra:
   - ID di autorizzazione
   - Nome partner e ID account AWS
   - Product name (Nome del prodotto)
   - Stato (attivo, scaduto, revocato)
   - Data di autorizzazione
   - Data di scadenza

Per creare un'autorizzazione alla vendita

1. Scegli Crea autorizzazione.
2. Compila il modulo:
   - ID account AWS partner: l'ID dell'account AWS a 12 cifre del rivenditore
   - Prodotto: seleziona il prodotto da autorizzare alla rivendita
   - Prezzi: imposta il prezzo all'ingrosso o lo sconto per il partner
   - Durata: per quanto tempo è valida l'autorizzazione
   - Termini - Eventuali termini o restrizioni di rivendita aggiuntivi
3. Scegli Create (Crea).

Il partner riceve una notifica e può iniziare a creare CPPO per il tuo prodotto.

Gestione delle autorizzazioni

- Revoca: annulla un'autorizzazione attiva. Il partner non può più creare nuovi CPPO, ma gli accordi esistenti rimangono attivi.

- Estendi: estende la data di scadenza di un'autorizzazione.
- Modifica: modifica i prezzi o i termini (si applica solo ai futuri CPPO).

Note

- Le autorizzazioni di vendita sono gestite tramite l'API AWS Marketplace Catalog. Assicurati che il tuo account connesso disponga delle autorizzazioni richieste.
- Per ulteriori informazioni sul funzionamento del CPPO, consulta la sezione Channel Partner Private Offers nella AWS Marketplace Seller Guide.

Argomenti correlati

- Creazione di offerte
- Collegamento del tuo account AWS Marketplace

Vetrine

Crea, progetta, configura e distribuisci vetrine.

Una vetrina può mostrare i prodotti di altri partner insieme ai tuoi prodotti AWS Marketplace.

Argomenti

- Creazione e implementazione di vetrine
- Configurazione del Single Sign-On per una vetrina
- Design e layout
- Catalogo prodotti
- Acquista con AWS
- Governance

Creazione e implementazione di vetrine

Crea, clona, distribuisci e collega vetrine per pubblicare il tuo catalogo per gli acquirenti.

Creare una vetrina

Puoi creare una nuova vetrina per curare e pubblicare un catalogo di prodotti AWS Marketplace per i tuoi acquirenti. Ogni vetrina è una pagina Web dedicata e brandizzata in cui gli acquirenti consultano, valutano e acquistano prodotti tramite AWS Marketplace.

Prerequisiti

- Un'organizzazione AWS Marketplace Storefront attiva
- Almeno un account venditore AWS Marketplace connesso
- Ruolo di proprietario o amministratore a livello di organizzazione, più Storefront Admin nella vetrina di destinazione.

Per creare una vetrina

1. Nel riquadro di navigazione, scegli Account e vetrine.
2. Scegli Crea vetrina.

3. Inserisci un nome per la vetrina.
4. (Facoltativo) Attiva Usa GenAI per creare una vetrina virtuale per generare automaticamente i contenuti iniziali.
5. Scegli Create (Crea).

   La vetrina viene creata in stato di bozza. Ora puoi configurare design, prodotti, tag e impostazioni di distribuzione.

Fasi successive

Dopo aver creato una vetrina, in genere:

- Configura il design e il layout
- Importa i prodotti nel tuo catalogo vetrina
- Imposta tag e filtri per la navigazione
- Configura Acquista con AWS per l'approvvigionamento
- Implementa lo storefront

Argomenti correlati

- the section called “Clonazione di una vetrina”
- Tipi di layout

Clonazione di una vetrina

Puoi clonare una vetrina esistente per crearne una copia con le stesse impostazioni di progettazione, selezioni di prodotti e configurazione. La clonazione è utile quando devi creare una vetrina simile per un pubblico o un'area geografica diversa senza iniziare da zero.

Prerequisiti

- Una vetrina esistente nella tua organizzazione
- Ruolo di amministratore di Storefront nella vetrina di origine.

Per clonare una vetrina

1. Nel riquadro di navigazione, scegli Account e vetrine.
2. Individua la vetrina che desideri clonare.
3. Scegli il menu delle azioni sulla scheda Storefront, quindi scegli Clona.

   Il menu delle azioni su una scheda Storefront contiene Modifica, Clona ed Elimina.
4. Inserisci un nome per la vetrina clonata.
5. Seleziona Clona.

   La nuova vetrina viene creata in stato di bozza con tutte le impostazioni copiate dalla vetrina di origine. È possibile modificare qualsiasi impostazione prima della distribuzione.

Cosa viene clonato

Le seguenti impostazioni vengono copiate nella nuova vetrina:

- Tipo di layout e configurazione del design
- Tema e marchio a colori
- Selezioni di prodotti
- Struttura e filtri dei tag
- Configurazione BWA (Acquista con AWS)
- Impostazioni del fornitore

Cosa non viene clonato

- Stato della distribuzione (il clone inizia nella bozza)
- Dati analitici
- Cronologia degli ordini
- Configurazione SSO Storefront (deve essere riconfigurata). Per la configurazione, vedere. the section called “Configurazione del Single Sign-On per una vetrina”

Argomenti correlati

- the section called “Creare una vetrina”

- Modelli di vetrina

Implementazione

Dopo aver configurato il design, i prodotti e le impostazioni della vetrina, la distribuisci per renderla accessibile agli acquirenti. Deployment pubblica la vetrina all'URL configurato.

Stati della vetrina

Stato	Description
Draft	Storefront è in fase di configurazione. Non accessibile agli acquirenti.
Deployed (Distribuito)	Storefront è attivo e accessibile al suo URL.
Disabilitato	Storefront era distribuito in precedenza, ma ora è offline.

Per implementare una vetrina

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Checkout & Deployment.
2. Attiva l'interruttore Distribuisci la tua vetrina, quindi scegli Salva.
3. La vetrina diventa accessibile all'indirizzo. `https://<name>.storefront.marketplace.aws.com`

URL della vetrina

Per impostazione predefinita, la vetrina è accessibile all'indirizzo:

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

Il sottodominio deriva dal nome della vetrina.

Utilizza il campo Aggiorna dominio per modificare il sottodominio dell'URL della vetrina.

I seguenti controlli sono disponibili per l'URL della vetrina:

- Apri link: apre l'URL della vetrina in una nuova scheda del browser.

- Copia link: copia l'URL della vetrina negli appunti.
- Condividi link: genera un link condivisibile da distribuire agli acquirenti o alle parti interessate.

Acquista con AWS toggles

Nella scheda Checkout & Deployment, l'interruttore Acquista con AWS abilita l'opzione Acquista con AWS per lo storefront. L'interruttore Acquista con AWS controlla se visualizzare o meno il banner Acquista con AWS. Per impostazione predefinita, entrambi gli interruttori sono abilitati.

Per disabilitare una vetrina

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Checkout & Deployment.
2. Disattiva l'interruttore Deploy your storefront, quindi scegli Salva.
3. La vetrina viene messa offline. Gli acquirenti che visitano l'URL visualizzano un messaggio non disponibile.

Puoi ridistribuire una vetrina disattivata in qualsiasi momento senza perdere la configurazione.

Aggiornamento di una vetrina live

Le modifiche apportate a una vetrina distribuita (design, prodotti, tag) hanno effetto immediatamente dopo il salvataggio. Non è prevista una fase di ridistribuzione separata. Gli acquirenti vedono gli aggiornamenti non appena li salvi.

Argomenti correlati

- the section called “Creare una vetrina”
- the section called “Collegamento e incorporamento”
- the section called “Configurazione del Single Sign-On per una vetrina”

Collegamento e incorporamento

Puoi gestire le relazioni tra le inserzioni per la tua vetrina virtuale nella scheda Collegamenti.

Gestione delle relazioni tra le inserzioni

Nella scheda Collegamenti, scegli Aggiungi nuovo link per gestire le relazioni tra le inserzioni. L'elenco delle inserzioni collegate all'elenco principale mostra le inserzioni collegate.

Argomenti correlati

- the section called “Implementazione”
- Tipi di layout

Configurazione del Single Sign-On per una vetrina

Puoi abilitare il Single Sign-On (SSO) in modo che gli acquirenti accedano a una vetrina con il tuo provider di identità. AWS Marketplace Storefront supporta Okta e Azure Entra ID.

Per configurare storefront SSO

1. Apri lo storefront, quindi scegli la scheda Configurazione SSO.
2. Attiva Abilita SSO.
3. Per Identity Provider, scegli Okta o Azure Entra ID.
4. Inserisci il Client ID e il Client Secret dall'applicazione del tuo provider di identità.
5. Per Okta, inserisci il dominio. Per Azure Entra ID, inserisci l'ID tenant.
6. Scegli Save (Salva).
7. Scegli Test Connection per verificare la configurazione.

Argomenti correlati

- the section called “Implementazione”
- the section called “Configurazione del Single Sign-On per la tua organizzazione”

Design e layout

Scegli un tipo di layout e personalizza le sezioni relative al design, al branding e ai contenuti della vetrina.

