Guia do usuário do Storefront

AWS Marketplace

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

AWS Marketplace: Guia do usuário do Storefront

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

As marcas comerciais e imagens de marcas da Amazon não podem ser usadas no contexto de nenhum produto ou serviço que não seja da Amazon, nem de qualquer maneira que possa gerar confusão entre os clientes ou que deprecie ou desprestigie a Amazon. Todas as outras marcas comerciais que não pertencem à Amazon pertencem a seus respectivos proprietários, que podem ou não ser afiliados, patrocinados pela Amazon ou ter conexão com ela.

Table of Contents

O que é o AWS Marketplace Storefront? 1
Capacidades gerais 1
Quem usa o Storefront? 1
Como funciona 2
Serviços relacionados 2
Introdução 2
Pré-requisitos 3
Requisitos do AWS 3
Requisitos de vitrine 3
Requisitos do navegador 3
Requisitos de rede 3
Próximas etapas 4
Tópicos relacionados 4
Organizações 5
Configurações da organização 5
Para acessar as configurações da organização 5
Configurações configuráveis 5
Para atualizar as configurações da organização 5
Estrutura organizacional 6
Tópicos relacionados 6
Gerenciando membros da equipe 6
Funções da organização 6
Perfis de contas 7
Funções de vitrine 7
Para adicionar um membro da equipe 8
Para alterar a função de um membro da equipe 8
Para remover um membro da equipe 8
Observações 8
Tópicos relacionados 9
Configurações de segurança 9
Para acessar as configurações de segurança 9
Configurações disponíveis 9
Observações 10
Tópicos relacionados 10

Configurando o login único para sua organização ... 10
Tópicos relacionados ... 10
Modelos de vitrine ... 11
O que é salvo em um modelo ... 11
Para criar um modelo a partir de uma vitrine ... 11
Para criar uma vitrine a partir de um modelo ... 12
Compartilhando modelos ... 12
Para editar o nome de um modelo ... 13
Para excluir um modelo ... 13
Tópicos relacionados ... 13
Contas do Marketplace ... 14
Configuração da conta ... 14
Conectando sua conta do AWS Marketplace ... 14
Painel da conta ... 16
Configurações da conta ... 17
Listagens ... 18
Criação de uma listagem de SaaS ... 18
Criando uma Multi-Product solução ... 20
Usando modelos de listagem ... 22
Gerenciando tags e categorias em produtos ... 23
Configurando a visibilidade do anúncio ... 25
Ofertas e acordos ... 27
Criação de ofertas ... 27
Baixando PDFs de ofertas ... 29
Visualizando contratos ... 30
Visualizando assinaturas ativas ... 32
Gerenciando a medição programada ... 33
Co-selling e parceiros ... 35
Gerenciando oportunidades de venda conjunta ... 36
Autorizações de venda ... 37
Vitrines ... 40
Criação e implantação de vitrines ... 40
Criação de uma vitrine ... 40
Clonando uma vitrine ... 41
Implantação ... 43
Vinculação e incorporação ... 44

Configurando o login único para uma vitrine 45
Tópicos relacionados 45
Design e layout 45
Tipos de layout 45
Layout da campanha 47
E-Commerce layout 49
Personalização de cores e temas 50
Logotipo e botão home 51
Política de privacidade 52
Vídeo e propostas de valor 53
Catálogo de produtos 54
Importação de produtos 55
Importação de catálogos em massa 56
Categorias e emblemas 57
Como gerenciar tags 59
Drag-and-drop ordenação de etiquetas 60
Compre com a AWS 61
Configurando o Buy com a AWS 61
Configuração de campo 63
Configurações de moeda 65
Governança 65
Grupos e aprovação automática 66
Políticas 68
Segmentos 69
Governança: gerenciamento de usuários 71
Conectores 74
Visão geral do conector 74
Visão geral do conector 74
Conector AWS ACE 76
Conector AWS ACE 76
HubSpot conector 79
HubSpot conector 79
Conector Slack 81
Conector Slack 81
Insights 84
Receita faturada 84