Tipi di layout

Quando crei una vetrina, scegli un tipo di layout che determina la struttura, l'aspetto e il modello di distribuzione. Ogni tipo di layout è progettato per un caso d'uso specifico.

Tipi di layout disponibili

In Stile di layout, sono disponibili le seguenti opzioni:

Autonomo

Una vetrina a pagina intera distribuita su un dominio o sottodominio dedicato. Usa questo layout quando desideri una vetrina indipendente che funzioni come destinazione web indipendente.

Embedded

Una vetrina progettata per integrarsi all'interno di una pagina Web esistente tramite un iframe. Questo layout preserva l'attuale architettura del sito Web aggiungendo funzionalità di commercio a una sezione designata.

E-commerce

Un layout a griglia di prodotti con un'esperienza di navigazione in stile shopping. Questo layout include una sezione banner e riquadri di prodotti ottimizzati per cataloghi ad alto volume.

Campagna

Un layout di landing page ottimizzato per la generazione di domanda e il marketing mirato. Questo layout include sezioni dedicate agli eroi, caratteristiche salienti dei prodotti, sezioni dedicate alle risorse ed elementi di proposta di valore.

Modifica del tipo di layout

È possibile modificare il tipo di layout in qualsiasi momento prima o dopo la distribuzione. Quando modifichi il tipo di layout, la vetrina si ristruttura in base al nuovo layout. Le selezioni dei prodotti e le configurazioni dei tag vengono mantenute.

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Design.
2. In Stile di layout, scegli un'opzione di layout diversa.
3. Scegli Save (Salva).

Filtra gli stili del pannello

In Opzioni, il controllo Filtri offre Compact e Accordion. Il controllo delle dimensioni dei prodotti offre Small, Medium e Large.

Dimensioni delle piastrelle del prodotto

Puoi controllare le dimensioni dei riquadri dei prodotti nella home page del negozio:

- Piccoli: riquadri compatti, più prodotti visibili per riga.
- Medio: dimensione del riquadro bilanciata (impostazione predefinita).
- Grande: piastrelle prominenti con maggiori dettagli visibili.

Argomenti correlati

- Creazione di una vetrina
- the section called “Personalizzazione del colore e del tema”
- the section called “Layout della campagna”
- the section called “E-Commerce layout”

Layout della campagna

Il layout Campaign crea una vetrina in stile landing page ottimizzata per la generazione della domanda, il lancio di prodotti e le campagne di marketing. Include sezioni configurabili per contenuti dedicati agli eroi, prodotti in evidenza, video, proposte di valore e risorse.

Sezioni relative al layout della campagna

Una vetrina di Campaign è composta dalle seguenti sezioni, ciascuna configurabile in modo indipendente:

Sezione Hero

L'area del banner superiore che fornisce la prima impressione ai visitatori.

- Titolo: messaggio principale
- Sottotitolo - Testo di supporto
- URL del banner: carica o fornisci un URL per l'immagine del banner
- URL della favicon: carica o fornisci un URL per la favicon

Logo

La configurazione del logo per l'intestazione del layout Campaign. Vedi the section called “Logo e tasto home” per i dettagli del campo.

Tasto Home

La configurazione del pulsante home per l'intestazione del layout Campaign. Vedi the section called “Logo e tasto home” per i dettagli del campo.

Sezione del prodotto

La sezione Prodotto ha un campo di intestazione della sezione; il valore predefinito è Prodotti in evidenza.

Video e proposta di valore

Una sezione opzionale per comunicare i principali vantaggi tramite video e messaggistica strutturata.

- URL di incorporamento del video: incorpora un video (YouTube, Vimeo o URL diretto)
- Proposta di valore: fino a 4 dichiarazioni di beneficio con icone o brevi descrizioni

Per ulteriori informazioni, consulta the section called “Video e proposte di valore”.

Sezione Risorse

Una sezione per collegare contenuti esterni come white paper, case study o documentazione. Ogni scheda delle risorse contiene i seguenti campi:

- Titolo
- Descrizione
- Etichetta del link
- URL del collegamento

Per configurare il layout di una campagna

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Design.
2. Scegli Campaign come stile di layout.
3. Configura ogni sezione utilizzando i pannelli del modulo visualizzati:

- Completa i campi della sezione Hero
- Configura la sezione Prodotto
- (Facoltativo) Aggiungi un URL incorporato nel video e le voci relative alla proposta di valore
- (Facoltativo) Aggiungi risorse

4. Scegli Save (Salva).
5. Visualizza l'anteprima della vetrina per verificare il layout prima della distribuzione.

Argomenti correlati

- the section called “Tipi di layout”
- the section called “Video e proposte di valore”
- the section called “Personalizzazione del colore e del tema”

E-Commerce layout

Il E-Commerce layout offre un'esperienza di navigazione basata sulla griglia dei prodotti con una sezione banner, ottimizzata per vetrine con cataloghi di grandi dimensioni in cui gli acquirenti confrontano e valutano più prodotti.

E-Commerce caratteristiche di layout

- Sezione banner: un'area di intestazione configurabile con branding e messaggi
- Griglia di prodotti: una griglia reattiva di riquadri di prodotti con filtraggio e ordinamento
- Barra laterale dei filtri: filtro basato su categorie e tag per una navigazione rapida
- Ricerca: Full-text cerca tra titoli e descrizioni dei prodotti

Per configurare un E-Commerce layout

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Design.
2. Scegli Ecommerce come stile di layout.
3. Configura la sezione Banner:
   - Titolo principale: il testo dell'intestazione principale del banner
   - Messaggio di benvenuto: testo di supporto visualizzato sotto il titolo

- Dimensione della sovrapposizione del titolo (%): la percentuale di larghezza del banner occupata dal titolo
- Allineamento del titolo: posiziona il titolo a sinistra, al centro o a destra

4. Configura le impostazioni della griglia del prodotto:
   - Scegli la dimensione predefinita del riquadro del prodotto (piccolo, medio o grande)
   - Configura il numero di prodotti per riga
   - Abilita o disabilita la visualizzazione dei prezzi sui riquadri
5. Scegli Save (Salva).

Quando usare il E-Commerce layout

Usa questo layout quando:

- Il tuo catalogo contiene molti prodotti
- Gli acquirenti devono sfogliare, confrontare e filtrare tra le categorie
- Desideri un'esperienza di acquisto familiare con un numero minimo di sezioni di contenuti personalizzate

Per le vetrine con meno prodotti o in cui i messaggi di marketing sono più importanti, prendi in considerazione il layout Campaign o il layout Standalone.

Argomenti correlati

- the section called “Tipi di layout”
- Importazione di prodotti
- Categorie e badge

Personalizzazione del colore e del tema

Puoi personalizzare la tavolozza dei colori della tua vetrina in modo che corrisponda al marchio della tua organizzazione. Accedi alla sezione Colori della scheda Design per configurare i colori della vetrina.

Elementi di colore configurabili

I seguenti elementi di colore sono configurabili:

- Colore primario
- Colore del pulsante
- Colore del titolo

Per personalizzare i colori

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Design.
2. Scorri fino alla sezione Colori.
3. Per ogni elemento di colore, scegli il quadrato colorato per aprire il selettore di colori. Il selettore di colori fornisce un gradiente HSV e un cursore di tonalità.
4. Scegliete Salva per applicare il colore.

Best practice

- Mantieni un contrasto sufficiente tra i colori del testo e dello sfondo per garantire la leggibilità.
- Usa il colore principale del marchio della tua organizzazione per l'impostazione Colore principale.
- Prova i colori su finestre desktop e mobili.

Argomenti correlati

- the section called “Tipi di layout”
- the section called “Logo e tasto home”

Logo e tasto home

Puoi configurare un logo e un pulsante home personalizzati per l'intestazione della vetrina. Il logo rappresenta il marchio della tua organizzazione e il pulsante home consente di tornare alla pagina principale del negozio o a un URL esterno.

Per configurare il logo

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Design.
2. Nella sezione Logo, inserisci l'URL del logo. Incolla l'URL o scegli Carica per caricare un'immagine.
3. Scegli Save (Salva).

Il logo appare nell'angolo in alto a sinistra dell'intestazione della vetrina.

Requisiti del logo

- Formato: PNG, SVG o JPEG
- Dimensioni consigliate: 50-200 x 50 px.
- Deve essere ospitato su un URL accessibile pubblicamente (HTTPS)

Per configurare il pulsante home

Il pulsante home viene visualizzato nell'intestazione della vetrina e fornisce una destinazione cliccabile.

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Design.
2. Nella sezione Home Button, configura i seguenti campi:
   - URL di reindirizzamento del logo: l'URL di destinazione quando gli acquirenti scelgono il logo
   - Apri in una scheda esistente: se abilitata, il link si apre nella scheda corrente del browser anziché in una nuova scheda
3. Scegli Save (Salva).

Argomenti correlati

- the section called “Personalizzazione del colore e del tema”
- the section called “Tipi di layout”
- the section called “Informativa sulla privacy”

Informativa sulla privacy

La sezione Informativa sulla privacy ha un pulsante di attivazione e tre campi: URL dell'informativa sulla privacy; Disclaimer a piè di pagina; Dichiarazione di non responsabilità del modulo.