Para ver a receita faturada 84
Filtrar 84
Visibilidade da coluna 85
Exportar dados 85
Observações 85
Tópicos relacionados 86
Cobranças e despesas 86
Para ver os desembolsos 86
Tabela de dados 86
Filtrar 87
Observações 87
Tópicos relacionados 87
Acordos e renovações 88
Para ver contratos e renovações 88
Tabela de rastreamento de renovação 88
Filtrar 88
Observações 89
Tópicos relacionados 89
Usando filtros e visibilidade de colunas 89
Filtros de data 89
Filtros de coluna 90
Visibilidade da coluna 90
Classificação 90
Exportação de dados filtrados 90
Observações 91
Tópicos relacionados 91
Conceitos 92
Ofertas automatizadas 92
Como as ofertas automatizadas funcionam 92
Principais conceitos 92
Benefícios 93
Limitações 93
Tópicos relacionados 94
Fluxos de trabalho de governança e aprovação 94
Componentes de governança 94
Como o fluxo de trabalho de aprovação opera 94

Níveis de configuração 95
Práticas recomendadas 96
Tópicos relacionados 96
Documentação relacionada do AWS Marketplace 97
Documentação do vendedor 97
Documentação do comprador 98
Documentação do parceiro 98
Histórico do documento 99
..... c

O que é o AWS Marketplace Storefront?

O AWS Marketplace Storefront permite que um parceiro lance uma experiência de aquisição de marca conectada ao AWS Marketplace, na qual o parceiro organiza um catálogo de produtos, usa recursos integrados para automatizar fluxos de trabalho de negócios e encaminha transações por meio de uma conta de vendedor existente do AWS Marketplace. Uma vitrine pode mostrar produtos de outros parceiros junto com os produtos do AWS Marketplace do próprio parceiro.

Capacidades gerais

- Vitrines de marca — Crie vitrines personalizadas na web com sua marca, cores e layout para apresentar seus produtos do AWS Marketplace.
- Vários tipos de layout - Escolha entre layouts autônomos E-Commerce, incorporados ou de campanha, dependendo do seu caso de uso.
- Curadoria de produtos — Importe produtos do catálogo público do AWS Marketplace ou de suas próprias listas de contas de vendedor e organize-os com tags, categorias e emblemas.
- Compre com a integração da AWS — Permita que os compradores iniciem a compra diretamente da sua loja, com solicitações encaminhadas à sua equipe para a criação da oferta.
- Governança e aprovação - configure políticas de aprovação, grupos de compradores e limites de gastos para controlar os fluxos de trabalho de compras.
- Integrações de conectores — conecte-se a sistemas de CRM (HubSpot), programas de venda conjunta (AWS ACE) e plataformas de comunicação (Slack) para automação do fluxo de trabalho.
- Role-based controle de acesso - gerencie as permissões da equipe com funções predefinidas nos níveis de organização, conta e vitrine.
- Informações e relatórios - Acompanhe a receita faturada, as cobranças, os desembolsos e as renovações de contratos.

Quem usa o Storefront?

Usuário	Caso de uso
Vendedores de ISV	Crie um catálogo de marca de seus próprios produtos para vendas diretas por meio do AWS Marketplace

Usuário	Caso de uso
Parceiros de canal/Rev endedores	Crie vitrines de vários fornecedores selecionando produtos de vários vendedores para sua comunidade de compradores
Integradores de sistemas	Crie vitrines direcionadas para verticais, campanhas ou segmentos de clientes específicos

Como funciona

1. Crie uma organização e conecte sua conta de vendedor do AWS Marketplace.
2. Crie uma vitrine escolhendo um layout, importando produtos e configurando o design.
3. Configure a aquisição com o Buy With AWS, políticas de governança e fluxos de trabalho de aprovação.
4. Implante a vitrine para torná-la acessível aos compradores.
5. Gerencie as operações contínuas por meio de conectores, automação e relatórios.

Serviços relacionados

- AWS Marketplace — O mercado subjacente em que os produtos são listados e as transações são processadas.
- Ofertas privadas do AWS Marketplace — preços personalizados oferecidos a compradores específicos por meio do fluxo de trabalho Buy With AWS da Storefront.

Introdução

Para começar a usar o AWS Marketplace Storefront, consulte Pré-requisitos.

Pré-requisitos

Antes de começar a usar o AWS Marketplace Storefront, certifique-se de atender aos seguintes requisitos.

Requisitos do AWS

- Uma conta AWS ativa
- (Opcional) Registro de vendedor no AWS Marketplace. Não é necessária uma conta de vendedor para criar e implantar uma vitrine. No entanto, conectar uma conta de vendedor permite que você importe seus próprios anúncios (incluindo produtos de visibilidade limitada) e vincule sua vitrine à sua conta do AWS Marketplace para gerenciamento de ofertas. Para obter mais informações, consulte Como começar como vendedor no Guia do vendedor do AWS Marketplace.