Per configurare l'informativa sulla privacy

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Design.
2. Nella sezione Informativa sulla privacy, utilizza l'interruttore per abilitare la funzione, quindi completa i seguenti campi:
   - URL dell'informativa sulla privacy: inserisci un link alla pagina dell'informativa sulla privacy della tua organizzazione.
   - Dichiarazione di non responsabilità a piè di pagina: inserisci il testo del disclaimer per il piè di pagina della vetrina.
   - Dichiarazione di non responsabilità del modulo: inserisci il testo della dichiarazione di non responsabilità visualizzato nei moduli.
3. Scegli Save (Salva).

Note

- Si consiglia di fornire un'informativa sulla privacy per tutte le vetrine che raccolgono informazioni sugli acquirenti o utilizzano i cookie.
- L'URL dell'informativa sulla privacy deve essere accessibile pubblicamente (HTTPS).
- Il link si apre in una nuova scheda del browser quando gli acquirenti lo scelgono.

Argomenti correlati

- the section called “Logo e tasto home”
- Implementazione

Video e proposte di valore

Puoi aggiungere contenuti video e dichiarazioni di valore strutturate alla tua vetrina. Questi elementi aiutano a comunicare i vantaggi agli acquirenti e sono disponibili nei tipi di layout Campaign e Standalone.

Sezione Value Proposition

Usa l'interruttore a destra per abilitare o disabilitare questa sezione.

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Design.
2. Nella sezione Value Proposition, inserisci l'URL di incorporamento del video.

   Fonti supportate:

   - YouTube (incorpora il formato URL)
   - Vimeo
   - URL diretto del file video (MP4)
3. Scegli Save (Salva).

Il video viene visualizzato come lettore incorporato nella sezione designata della vetrina.

Aggiungere proposte di valore

Le proposte di valore sono brevi dichiarazioni dei benefici visualizzate accanto al video o in una sezione dedicata. Ti spiegano perché gli acquirenti dovrebbero utilizzare la tua vetrina.

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Design.
2. Nella sezione Value Proposition, aggiungi fino a 4 voci. Per ogni voce:
   - Titolo: un breve titolo
   - Descrizione: una o due frasi che spiegano il vantaggio
3. Scegli Save (Salva).

Comportamento dello schermo

- Nei layout Campaign, le proposte di valore vengono visualizzate in una sezione dedicata sotto l'eroe e il video.
- Nei layout Standalone, le proposte di valore vengono visualizzate sotto la sezione del catalogo dei prodotti.
- Nei layout Embedded e nei E-Commerce layout, le proposte di valore non vengono visualizzate.

Argomenti correlati

- the section called “Layout della campagna”
- the section called “Tipi di layout”

Catalogo prodotti

Aggiungi prodotti alla tua vetrina e organizzali con categorie, badge e tag.

Importazione di prodotti

Puoi aggiungere prodotti alla tua vetrina dal catalogo pubblico di AWS Marketplace, dalle inserzioni del tuo account venditore o creando voci personalizzate.

Fonti dei prodotti

Origine	Description
AWS Marketplace	Sfoglia e scegli tra gli elenchi di AWS Marketplace disponibili pubblicamente
Le mie inserzioni	Scegli tra i prodotti del tuo Account venditore collegato, comprese le inserzioni a visibilità limitata
Personalizzato	Crea manualmente inserzioni di prodotti o inserzioni di gruppo

Per importare prodotti dal mercato pubblico

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Selezione.
2. Scegli la scheda AWS Marketplace dalla riga Marketplace Cards nella scheda Selezione.
3. Sfoglia o cerca prodotti. Utilizza la barra di ricerca e le sezioni del filtro a sinistra per restringere i risultati. Sono disponibili le seguenti sezioni di filtro:
   - TAG E FILTRI
   - FILTRI AWS
   - FILTRI DELLE MIE INSERZIONI

Utilizza la casella di controllo Mostra solo i prodotti selezionati per visualizzare solo i prodotti che hai già scelto.

4. Per ogni prodotto che desideri aggiungere, scegli Usa questo prodotto nella scheda prodotto.
5. I prodotti selezionati vengono visualizzati automaticamente nel catalogo della vetrina virtuale.

Per importare dal tuo account venditore

1. Nella scheda Selezione, utilizza la sezione I FILTRI DELLE MIE INSERZIONI nella barra a sinistra per filtrare i prodotti in base al tuo Account venditore. Questa è una sezione di filtro, non una scheda separata.
2. Vengono visualizzati i prodotti del tuo Account venditore collegato, comprese le inserzioni a visibilità limitata che non sono ricercabili pubblicamente.
3. Scegli Usa questo prodotto nella scheda prodotto per ogni prodotto da includere nella tua vetrina.

Per creare voci personalizzate

1. Scegli la scheda Personalizzato.
2. Scegli Aggiungi prodotto per creare una voce manuale nell'inserzione dell'inserzione.
3. Inserisci i dettagli del prodotto (nome, descrizione, URL dell'immagine, link).
4. Scegli Save (Salva).

Prerequisiti

- Per accedere a I miei annunci, devi avere un account venditore AWS Marketplace connesso. Vedi Collegamento del tuo account AWS Marketplace.
- I prodotti del marketplace pubblico sono disponibili senza un account venditore.

Argomenti correlati

- the section called “Importazione di cataloghi in blocco”
- Prodotti consigliati
- the section called “Categorie e badge”

Importazione di cataloghi in blocco

Puoi importare più prodotti nella tua vetrina contemporaneamente utilizzando un file CSV. Ciò è utile quando devi aggiungere un gran numero di prodotti o migrare un catalogo esistente.

Modello CSV

Scarica il modello CSV dal pannello Aggiornamento in blocco nella scheda Selezione.

Per importare prodotti in blocco

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Selezione.
2. Nella scheda Selezione, scorri fino al pannello Aggiornamento in blocco e scegli Scarica modello per scaricare il file CSV.
3. Dopo aver completato il file CSV, scegli Carica file.
4. Il sistema convalida il file CSV e visualizza un'anteprima dei prodotti da importare.
5. Controlla l'anteprima e scegli Importa.

I prodotti importati vengono aggiunti al catalogo della vetrina virtuale.

Requisiti del formato CSV

- Il formato supportato è CSV.
- La prima riga deve contenere le intestazioni di colonna corrispondenti al modello
- Le colonne obbligatorie variano in base al marketplace (fai riferimento al modello scaricato)
- Gli identificativi dei prodotti devono corrispondere alle offerte dei marketplace esistenti
- Per set di dati di grandi dimensioni, suddividi i dati in più file.

Gestione degli errori

Se il file CSV contiene righe non valide:

- Le righe valide vengono importate correttamente.
- Le righe non valide sono elencate in un riepilogo degli errori con il motivo dell'errore.
- È possibile correggere gli errori e reimportare le righe non riuscite.

Argomenti correlati

- the section called “Importazione di prodotti”
- the section called “Categorie e badge”
- the section called “Gestione dei tag”

Categorie e badge

Puoi organizzare i prodotti nella tua vetrina utilizzando categorie e badge. Le categorie raggruppano i prodotti correlati per la navigazione e i badge forniscono indicatori visivi che evidenziano gli attributi del prodotto.

Categories

Le categorie vengono visualizzate nel pannello dei filtri del negozio e aiutano gli acquirenti a navigare tra i cataloghi di grandi dimensioni.

Per creare una categoria

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Selezione.
2. Scegli Gestisci categorie.
3. Scegli Aggiungi categoria.
4. Inserisci il nome della categoria e la descrizione opzionale.
5. Scegli Save (Salva).

Per assegnare prodotti alle categorie

1. Scegli un prodotto nel catalogo.
2. Nel pannello dei dettagli del prodotto, scegli Categorie.
3. Scegli una o più categorie dall'elenco.
4. Scegli Save (Salva).

I prodotti possono appartenere a più categorie.

Distintivi

I badge sono etichette visive che appaiono sui riquadri dei prodotti in vetrina. Utilizza i badge per evidenziare attributi come «Nuovo», «In primo piano», «Miglior rapporto qualità-prezzo» o etichette personalizzate.

Per creare un badge

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Selezione.
2. Scegli Gestisci badge.
3. Scegli Aggiungi badge.
4. Configura il badge:
   - Etichetta: testo visualizzato sul badge
   - Colore: colore di sfondo del badge
5. Scegli Save (Salva).

Per assegnare badge ai prodotti

1. Scegli un prodotto nel catalogo.
2. Nel pannello dei dettagli del prodotto, scegli Badge.
3. Scegli uno o più badge da visualizzare nel riquadro del prodotto.
4. Scegli Save (Salva).

Argomenti correlati

- the section called “Importazione di prodotti”
- the section called “Gestione dei tag”

Gestione dei tag

I tag forniscono un sistema di filtraggio flessibile per la tua vetrina. Gli acquirenti utilizzano i tag per restringere il catalogo dei prodotti in base ad attributi quali categoria, caso d'uso, settore o modello di implementazione.

Tag: struttura delle schede

La scheda Tag ha due sezioni affiancate, l'elenco dei tag (con Aggiungi tag e Importa) e l'elenco delle categorie dei tag (con Aggiungi categoria e Importa), più una tabella di relazioni tra tag e categorie nella parte inferiore.

Per creare un tag

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Tag.
2. Scegliere Add Tag (Aggiungi tag).
3. Inserisci il nome del tag.
4. Scegli Save (Salva).

Per assegnare tag ai prodotti

1. Nella scheda Tag, individua il tag che desideri compilare.
2. Trascina i prodotti dall'elenco dei prodotti senza tag nel contenitore dei tag. In alternativa, scegli il tag e scegli i prodotti dalla finestra di dialogo di assegnazione.
3. I prodotti vengono visualizzati immediatamente sotto quel tag nel pannello dei filtri della vetrina.

Per modificare un tag

Scegli l'icona a forma di matita in linea accanto al nome del tag per modificarlo. Modifica il nome o i prodotti assegnati, quindi scegli Salva.

Come Per eliminare un tag

Scegli l'icona del cestino in linea accanto al tag per eliminarlo. I prodotti precedentemente assegnati a questo tag rimangono nel catalogo ma non sono più associati al tag eliminato.

Visualizzazione dei tag nella vetrina

- I tag vengono visualizzati nella barra laterale dei filtri del negozio.
- Gli acquirenti possono scegliere uno o più tag per filtrare il catalogo.
- L'ordine dei tag nel pannello dei filtri è determinato dall'ordinamento mediante trascinamento. Per informazioni, consulta the section called “Drag-and-drop ordinamento dei tag”.

Argomenti correlati

- the section called “Drag-and-drop ordinamento dei tag”
- the section called “Categorie e badge”

Drag-and-drop ordinamento dei tag

Puoi controllare l'ordine in cui i tag appaiono nel pannello dei filtri del negozio trascinandoli e rilasciandoli nella sequenza preferita.

Per riordinare i tag

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Tag.
2. Tieni premuta la maniglia di trascinamento (l'icona a sei punti a sinistra di una carta), trascina la carta nella nuova posizione, quindi rilascia.
3. Il nuovo ordine viene salvato automaticamente.

La riga System Tags è bloccata e non può essere riordinata.

In che modo gli ordini influiscono sulla vetrina

- I tag vengono visualizzati nel pannello dei filtri nell'ordine configurato.
- Il primo tag dell'elenco viene visualizzato nella parte superiore del pannello dei filtri.
- Gli acquirenti vedono i tag in questo ordine esatto quando navigano nella vetrina.

Suggerimenti

- Posiziona i tag più importanti o usati di frequente in alto.
- Raggruppa i tag correlati.
- Il riordino non influisce sull'assegnazione dei prodotti. I prodotti rimangono etichettati indipendentemente dall'ordine dei tag.

Argomenti correlati

- the section called “Gestione dei tag”

- the section called “Categorie e badge”

Acquista con AWS

Configura il widget di approvvigionamento Buy With AWS, i campi del modulo e le impostazioni della valuta.

Configurazione di Buy With AWS

Buy With AWS (BWA) è il widget di approvvigionamento che consente agli acquirenti di avviare acquisti direttamente dal tuo negozio tramite AWS Marketplace. Una volta configurato, gli acquirenti possono abbonarsi ai prodotti, accettare offerte e completare l'approvvigionamento senza abbandonare l'esperienza storefront.

Prerequisiti

- Una vetrina distribuita con almeno un prodotto
- Un account venditore AWS Marketplace connesso (per la creazione di offerte private)

Per configurare Acquista con AWS

1. Apri lo storefront e scegli la scheda Checkout & Deployment.
2. Nella sezione Acquista con AWS, abilita l'interruttore BWA.
3. Configura le impostazioni seguenti:
4. Scegli Save (Salva).

Configurazione del campo

I campi predefiniti nel modulo di richiesta di approvvigionamento sono:

- ID account AWS
- Nome dell'azienda
- Nome completo del contatto
- Email di contatto

Puoi aggiungere campi personalizzati specifici per il tuo flusso di lavoro.

Impostazioni della valuta

Configura quali valute sono disponibili per le offerte create tramite BWA:

1. Nella sezione Valuta, seleziona le valute supportate.
2. Imposta la valuta predefinita per le nuove offerte.

Role-based accesso

Storefront-level i ruoli controllano chi può gestire le richieste Buy With AWS. Storefront Admin gestisce le richieste Buy With AWS, modifica i contenuti storefront e visualizza i report. Content Editor modifica i contenuti della vetrina virtuale. Reporting Management visualizza i report della vetrina virtuale. Assegna questi ruoli nella finestra di dialogo Modifica utente nell'ambito Storefronts.

Flusso di lavoro BWA

Quando un acquirente avvia un acquisto tramite BWA:

1. L'acquirente sceglie Acquista con AWS per un prodotto in vetrina.
2. L'acquirente compila i campi configurati (ID account AWS, nome dell'azienda, nome completo del contatto, email di contatto).
3. La richiesta viene inviata al tuo team.
4. Il tuo team crea un'offerta privata in AWS Marketplace per l'acquirente.
5. L'acquirente riceve l'offerta e completa l'accettazione tramite AWS Marketplace.

Argomenti correlati

- the section called “Impostazioni della valuta”
- the section called “Configurazione del campo”
- Ordini

Configurazione del campo

Puoi configurare quali campi vengono visualizzati nel modulo di approvvigionamento Acquista con AWS (BWA) che gli acquirenti compilano quando richiedono un acquisto dal tuo negozio.

Campi predefiniti

I seguenti campi predefiniti vengono visualizzati nel modulo di richiesta Acquista con AWS:

Nome	Tipo	Richiesto
ID account AWS	Testo	Sì (bloccato)
Nome dell'azienda	Testo	No
Nome completo del contatto	Testo	No
Email di contatto	Email	No

Per configurare i campi

1. Apri lo storefront e scegli la scheda Checkout & Deployment.
2. Nella sezione di configurazione Acquista con AWS, nella scheda Storefront, scorri fino a Campi da visualizzare nel modulo.
3. Per ogni campo, configura le colonne Nome, Tipo e Richiesto.
4. Per aggiungere un campo personalizzato, scegli + Aggiungi campo.
5. Scegli Save (Salva).

Controlli aggiuntivi

Nelle sottoschede Storefront e Standalone, configura le opzioni di abbonamento dell'acquirente (prova gratuita, offerta privata, offerta pubblica), l'ID venditore richiesto e il menu a discesa Enable Buy with AWS on location (home page e pagina del prodotto).

Ordine di visualizzazione dei campi

I campi vengono visualizzati nel modulo BWA nell'ordine elencato nella configurazione. Per riordinare i campi, trascinali nella posizione desiderata.

Esperienza dell'acquirente

Quando un acquirente sceglie Acquista con AWS per un prodotto:

1. Viene visualizzato un modulo con i campi configurati.
2. I campi obbligatori sono contrassegnati da un asterisco (*).
3. L'acquirente compila il modulo e lo invia.
4. La richiesta viene visualizzata nella coda delle richieste BWA per l'elaborazione.

Note

- Le modifiche alla configurazione dei campi si applicano solo alle nuove richieste BWA.
- I campi personalizzati vengono memorizzati con la richiesta e sono visibili nella visualizzazione dei dettagli della richiesta.

Argomenti correlati

- the section called “Configurazione di Buy With AWS”
- Ruoli personalizzati

Impostazioni della valuta

Puoi configurare quali valute sono disponibili per le offerte create tramite il widget di approvvigionamento Buy With AWS (BWA) sul tuo storefront.

Per configurare le valute

1. Apri lo storefront e scegli la scheda Checkout & Deployment.
2. Nella sezione di configurazione Acquista con AWS, attiva Abilita valuta, quindi imposta Valuta predefinita e Valute consentite.
3. Scegli Save (Salva).

Valute supportate

AWS Marketplace Storefront supporta tutte le valute disponibili tramite le offerte private di AWS Marketplace. La valuta selezionata si applica all'offerta privata creata dalla richiesta BWA.

Note

- La selezione della valuta influisce solo sul flusso di lavoro di creazione dell'offerta. Le valute effettive di fatturazione e fatturazione sono determinate da AWS Marketplace.
- Se supporti più valute, gli acquirenti visualizzano un selettore di valuta nel modulo BWA.
- Le modifiche alle impostazioni della valuta si applicano solo alle nuove richieste BWA. Le richieste esistenti mantengono la valuta originale.

Argomenti correlati

- the section called “Configurazione di Buy With AWS”
- the section called “Configurazione del campo”

Governance

Controlla le approvazioni degli acquisti e la visibilità dei prodotti con gruppi, politiche e segmenti di acquirenti.