Requisitos de vitrine

- Um endereço de e-mail comercial válido para o registro da conta
- Acesso do administrador da organização (para criar e configurar vitrines)

Requisitos do navegador

O AWS Marketplace Storefront é compatível com os seguintes navegadores:

- Google Chrome (duas versões mais recentes)
- Mozilla Firefox (duas versões mais recentes)
- Microsoft Edge (duas versões mais recentes)
- Safari (duas versões mais recentes)

Requisitos de rede

- Acesso HTTPS (porta 443) ao console de gerenciamento Storefront
- Sem restrições de VPN ou firewall bloqueando `*.your-storefront-domain.com` domínios (para visualização e implantação em vitrines)

Próximas etapas

- Criando sua conta

Tópicos relacionados

- Guia do vendedor do AWS Marketplace

Organizações

Gerencie as configurações globais, os membros da equipe, as políticas de segurança e os modelos de vitrines reutilizáveis da sua organização.

Configurações da organização

As configurações da organização controlam a configuração global da sua conta do AWS Marketplace Storefront, incluindo o nome da organização e as preferências gerais.

A página Configurações da organização contém as seguintes guias: Geral, Equipe, Segurança, Configuração de SSO, Avançado, Conectores e Modelo do Storefront. A guia Configuração de SSO está visível somente para os proprietários.

Para acessar as configurações da organização

1. No canto superior direito, escolha o avatar do seu perfil e, em seguida, selecione Configurações da organização.
2. Escolha a guia Geral.

Configurações configuráveis

Configuração	Description
Nome da organização	O nome da sua empresa ou equipe exibido no console
Ativar fuso horário personalizado (alternar)	Ative para configurar um fuso horário personalizado para sua organização
Fuso horário (menu suspenso)	Fuso horário usado para relatórios e notificações

Para atualizar as configurações da organização

1. Na página de configurações da organização, modifique os campos desejados.
2. Escolha Salvar.

As alterações entram em vigor imediatamente em todo o console.

Estrutura organizacional

Sua organização é o contêiner de nível superior para:

- Membros da equipe - Pessoas que gerenciam vitrines e contas
- Contas do Marketplace — contas de vendedor do AWS Marketplace conectadas
- Vitrines - Os catálogos de marca que você cria e implanta
- Conectores - Integrações com sistemas externos (CRM, ITSM, etc.)
- Modelos de vitrine - configurações de vitrine reutilizáveis

Tópicos relacionados

- the section called “Gerenciando membros da equipe”
- the section called “Configurações de segurança”
- Configurações de notificação
- the section called “Modelos de vitrine”

Gerenciando membros da equipe

Você pode adicionar, remover e gerenciar membros da equipe em sua organização. Os membros da equipe são as pessoas que administram vitrines, gerenciam contas do marketplace e definem as configurações.

Funções da organização

As funções são atribuídas por escopo na caixa de diálogo Editar usuário. Um usuário pode ter funções em mais de um escopo. A caixa de diálogo mostra seções separadas para organização, contas e vitrines. Quando você seleciona uma função de administrador, as funções implícitas são selecionadas automaticamente e o sistema desativa as caixas de seleção implícitas. Um usuário que se registra automaticamente recebe a função de Visualizador por padrão.

Perfil	Capacidades
Proprietário	Acesso total à organização. Papel mais importante. Pelo menos um proprietário deve permanecer na organização.
Administrador	Acesso administrativo total no nível da organização.
Visualizador	Read-only acesso no nível da organização.

Perfis de contas

Perfil	Capacidades
Administrador da conta	Acesso total à conta conectada do marketplace. Selecionar Administrador da conta seleciona automaticamente Gerenciam ento de anúncios, Gerenciamento de ofertas e Gerenciamento de relatórios.
Gerenciamento de listagem	Gerencie produtos e anúncios da conta.
Gerenciamento de ofertas	Gerencie ofertas para a conta.
Gerenciamento de relatórios	Visualize os relatórios da conta.

Funções de vitrine

Perfil	Capacidades
Administrador do Storefront	Acesso total à vitrine. Selecionar Storefront Admin seleciona automaticamente o Editor de conteúdo e o Gerenciamento de relatórios.
Editor de conteúdo	Edite o conteúdo da vitrine.
Gerenciamento de relatórios	Veja os relatórios da vitrine.