Gruppi e approvazione automatica

Puoi creare gruppi di acquirenti all'interno della tua vetrina virtuale per organizzare gli utenti e configurare regole di approvazione automatiche per le richieste di approvvigionamento. I gruppi determinano quali politiche di approvazione si applicano a diversi gruppi di acquirenti.

Cosa sono i gruppi?

Un gruppo è un insieme di acquirenti che condividono le stesse regole di approvvigionamento. Ad esempio, potresti creare gruppi per:

- Ufficio tecnico (approva automaticamente le richieste da domini affidabili)
- Team di approvvigionamento (approvazione manuale per tutte le richieste)
- Auto-approved (acquirenti le cui richieste sono state approvate automaticamente)

Come creare un gruppo

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Governance.

2. Scegliere Groups (Gruppi).
3. Scegli Add Group (Aggiungi gruppo).
4. Inserisci il nome del gruppo e la descrizione opzionale.
5. Scegli Save (Salva).

Auto-Approval Impostazioni

Auto-Approval è regolato dal pannello Auto-Approval Impostazioni. Attiva Abilita Auto-Approval, quindi aggiungi fino a 20 domini di posta elettronica affidabili. Gli utenti che si registrano con un'e-mail in un dominio attendibile vengono aggiunti al Auto-approved gruppo e gli amministratori ricevono una notifica via e-mail. Scegliere Save Settings (Salva impostazioni).

Ad esempio, se lo aggiungi `example.com` come dominio di posta elettronica attendibile, qualsiasi utente che si registra con un `@example.com` indirizzo viene automaticamente approvato.

Per aggiungere membri a un gruppo

1. Nella sezione Gruppi, scegli il gruppo.
2. Scegli Aggiungi membri.
3. Cerca e scegli gli acquirenti tramite email o nome.
4. Scegli Save (Salva).

Auto-approval flusso di lavoro

Quando l'approvazione automatica è abilitata:

1. Un utente si iscrive alla vetrina.
2. Il sistema verifica se il dominio e-mail dell'utente corrisponde a uno dei Trusted Email Domains.
3. Se il dominio corrisponde, l'utente viene aggiunto automaticamente al Auto-approvedgruppo.
4. Gli amministratori ricevono una notifica via e-mail quando un utente viene approvato automaticamente.
5. Se il dominio non corrisponde, la richiesta viene indirizzata all'approvatore assegnato o segue la politica configurata.

Note

- Un acquirente può appartenere a un solo gruppo alla volta.
- Gli acquirenti non assegnati a nessun gruppo seguono la politica di governance predefinita del negozio.
- Le assegnazioni di gruppo possono essere modificate in qualsiasi momento. Le modifiche si applicano solo alle richieste future.
- Puoi gestire fino a 20 domini di posta elettronica affidabili per vetrina.

Argomenti correlati

- the section called “Policy”
- the section called “Segmenti”
- the section called “Governance: gestione degli utenti”

Policy

Le politiche di governance definiscono le regole che controllano il modo in cui le richieste di approvvigionamento vengono approvate sullo storefront. Le politiche stabiliscono catene e condizioni di approvazione che determinano se una richiesta richiede una revisione manuale.

Che cos'è una politica?

Una policy è un insieme di regole che valutano le richieste Buy With AWS in arrivo e determinano il percorso di approvazione. Per impostazione predefinita, le policy possono essere applicate a segmenti specifici o all'intera vetrina.

Per creare una politica

1. Apri lo storefront e scegli la scheda Governance.
2. Seleziona Policy.
3. Scegli Crea policy.
4. Nella finestra di dialogo, utilizza l' enable/disable interruttore nell'intestazione per controllare se la policy è attiva. Configura i campi seguenti:
   - Nome: un nome descrittivo per la politica

- Azione: scegli un'azione dal menu a discesa Seleziona azione
- A quali segmenti si applicherà? - Una selezione multipla per scegliere i segmenti a cui si applica questa politica
- Quale importo dell'ordine dovrebbe attivare l'azione? - Scegli Qualsiasi importo, Ordini superiori o Ordini inferiori
- Aggiungi un messaggio - Facoltativo, fino a 500 caratteri

5. Scegli Create (Crea).

Assegnazione delle politiche

Le politiche si applicano ai segmenti tramite la sezione A quali segmenti si applicherà? selezione multipla all'interno della finestra di dialogo.

Politica predefinita

Se nessuna politica si applica ai segmenti di un prodotto, si applica la politica predefinita dello storefront. Per impostare il valore predefinito:

1. Nella sezione Politiche, trova la politica che desideri utilizzare come predefinita.
2. Scegli il menu delle azioni e scegli Imposta come predefinito.

Ordine di valutazione delle politiche

1. Il sistema identifica i segmenti che contengono il prodotto richiesto.
2. Il sistema applica le politiche assegnate a tali segmenti.
3. L'azione configurata viene eseguita.

Note

- Una politica si applica ai segmenti selezionati in A quali segmenti si applicherà? selezione multipla.
- Le politiche vengono valutate per richiesta.
- La modifica di una politica influisce solo sulle richieste future. In-progress le richieste seguono la politica che era attiva al momento dell'invio.

Argomenti correlati

- the section called “Gruppi e approvazione automatica”
- the section called “Segmenti”
- the section called “Governance: gestione degli utenti”

Segmenti

I segmenti ti consentono di definire sottoinsiemi del catalogo di prodotti del tuo negozio che sono visibili a gruppi specifici di acquirenti. Utilizza i segmenti per creare esperienze di navigazione personalizzate in cui diversi gruppi di acquirenti vedono prodotti diversi.

Cos'è un segmento?

Un segmento è un filtro che controlla la visibilità del prodotto per gruppo di acquirenti. Esempio:

- Il segmento «Enterprise» mostra solo i prodotti di livello aziendale
- Il segmento «SMB» mostra prodotti di livello iniziale e intermedio
- Il segmento «Sicurezza» mostra solo i prodotti appartenenti alla categoria di sicurezza

Per creare un segmento

1. Apri lo storefront e scegli la scheda Governance.
2. Scegli Segmenti.
3. Scegli Crea segmento.
4. Configura i criteri del segmento:
   - Nome: un nome descrittivo per il segmento
   - Tipo: scegli un tipo dal menu a discesa
5. Scegli Create (Crea).

Per assegnare un segmento a un gruppo

1. Nella sezione Segmenti, scegli il segmento.
2. Scegli Assegna al gruppo.
3. Scegli il gruppo o i gruppi di acquirenti che dovrebbero vedere i prodotti di questo segmento.

4. Scegli Save (Salva).

In che modo i segmenti influiscono sull'esperienza dell'acquirente

- Gli acquirenti di un gruppo a cui è stato assegnato un segmento vedono solo i prodotti di quel segmento quando navigano nella vetrina.
- Gli acquirenti non assegnati a nessun segmento visualizzano il catalogo completo dei prodotti.
- I segmenti filtrano solo la visualizzazione del catalogo. Non impediscono agli acquirenti di accedere direttamente agli URL dei prodotti.

Note

- A un gruppo può essere assegnato un segmento. Per mostrare più segmenti a un gruppo, combina i prodotti in un unico segmento.
- I segmenti non influiscono sulla disponibilità dei prodotti in AWS Marketplace. Controllano solo la visibilità all'interno dello storefront.
- Le modifiche alle assegnazioni dei segmenti hanno effetto immediato.

Argomenti correlati

- the section called “Gruppi e approvazione automatica”
- the section called “Policy”
- Categorie e badge

Governance: gestione degli utenti

Puoi gestire l'accesso degli acquirenti alla tua vetrina a livello di governance. Ciò include l'aggiunta di acquirenti, l'assegnazione a gruppi e il controllo delle loro impostazioni di visibilità e approvazione.

Aggiungere acquirenti

Gli acquirenti vengono aggiunti al sistema di governance del tuo negozio quando:

- Vengono aggiunti manualmente da un amministratore
- Invia una richiesta di accesso alla vetrina (se abilitata)

- Vengono importati tramite un elenco di acquirenti

Per aggiungere manualmente un acquirente

1. Apri la vetrina e scegli la scheda Governance.
2. Scegliere Users (Utenti).
3. Scegli Add User (Aggiungi utente).
4. Completare i seguenti campi:
   - Titolo
   - E-mail
   - Nome
   - Cognome
   - Azienda
   - Gruppo: l'impostazione predefinita del menu a discesa Gruppo è Pubblico.
   - Stato
   - Approvazione obbligatoria (casella di controllo)
5. Scegli Add User (Aggiungi utente).

Visualizzazione e gestione degli acquirenti

La sezione Utenti mostra tutti gli acquirenti con accesso alla tua vetrina:

Colonna	Description
Nome	Nome visualizzato dell'acquirente
Email	Indirizzo e-mail dell'acquirente
Gruppo	Gruppo di governance assegnato
Segment	Segmento di prodotto visibile a questo acquirente
Stato	Attivo o inattivo
Aggiunto	Data di aggiunta dell'acquirente

Per modificare l'assegnazione di gruppo di un acquirente

1. Nell'elenco Utenti, individua l'acquirente.
2. Scegli il menu a discesa Gruppo per quell'acquirente.
3. Scegli il nuovo gruppo.
4. La modifica viene salvata automaticamente.

Per rimuovere un acquirente

1. Nell'elenco Utenti, individua l'acquirente.
2. Scegli il menu delle azioni e scegli Rimuovi.
3. Conferma la rimozione.

L'acquirente perde l'accesso alle funzionalità controllate dalla governance (approvazione automatica, segmenti) ma può comunque navigare nella vetrina pubblica.

Operazioni in blocco

Per le vetrine con molti acquirenti, puoi:

- Importa gli acquirenti tramite CSV (email e assegnazione di gruppo)
- Esporta l'elenco degli acquirenti in formato CSV per la revisione offline

Note

- La gestione degli utenti di Governance è separata dalla gestione dei membri del team. I membri del team gestiscono lo storefront; gli utenti della governance sono gli acquirenti che lo utilizzano.
- La rimozione di un acquirente dalla governance non gli impedisce di visitare l'URL della vetrina. Li rimuove dalle politiche di gruppo e dalle restrizioni dei segmenti.

Argomenti correlati

- the section called “Gruppi e approvazione automatica”
- the section called “Segmenti”
- the section called “Policy”

- RBAC e ruoli personalizzati

Connettori

Integra AWS Marketplace Storefront con piattaforme CRM e di comunicazione.

Argomenti

- Panoramica dei connettori
- Connettore AWS ACE
- HubSpot connettore
- Connettore Slack

Panoramica dei connettori

I connettori integrano AWS Marketplace Storefront con sistemi CRM e di collaborazione esterni. I connettori si dividono in due categorie: connettori CRM e connettori per notifiche e connettori di collaborazione.

Panoramica dei connettori

La scheda Connettori elenca i connettori configurati in una tabella con le colonne Applicazione, Account, Stato, In entrata, In uscita e Azione. Scegli il menu di azione in una riga per gestire quel connettore. Per aggiungere un nuovo connettore, scegli + Aggiungi connettore.

Connettori disponibili

Categoria	Connector	Scopo	Flusso di dati
CRM	AWS ACE	Co-selling sincroniz zazione delle opportunità con AWS	Bidirezionale
CRM	HubSpot	Integrazione CRM per la sincronizzazione di trattative e contatti	Bidirezionale
Notifiche e collabora zione	Slack	Invia notifiche relative alla vetrina e alle	In uscita

Categoria	Connector	Scopo	Flusso di dati
		trattative a un'area di lavoro Slack	

Come funzionano i connettori

1. Connect: autentica con il sistema esterno utilizzando le credenziali.
2. Configura: mappa i campi tra Storefront e il sistema esterno.
3. Attiva: abilita la sincronizzazione dei dati.

Una volta attivati, i connettori vengono eseguiti automaticamente in base ai trigger configurati (eventi in tempo reale o sincronizzazione pianificata).

Per gestire i connettori

1. Scegli l'avatar del tuo profilo nell'angolo in alto a destra.
2. Scegli Impostazioni dell'organizzazione.
3. Seleziona la scheda Connectors (Connettori).
4. La pagina mostra tutti i connettori disponibili con il loro stato attuale:
   - Connesso: attivo e sincronizzato
   - Disconnesso: configurato ma non attivo
   - Non configurato: disponibile ma non configurato
5. Scegli un connettore per configurarlo o gestirlo.

Azioni comuni del connettore

- Connect: fornisce le credenziali e stabilisce la connessione
- Connessione di prova: verifica che l'integrazione funzioni
- Configura: imposta le mappature dei campi e le regole di sincronizzazione
- Disconnetti: rimuove l'integrazione (non elimina i dati sincronizzati)
- Visualizza i registri: visualizza la cronologia e gli errori di sincronizzazione

Note

- Ogni connettore è configurato a livello di organizzazione e si applica a tutti gli account e le vetrine all'interno dell'organizzazione.
- Le credenziali del connettore vengono archiviate in modo sicuro e crittografate.
- Se un connettore riscontra degli errori, riprova automaticamente. Gli errori persistenti generano notifiche.

Argomenti correlati

- Automazione del workflow
- Impostazioni di notifica

Connettore AWS ACE

Usa il connettore AWS ACE per sincronizzare le opportunità di co-selling con l'AWS Partner Network.

Connettore AWS ACE

Il connettore AWS ACE (AWS Customer Engagements) sincronizza le opportunità di co-selling tra AWS Marketplace Storefront e il programma di co-selling AWS Partner Network.

Prerequisiti

- Un'iscrizione attiva all'AWS Partner Network (APN)
- Iscrizione al programma ACE
- Ruolo di proprietario o amministratore a livello di organizzazione

Per connettere AWS ACE

La procedura guidata di integrazione ACE di AWS Partner Central prevede tre passaggi: Connect, Genera chiavi e Configure. Ogni passaggio mostra lo stato In sospeso, Operato correttamente o Non riuscito.

1. Nell'angolo in alto a destra, scegli l'avatar del tuo profilo, scegli Impostazioni dell'organizzazione, quindi scegli la scheda Connettori.

2. Trova AWS ACE e scegli Connect.
3. Scegli l'account che desideri connettere.
4. Scegli Save (Salva).

Configurazione

Dopo la connessione, la procedura guidata passa al passaggio Genera chiavi.

Genera chiavi

Nella fase Genera chiavi, il connettore emette una chiave API e un uuid. Dopo aver generato le chiavi, il pulsante Genera chiavi è disabilitato perché le chiavi vengono emesse una sola volta.

Configura

Nella fase Configura, imposta il comportamento di sincronizzazione:

Impostazione	Description
Modalità di sincronizzazione	Scegli una modalità di sincronizzazione, ad esempio CRM Unidirectional (CRM > ACE).
Sincronizzazione unidirezionale	Per limitare il connettore a un flusso unidirezionale, selezionate Sincronizzazione unidirezionale.
Frequenza di sincronizzazione	Real-time o programmato (ogni ora, ogni giorno)
Mappatura della fase delle opportunità	Associa le fasi della tua pipeline alle fasi ACE
Auto-accept referenze	Accetta automaticamente le opportunità in entrata da AWS

Cosa sincronizza

Direzione	Dati
Vetrina → ACE	Nuove opportunità, aggiornamenti di fase, variazioni dei ricavi, date di chiusura
ACE → Vetrina	Referenze in entrata, feedback AWS, modifiche allo stato delle opportunità

Per visualizzare i log di sincronizzazione

1. Nelle impostazioni del connettore ACE, scegliete Registri.
2. Visualizza la cronologia di sincronizzazione, tra cui:
   - Time stamp
   - Direzione (inbound/outbound)
   - Numero di record
   - Stato (success/error)
   - Dettagli dell'errore (se applicabile)

Risoluzione dei problemi

Problema	Risoluzione
Il test di connessione fallisce	Verifica che il tuo account sia attivo e che l'iscrizione APN sia valida
Opportunità non sincronizzate	Controlla l'impostazione della frequenza di sincronizzazione e lo stato del connettore
Opportunità duplicate	Verifica la mappatura dei campi per la corrispon denza degli ID delle opportunità

Argomenti correlati

- Creare opportunità di co-selling
- Automazione di Co-selling
- Panoramica dei connettori

HubSpot connettore

Utilizza il HubSpot connettore per sincronizzare i dati relativi a trattative, società e contatti con HubSpot.

HubSpot connettore

Il HubSpot connettore sincronizza i dati relativi a contratti, società e contatti tra AWS Marketplace Storefront e il tuo CRM. HubSpot

Prerequisiti

- Un HubSpot account con accesso API (livello Professional o Enterprise)
- Super Admin o autorizzazioni appropriate in HubSpot
- Ruolo di proprietario o amministratore a livello di organizzazione

Connettersi HubSpot

La procedura guidata del HubSpot connettore prevede quattro passaggi: Connessione; Connessione a HubSpot; Creazione o modifica del modello di mappatura dei campi; Configurazione.

1. Nell'angolo in alto a destra, scegli l'avatar del tuo profilo, scegli Impostazioni dell'organizzazione, quindi scegli la scheda Connettori.
2. Trova HubSpote scegli Connect.
3. Inserisci l'e-mail, scegli un Account venditore, quindi scegli Salva.

Configurazione

Mappatura dei campi

Per ogni riga, scegli una delle tre opzioni: usa una HubSpot proprietà esistente, crea una nuova HubSpot proprietà inserendo un nome visualizzato o imposta un valore predefinito.

Seleziona la HubSpot casella di controllo Crea su per creare una proprietà HubSpot che non esiste già.

La tabella seguente mostra esempi di mappature per Cliente > Account:

HubSpot Nome della proprietà	HubSpot Nome visualizzato	Valore predefinito Ace
Nome dell'azienda	Nome dell'azienda	
Url del sito web	Url del sito	
Industry	Industry	

1. Nelle impostazioni del HubSpot connettore, scegli Field Mapping.
2. Mappa ogni campo scegliendo una proprietà, inserendo un nome visualizzato o impostando un valore predefinito.
3. Scegli Save (Salva).