Para adicionar um membro da equipe

1. No canto superior direito, escolha o avatar do seu perfil, escolha Configurações da organização e, em seguida, escolha a guia Equipe.
2. Escolha + Adicionar usuário.
3. Insira o endereço de e-mail do membro da equipe.
4. Na caixa de diálogo Editar usuário, atribua funções para os escopos relevantes. Para conceder acesso à organização, escolha Proprietário, Administrador ou Visualizador. Para conceder acesso a uma conta ou vitrine específica do Marketplace, atribua funções nessas seções.
5. Escolha Convidar.

O membro da equipe recebe um convite por e-mail. Eles devem criar uma conta (ou fazer login com SSO) para aceitar o convite.

Para alterar a função de um membro da equipe

1. Na página Equipe, localize o membro da equipe.
2. Escolha a lista suspensa Função desse membro.
3. Escolha a nova função.
4. A alteração entra em vigor na próxima ação do membro.

Para remover um membro da equipe

1. Na página Equipe, localize o membro da equipe.
2. Escolha o menu de ações e escolha Remover.
3. Confirme a remoção.

O membro perde imediatamente o acesso à organização. Suas sessões ativas são encerradas.

Observações

- Pelo menos um proprietário deve permanecer na organização o tempo todo.
- A remoção de um membro não exclui os dados que ele criou (vitrines, anúncios etc.).

- Os membros da equipe podem pertencer a uma organização. Para conceder acesso a várias organizações, use endereços de e-mail separados.
- Os convites pendentes que não foram aceitos podem ser revogados na página da equipe.

Tópicos relacionados

- the section called “Configurações da organização”
- the section called “Configurando o login único para sua organização”
- RBAC e funções personalizadas

Configurações de segurança

As configurações de segurança permitem que você configure a autenticação de dois fatores para sua organização.

Para acessar as configurações de segurança

1. No canto superior direito, escolha o avatar do seu perfil, escolha Configurações da organização e, em seguida, escolha a guia Segurança.

Configurações disponíveis

Two-factor authentication

Aplique a autenticação de dois fatores para todos os membros da equipe:

1. Ative a opção Exigir Two-Factor autenticação para os usuários.
2. Todos os membros da equipe são solicitados a configurar a autenticação de dois fatores no próximo login.

Os membros da equipe podem concluir a configuração com o Google Authenticator ou o Microsoft Authenticator em cerca de um minuto.

Observações

- As configurações de segurança se aplicam somente ao console de gerenciamento. Eles não afetam o acesso do comprador às vitrines publicadas.
- As alterações nas configurações de segurança entram em vigor imediatamente para novas tentativas de login. As sessões existentes continuam até expirarem.

Tópicos relacionados

- the section called “Configurando o login único para sua organização”
- the section called “Gerenciando membros da equipe”

Configurando o login único para sua organização

O login único (SSO) permite que os membros da sua organização façam login no AWS Marketplace Storefront com seu provedor de identidade. O AWS Marketplace Storefront é compatível com Okta e Azure Entra ID. Somente proprietários da organização podem configurar o SSO.

Para configurar o SSO da organização

1. Escolha o avatar do seu perfil no canto superior direito, escolha Configurações da organização e escolha a guia Configuração de SSO.
2. Ative a opção Ativar SSO.
3. Para Provedor de Identidade, escolha Okta ou Azure Entra ID.
4. Insira o ID do cliente e o segredo do cliente do seu aplicativo provedor de identidade.
5. Para Okta, insira o Domínio (por exemplo, suaempresa.okta.com). Para Azure Entra ID, insira o ID do Locatário.
6. Escolha Salvar.
7. Escolha Testar conexão para verificar a configuração. A página mostra a data da última verificação de conexão.

Tópicos relacionados

- the section called “Gerenciando membros da equipe”

- the section called “Configurações de segurança”

Modelos de vitrine

Os modelos de vitrine permitem que você salve a configuração de uma vitrine como um modelo reutilizável. Em seguida, você pode criar novas vitrines a partir de um modelo para replicar configurações de design, seleções de produtos e configurações sem configuração manual.

O que é salvo em um modelo

Um modelo captura:

- Tipo de layout e configurações de design (cores, logotipo, tema)
- Critérios de seleção de produtos
- Estrutura Tag
- Configuração do BWA
- Configurações do fornecedor

Um modelo não captura:

- Estado ou URL de implantação
- Dados de análise
- Histórico de pedidos
- Configuração de SSO do Storefront. Para configuração, consultethe section called “Configurando o login único para uma vitrine”.
- Políticas de governança (grupos, segmentos)

Para criar um modelo a partir de uma vitrine

1. Navegue até a página da lista de vitrines.
2. Passe o mouse sobre o bloco da vitrine que você deseja usar como base para o modelo.
3. Escolha os três pontos verticais (mais opções) no canto superior direito do ladrilho.
4. Escolha Clonar.

5. Na caixa de diálogo Clonar, na caixa de diálogo O que você gostaria de fazer? No menu suspenso, escolha Criar modelo de vitrine.
6. Insira um nome para o modelo.
7. Escolha Criar.

O modelo é salvo na biblioteca de modelos da sua organização usando a configuração da vitrine selecionada.

Para criar uma vitrine a partir de um modelo

1. Escolha o avatar do seu perfil no canto superior direito, escolha Configurações da organização e, em seguida, escolha a guia Modelos de vitrine.
2. Escolha o modelo que deseja usar.
3. Insira um nome para a nova vitrine.
4. Escolha Criar.

A nova vitrine é criada com todas as configurações do modelo pré-aplicadas. Você pode modificar qualquer configuração antes da implantação.

Compartilhando modelos

Você pode compartilhar modelos com outras organizações ou membros da equipe por meio de convite por e-mail.

Para compartilhar um modelo

1. Na página do modelo do Storefront, localize o modelo.
2. Escolha o menu de ações e escolha Enviar convite.
3. Na caixa de diálogo Share Storefront Template, insira o endereço de e-mail do destinatário.
4. Escolha Enviar convite.

O destinatário recebe um e-mail com um link para importar o modelo.

Para importar um modelo compartilhado

1. Abra o link do modelo compartilhado do convite por e-mail.

2. Entre na sua organização (se ainda não estiver conectado).
3. Escolha Importar modelo.
4. O modelo é adicionado à biblioteca de modelos da sua organização.

Para editar o nome de um modelo

1. Na página do modelo do Storefront, encontre o modelo que você deseja editar.
2. Escolha o botão de edição.
3. Modifique o nome. Também é possível adicionar uma descrição.
4. Escolha Salvar.

Para excluir um modelo

1. Na página do modelo do Storefront, localize o modelo.
2. Escolha o menu de ações e escolha Excluir.
3. Confirme a exclusão.

A exclusão de um modelo não afeta as vitrines criadas a partir dele.

Tópicos relacionados

- Criando uma vitrine
- Clonando uma vitrine
- the section called “Configurações da organização”

Contas do Marketplace

Conecte e gerencie suas contas de vendedor do AWS Marketplace.

Tópicos

- Configuração da conta
- Listagens
- Ofertas e acordos
- Co-selling e parceiros

Configuração da conta

Conecte e gerencie suas contas de vendedor do AWS Marketplace no console Storefront.

Conectando sua conta do AWS Marketplace

Você pode conectar sua conta de vendedor do AWS Marketplace ao AWS Marketplace Storefront. Conectar uma conta permite que você importe suas próprias listagens de produtos, crie ofertas, gerencie contratos e acompanhe dados de medição diretamente do console do Storefront.

Pré-requisitos

- Uma conta de vendedor ativa do AWS Marketplace
- Permissões do AWS IAM para criar CloudFormation pilhas em sua conta
- Função de proprietário ou administrador no nível da organização.

Para conectar sua conta de vendedor do AWS Marketplace

1. Na janela principal da organização, escolha Criar conta.
2. Insira o nome da conta, escolha o provedor de nuvem (AWS) e escolha o tipo de conta (vendedor). Escolha Continuar.
3. Insira o ID da sua conta da AWS e escolha Confirmar.
4. Selecione Iniciar Pilha. Isso abre o CloudFormation console da AWS em uma nova guia.
5. No CloudFormation console, execute o CloudFormation modelo. Depois que a criação da pilha for concluída, acesse a guia Saídas e copie o ARN da função do IAM.

6. Volte para a página de configuração da conta. Cole o ARN da função do IAM na seção Configuração e configuração da conta do vendedor.
7. Escolha Iniciar descoberta e, em seguida, escolha Iniciar no console.
8. Volte para o CloudFormation console. Vá para Recursos e copie o ARN do DFKMSkey.
9. Volte para a página da conta e cole o ARN do DFKMSkey no campo designado.
10. Envie a configuração de armazenamento do feed de dados no AWS Marketplace. Isso é necessário para que o feed de dados seja entregue à sua conta.
11. Depois que a configuração do feed de dados for confirmada, escolha Continuar e, em seguida, escolha Criar conta.