Impostazioni di sincronizzazione

Impostazione	Description
Direzione di sincronizzazione	Bidirezionale o unidirezionale
Trigger di sincron	Real-time o programmato (ogni ora, ogni giorno)
mappatura delle condutture	Mappa le fasi di Storefront in base alle fasi di negoziazione HubSpot

Cosa sincronizza

Direzione	Dati
Vetrina → HubSpot	Nuove offerte derivanti da offers/BWA richieste, aggiornamenti di stato
HubSpot → Vetrina	Modifiche alla fase dell'accordo, aggiornamenti sulle entrate, informazioni di contatto

Come disconnettersi

1. Nelle impostazioni del HubSpot connettore, scegli Disconnetti.
2. Conferma. I dati precedentemente sincronizzati rimangono in entrambi i sistemi.

Argomenti correlati

- Panoramica dei connettori
- Automazione delle offerte private

Connettore Slack

Usa il connettore Slack per inviare notifiche in vetrina alla tua area di lavoro Slack.

Connettore Slack

Il connettore Slack invia notifiche e avvisi da AWS Marketplace Storefront ai canali dell'area di lavoro Slack.

Prerequisiti

- Un'area di lavoro Slack in cui hai l'autorizzazione per installare app
- Ruolo di proprietario o amministratore a livello di organizzazione

Per connettere Slack

1. Nell'angolo in alto a destra, scegli l'avatar del tuo profilo, scegli Impostazioni dell'organizzazione, quindi scegli la scheda Connettori.
2. Trova Slack e scegli Connect.
3. Dopo aver autorizzato l'area di lavoro Slack, il pannello visualizza un indicatore Connected con il nome dell'area di lavoro e le autorizzazioni concesse. Scegli Passaggio successivo per configurare i canali.

Configurazione

Assegnazione dei canali

Nella fase di configurazione del canale, scegli un account, scegli un tipo di notifica, scegli un canale e scegli una frequenza di sincronizzazione (istantanea, giornaliera o settimanale). Scegli Aggiungi per creare la regola. Ripeti l'operazione per ogni regola, quindi scegli Salva.

La tabella delle regole mostra le seguenti colonne:

Account	Notifications	Canale	Pianificazione della sincronizzazione	Ora di sincronizzazione	Giorno di sincronizzazione	Azioni
(nome dell'account)	(tipo di notifica)	(nome del canale)	(frequenza)	(ora)	(giorno)	(menu di azione)

Formato di notifica

Le notifiche Slack includono:

- Tipo e gravità dell'evento
- Dettagli chiave (nome dell'acquirente, importo, prodotto)
- Link diretto alla pagina pertinente nella console Storefront
- Time stamp

Cosa attiva le notifiche Slack

Le notifiche Slack vengono attivate dagli eventi configurati nelle impostazioni di notifica della tua organizzazione. Il connettore Slack funge da canale di distribuzione.

Come disconnettersi

1. Scegli Disconnetti nelle impostazioni del connettore.
2. Conferma. L'app Slack rimane nel tuo spazio di lavoro ma smette di ricevere messaggi.

Per rimuoverla completamente, disinstalla anche l'app dalle impostazioni dell'area di lavoro di Slack.

Argomenti correlati

- Panoramica dei connettori
- Impostazioni di notifica

Approfondimenti

Ricavi fatturati

Il report sui ricavi fatturati mostra le entrate totali fatturate tramite i prodotti AWS Marketplace in un periodo di tempo selezionato. Utilizza questo report per monitorare le prestazioni di fatturazione e identificare le tendenze.

Per visualizzare i ricavi fatturati

1. Nel tuo account connesso, scegli Insights.
2. Scegli Ricavi fatturati.
3. Il rapporto mostra le seguenti metriche chiave:
   - Entrate lorde
   - Rimborso lordo
   - Tariffa di inserzione
   - Costo all'ingrosso
   - Ricavi netti del venditore
4. La tabella di dati contiene le seguenti colonne:
   - Data della fattura
   - Data di scadenza del pagamento
   - Termini di pagamento
   - ID della fattura
   - ID della fattura relativa alla commissione di quotazione
   - Azienda abbonata
   - Azioni

Filtraggio

Usa la barra dei filtri per restringere il rapporto:

Filtro	Opzioni
Valuta	Scegli una valuta
Data	Personalizzato; Ultimi 30 giorni; Ultimi 60 giorni; Ultimi 90 giorni; Ultimi 12 mesi (TTM); Da inizio anno (YTD)

Visibilità delle colonne

Personalizza le colonne da visualizzare nella tabella di dati:

1. Scegli il pulsante Colonne sopra la tabella.
2. Seleziona o deseleziona le colonne da mostrare o nascondere.
3. Le preferenze delle colonne vengono salvate per la sessione.

Per ulteriori informazioni sull'utilizzo dei filtri in tutti i report, consulta Utilizzo dei filtri e della visibilità delle colonne.

Esportazione dei dati

1. Configura i filtri desiderati.
2. Scegli Export (Esporta).
3. Seleziona il formato (CSV).
4. I dati filtrati vengono scaricati.

Note

- I dati sui ricavi provengono dal tuo account AWS Marketplace connesso e potrebbero subire un ritardo di 24-48 ore.
- I ricavi fatturati rappresentano gli importi fatturati (al lordo delle imposte). Non riflette gli importi riscossi o versati.
- Per i dati sui pagamenti, vedi Riscossioni ed esborsi.

Argomenti correlati

- the section called “Riscossioni e pagamenti”
- the section called “Accordi e rinnovi”
- the section called “Utilizzo di filtri e visibilità delle colonne”

Riscossioni e pagamenti

Il rapporto Esborsi monitora l'erogazione di fondi sul tuo account, fornendo visibilità sul flusso di cassa derivante dalle transazioni di AWS Marketplace.

Per visualizzare i pagamenti

1. Nel tuo account connesso, scegli Insights.
2. Scegli Pagamenti.
3. Il rapporto mostra le seguenti metriche chiave:
   - Entrate lorde
   - Entrate nette
   - Costo all'ingrosso
   - Importo erogato
   - Importo non rimborsato (scaduto)

Tabella dati

La tabella dei dettagli contiene le seguenti colonne:

Colonna
Account
Data della fattura
Data di scadenza del pagamento
Termini di pagamento

Colonna
ID della fattura
ID della fattura relativa alla commissione di quotazione
Azioni

Filtraggio

Filtro	Opzioni
Valuta	Scegli una valuta
Scegli la categoria della data	Data di esborso
Data	Personalizzato; Ultimi 30 giorni; Ultimi 60 giorni; Ultimi 90 giorni; Ultimi 12 mesi (TTM); Da inizio anno (YTD)

Note

- La tempistica di pagamento segue i termini di pagamento di AWS Marketplace (in genere 30-60 giorni netti dalla data della fattura).
- La differenza tra i ricavi fatturati e gli importi erogati riflette le commissioni di quotazione, i rimborsi e i tempi di riscossione.
- Per ulteriori informazioni sui piani di esborso di AWS Marketplace, consulta Disbursement nella AWS Marketplace Seller Guide.

Argomenti correlati

- the section called “Ricavi fatturati”
- the section called “Accordi e rinnovi”
- Pannello di controllo dell'account

Accordi e rinnovi

Il Agreements/Renewals report fornisce una panoramica del ciclo di vita dei contratti AWS Marketplace, mostrando i dati relativi agli accordi attivi e scaduti.

Per visualizzare contratti e rinnovi

1. Nel tuo account connesso, scegli Insights.
2. Scegli Agreements/Renewals.
3. Il rapporto mostra le seguenti metriche chiave:
   - Numero di accordi attivi
   - Numero di contratti conclusi

Tabella di tracciamento dei rinnovi

La tabella dati contiene le seguenti colonne:

Colonna
Nome dell'azienda abbonata
ID dell'account AWS dell'abbonato
ID dell'account crittografato dell'abbonato
Dominio di posta elettronica dell'abbonato
Paese dell'abbonato
Stato dell'abbonato

Filtraggio

Filtro	Opzioni
Periodo di fine del contratto	Scegli il periodo di fine del contratto

Filtro	Opzioni
Scegli la data e la categoria	Data di fine del contratto
Data	Scegli un intervallo di date

Note

- I dati del contratto vengono sincronizzati dall'account AWS Marketplace connesso.

Argomenti correlati

- the section called “Ricavi fatturati”
- the section called “Riscossioni e pagamenti”
- the section called “Utilizzo di filtri e visibilità delle colonne”

Utilizzo di filtri e visibilità delle colonne

Tutti i report Insights supportano il filtraggio coerente e la personalizzazione delle colonne. Usa queste funzionalità per concentrarti sui dati importanti per la tua analisi.

Filtri di data

Ogni rapporto include un filtro Data:

1. Scegli il menu a discesa Data nella parte superiore del rapporto.
2. Scegli un intervallo preimpostato o scegli Personalizzato:
   - Personalizzato
   - Past 30 days (Ultimi 30 giorni)
   - Ultimi 60 giorni
   - Past 90 days (Ultimi 90 giorni)
   - Ultimi 12 mesi (TTM)
   - Da inizio anno (YTD)
3. Il rapporto si aggiorna automaticamente.

Filtri a colonna

Filtra i dati in base a valori di colonna specifici:

1. Scegli l'icona del filtro sull'intestazione di qualsiasi colonna.
2. Seleziona o cerca i valori da includere.
3. Scegli Applica.

I filtri a più colonne possono essere attivi contemporaneamente (logica AND).

Visibilità delle colonne

Personalizza le colonne da visualizzare nelle tabelle dei report:

1. Scegli il pulsante Colonne sopra la tabella di dati.
2. Il menu di visibilità delle colonne fornisce i seguenti controlli:
   - Un campo di ricerca per trovare le colonne per nome
   - Un elenco di caselle di controllo per mostrare o nascondere singole colonne
   - Show/Hide Tutto per attivare o disattivare tutte le colonne contemporaneamente
   - Reimposta per ripristinare la visibilità predefinita delle colonne
3. La tabella si aggiorna immediatamente.

Le colonne obbligatorie, ad esempio Invoice ID, sono disabilitate nel menu e non possono essere nascoste.

Le preferenze di visibilità delle colonne persistono per la sessione del browser.

Ordinamento

1. Scegli un'intestazione di colonna per ordinare in base a quella colonna.
2. Scegli di nuovo per passare dall'ordine crescente a quello decrescente.
3. Una freccia dell'indicatore di ordinamento mostra la direzione di ordinamento corrente.

Esportazione di dati filtrati

1. Applica i filtri e le selezioni di colonne desiderati.

2. Scegli Esporta (o Scarica CSV).
3. L'esportazione include solo i dati attualmente visibili e filtrati.

Note

- I filtri non persistono durante la navigazione della pagina. Tornando a un rapporto vengono ripristinate le impostazioni predefinite.
- La dimensione massima di esportazione è di 10.000 righe. Per set di dati più grandi, restringi l'intervallo di date.
- Tutti i report utilizzano la stessa interfaccia di filtraggio per garantire la coerenza.

Argomenti correlati

- the section called “Ricavi fatturati”
- the section called “Riscossioni e pagamenti”
- the section called “Accordi e rinnovi”

Concetti

Offerte automatizzate

Le offerte automatizzate consentono di definire regole che creano automaticamente offerte private sulla base di fattori scatenanti come le richieste degli acquirenti, gli eventi CRM o le approvazioni di governance. Ciò riduce lo sforzo manuale per le operazioni ad alto volume e garantisce una creazione coerente delle offerte.

Come funzionano le offerte automatizzate

1. Si verifica un trigger: un acquirente invia una richiesta BWA, un accordo CRM raggiunge una fase specifica o una regola di governance approva una richiesta.
2. La regola di automazione valuta: il sistema verifica se l'evento soddisfa le condizioni della regola (prodotto, soglia di importo, segmento di acquirente).
3. Viene creata un'offerta: se le condizioni sono soddisfatte, viene generata un'offerta privata utilizzando un modello di offerta predefinito con campi compilati automaticamente dai dati di attivazione.
4. Post-creation actions fire: le notifiche, gli aggiornamenti CRM o i messaggi Slack vengono inviati come configurato.

Concetti chiave

Modelli di offerta

Le offerte automatiche si basano su modelli di offerta salvati. Il modello definisce:

- Struttura del prodotto e dei prezzi
- Durata del contratto
- Termini di pagamento
- EULA

I dati di attivazione (ID account acquirente, importo, selezione del prodotto) vengono uniti al modello al momento della creazione.

Modalità di automazione

Modalità	Comportamento
Draft	L'offerta viene creata ma sottoposta a revisione manuale prima di essere inviata all'Acquirente
Auto-send	L'offerta viene creata e inviata immediatamente all'Acquirente

Utilizza la modalità Bozza durante la configurazione iniziale per verificare che le offerte vengano create correttamente.

Condizioni e filtri

Le regole possono includere condizioni che limitano il momento in cui si attivano:

- Soglia di importo: attivazione solo per offerte superiori a un valore minimo
- Filtro prodotto: attivatore solo per prodotti specifici
- Segmento di acquirenti: attivatore solo per acquirenti appartenenti a gruppi di governance specifici

Vantaggi

- Velocità: le offerte vengono create entro pochi secondi dagli eventi di attivazione
- Coerenza: ogni offerta segue lo stesso modello e la stessa struttura dei prezzi
- Scalabilità: gestisci richieste BWA ad alto volume senza intoppi manuali
- Verificabilità: registro completo di esecuzione di ogni azione automatizzata

Limitazioni

- Le offerte automatizzate non possono prevalere sulle politiche di governance. Se la governance richiede l'approvazione, l'automazione attende.
- Le modifiche ai modelli non influiscono retroattivamente sulle offerte create in precedenza.
- Auto-send questa modalità deve essere utilizzata solo con modelli convalidati per evitare che gli acquirenti ricevano offerte errate.

Argomenti correlati

- Automazione delle offerte private
- Creazione di offerte
- Governance: politiche

Flussi di lavoro di governance e approvazione

La governance in AWS Marketplace Storefront fornisce un framework per controllare il modo in cui le richieste di approvvigionamento vengono valutate, approvate ed elaborate. Consente di definire regole che bilanciano l'autonomia dell'Acquirente con il controllo delle spese organizzative.

Componenti di governance

Componente	Scopo
Gruppi	Organizza gli acquirenti in set con regole di approvvigionamento condivise
Policy	Definisci le soglie di approvazione e la logica di routing
Segmenti	Controlla quali prodotti sono visibili a quali gruppi di acquirenti
Utenti	Gestisci l'accesso individuale degli acquirenti e l'iscrizione ai gruppi

Come funziona il flusso di lavoro di approvazione

```
Buyer submits BWA request
        |
        v
System identifies Buyer's group
        |
        v
System retrieves group's policy
```

Livelli di configurazione

La governance opera a livello di vetrina. Ogni vetrina ha una propria configurazione di governance, che consente a vetrine diverse di servire diverse comunità di acquirenti con regole diverse.

Comportamento predefinito (nessuna governance configurata)

Quando non sono configurati gruppi o politiche:

- Tutte le richieste BWA vengono inviate direttamente al team del venditore per l'elaborazione manuale
- Nessuna approvazione automatica
- Tutti i prodotti sono visibili a tutti gli acquirenti

Con governance configurata

- Gli acquirenti vengono assegnati a gruppi
- Ai gruppi sono state assegnate politiche con soglie
- Le richieste vengono approvate automaticamente o inoltrate in base alle regole delle policy

- I prodotti possono essere segmentati per gruppo

Best practice

- Inizia in modo semplice: crea una politica predefinita con un'unica soglia prima di aggiungere complessità.
- Usa la modalità bozza per l'automazione: quando combini la governance con le offerte automatizzate, utilizza la modalità bozza fino alla convalida del flusso di lavoro.
- Monitora i tempi di approvazione: se le approvazioni manuali richiedono troppo tempo, valuta la possibilità di aumentare le soglie di approvazione automatica.
- Comunica con gli acquirenti: informa gli acquirenti sui requisiti di approvazione e sulle tempistiche previste.

Argomenti correlati

- Gruppi e approvazione automatica
- Policy
- Segmenti
- the section called “Offerte automatizzate”
- Configurazione di Buy With AWS

Documentazione AWS Marketplace correlata

AWS Marketplace Storefront collabora con AWS Marketplace per l'elenco dei prodotti, i prezzi, l'approvvigionamento e la fatturazione. Per informazioni su queste funzionalità di base di AWS Marketplace, consulta le seguenti risorse.

Documentazione del venditore

Topic	Link
Iniziare a lavorare come venditore	Guida per venditori di AWS Marketplace: Guida introduttiva
Modelli di prezzo dei prodotti	Prezzi
Offerte private	Offerte private
Offerte private per i partner di canale (CPPO)	Offerte per i partner di canale
Commissioni di inserzione	Commissioni di servizio
Accordi	Contratti con gli acquirenti
Misurazione dell'utilizzo	Misurazione dell'utilizzo
Erogazioni	Erogazione
Rimborsi	Refunds (Rimborsi)
Catalogo API	API AWS Marketplace Catalog
Autorizzazioni di rivendita	Autorizzazioni di rivendita

Documentazione dell'acquirente

Topic	Link
Guida all'acquisto	Guida all'acquisto di AWS Marketplace
Marketplace privato	Marketplace privato
Ordini di acquisto	Gestione degli ordini di acquisto
Tag di allocazione dei costi	Etichettatura dell'allocazione dei costi

Documentazione dei partner

Topic	Link
Rete di partner AWS	Panoramica dell'APN
ISV Accelerate	Programma ISV Accelerate
Programma ACE	AWS ACE

Cronologia dei documenti

Le traduzioni sono generate tramite traduzione automatica. In caso di conflitto tra il contenuto di una traduzione e la versione originale in Inglese, quest'ultima prevarrà.