Sua conta de vendedor aparece no painel de navegação e começa a sincronizar os dados do mercado (anúncios, ofertas, contratos e relatórios).

O que a conexão permite

Recurso	Sem conta	Com conta conectada
Importe produtos do mercado público	Sim	Sim
Importe seus próprios anúncios (incluindo anúncios limitados)	Não	Sim
Criação de ofertas privadas	Não	Sim
Exibir contratos e direitos	Não	Sim
Monitore a medição e o uso	Não	Sim
Veja os desembolsos e a receita	Não	Sim
Co-selling /Integração ACE	Não	Sim

Várias contas da

Você pode conectar várias contas de vendedor do AWS Marketplace a uma única organização. Cada conta aparece separadamente na navegação e mantém seus próprios anúncios, ofertas e contratos.

Tópicos relacionados

- the section called “Painel da conta”
- the section called “Configurações da conta”
- Criação de uma listagem de SaaS

Painel da conta

O painel da conta fornece uma visão geral da sua atividade no AWS Marketplace, incluindo assinaturas ativas, receita, oportunidades e métricas importantes.

Widgets do painel

Quando você abre uma conta conectada do marketplace, o painel exibe os seguintes widgets:

- GSS faturado
- Ofertas privadas
- Assinaturas ativas
- Autorizações de revendedor
- Listagens
- Avaliações gratuitas
- Dias de vendas pendentes
- Receita do parceiro
- Taxa da AWS

Gráficos de visão geral dos negócios

O cartão Visão geral do negócio exibe guias para ofertas privadas, assinantes ativos e GSS como um gráfico de linhas. O painel Metas mostra a meta do GSS e a meta do PO com uma ação Editar metas.

Para personalizar o painel

Use o seletor de período de tempo para alterar o intervalo de datas exibido. O valor de T12M representa os últimos 12 meses.

O botão Widgets no canto superior direito do cartão de métricas permite que você personalize quais widgets são exibidos. Vários widgets mostram contagens divididas, por exemplo, autorizações de revendedor (ativas e expiradas).

Observações

- Os dados do painel são atualizados quando você navega até a página. Ele não é atualizado automaticamente.
- Os dados de receita e desembolso podem ter um atraso de 24 a 48 horas no AWS Marketplace.
- Se nenhuma conta estiver conectada, o painel mostrará uma solicitação para conectar sua conta.

Tópicos relacionados

- Conectando sua conta do AWS Marketplace
- the section called “Configurações da conta”
- Receita faturada

Configurações da conta

As configurações da conta permitem que você configure os metadados, as preferências de notificação e o acesso da equipe da sua conta conectada do AWS Marketplace no console Storefront.

Para acessar as configurações da conta

Abra sua conta conectada e escolha a guia Configurações. A página da conta contém quatro guias: Notificações, Metadados, Equipe e Configurações.

Configurações gerais

Configuração	Description
Nome da conta	Nome de exibição dessa conta no console
ID da conta da AWS	Seu ID de conta da AWS de 12 dígitos (somente leitura após a conexão)

Configuração	Description
Status de conexão	Status atual da conexão da API
Última sincronização	Registro de data e hora da sincronização de dados mais recente

Preferências de notificação

Na guia Notificações, escolha + Adicionar para criar uma regra de notificação. Cada regra tem um nome, um recurso e um webhook.

Tópicos relacionados

- Conectando sua conta do AWS Marketplace
- the section called “Painel da conta”
- Gerenciando membros da equipe

Listagens

Crie e gerencie suas listagens de produtos do AWS Marketplace a partir do console Storefront.

Criação de uma listagem de SaaS

Você pode criar uma lista de produtos SaaS para o AWS Marketplace diretamente do console Storefront. O assistente de listagem orienta você em cada etapa da configuração do produto.

Pré-requisitos

- Uma conta de vendedor conectada do AWS Marketplace
- Registro de vendedor aprovado pelo AWS Marketplace
- Função de administrador da conta ou gerenciamento de listagem na conta conectada.

Para criar uma listagem de SaaS

1. Na sua conta conectada, escolha Produtos.
2. Escolha Adicionar anúncio.

3. Escolha um dos seguintes tipos de produto:
   - Contrato de SaaS
   - Assinatura de SaaS
   - AMI (por hora ou por hora)
   - Clonar listagem existente

   Os Serviços Profissionais e de Contêiner estão visíveis, mas desativados.
4. Conclua cada seção do assistente de listagem:
5. Revise o resumo do anúncio.
6. Escolha Enviar para revisão.

A listagem entra em um estado pendente enquanto o AWS Marketplace a analisa. Você recebe uma notificação quando ela é aprovada ou se são necessárias alterações.

Informações gerais

- SKU - O identificador de SKU do produto
- Fornecedor - O nome do fornecedor
- Website - O URL do site do produto
- Título — O nome que os compradores veem no AWS Marketplace
- Descrição do produto - Descrição detalhada do produto
- Breve descrição do produto - Breve resumo do produto
- URL do logotipo do produto - URL S3 para o logotipo do seu produto. Esse campo aceita uma URL do S3.
- Link do vídeo do produto - URL para um vídeo do produto

Preços

Configure o modelo de preços para seu produto SaaS:

- Dimensões de preços - defina as unidades pelas quais os compradores são cobrados (por exemplo, usuários, chamadas de API, GB)
- Termos do contrato - Escolha entre as seguintes durações:
  - Mensal

- 1 ano
- 2 anos
- 3 anos

Depois que seu produto for publicado como Limitado, você não poderá alterar o número de dimensões de preços ou os nomes das dimensões.

Para obter mais informações sobre modelos de preços, consulte Preços no Guia do vendedor do AWS Marketplace.

Notificações

Na seção Notificações, escolha um valor no menu suspenso Selecionar notificação (padrão: Nenhum).

Observações

- A criação de anúncios por meio do console usa a API do AWS Marketplace Catalog. Certifique-se de que sua conta conectada tenha as permissões necessárias do IAM.
- Você pode salvar um rascunho a qualquer momento e voltar para concluí-lo mais tarde.
- Depois que um anúncio estiver ativo, você poderá atualizá-lo criando uma nova versão.

Tópicos relacionados

- Criando uma Multi-Product solução
- the section called “Usando modelos de listagem”
- the section called “Gerenciando tags e categorias em produtos”

Criando uma Multi-Product solução

Uma lista de Multi-Product soluções agrupa vários produtos relacionados em uma única oferta de solução. Os compradores podem descobrir e avaliar a solução completa em uma página de listagem e, em seguida, adquirir componentes individuais.

Pré-requisitos

- Uma conta de vendedor conectada do AWS Marketplace

- 2 a 7 listas de produtos ativos para incluir na solução
- Função de administrador da conta ou gerenciamento de listagem na conta conectada.

Para criar uma Multi-Product solução

1. Na sua conta conectada, escolha Produtos.
2. Escolha Criar anúncio.
3. Escolha Multi-Product Solução como o tipo de produto.
4. Complete cada seção:
5. Revise o resumo da solução.
6. Escolha Enviar para revisão.

Produtos

Escolha os produtos que compõem essa solução:

1. Escolha Adicionar produto.
2. Pesquise e escolha produtos de suas listagens ativas.
3. Para cada produto, adicione uma descrição da função explicando como ela se encaixa na solução.
4. Organize os produtos na ordem de exibição.

Casos de uso

Descreva como os compradores usam a solução:

1. Escolha Adicionar caso de uso.
2. Insira um título e uma descrição para cada caso de uso.
3. Adicione até 3 casos de uso.

Mídia promocional

Adicione conteúdo visual para mostrar a solução:

- Diagrama de arquitetura - Faça upload de um diagrama mostrando como os componentes funcionam juntos

- Vídeo de demonstração - Link para um vídeo de demonstração do produto
- Capturas de tela - Faça upload de até 5 capturas de tela

Recursos adicionais do

Vincule materiais de apoio:

- Whitepapers
- Estudos de caso
- Guias de implementação
- Links de documentação

Observações

- Os produtos incluídos em uma Multi-Product solução devem ser listagens ativas do AWS Marketplace.
- A lista de soluções não altera o preço ou a aquisição de produtos individuais. Os compradores ainda adquirem cada produto separadamente.
- Você pode atualizar os produtos incluídos em uma solução depois que ela for publicada.

Tópicos relacionados

- the section called “Criação de uma listagem de SaaS”
- the section called “Usando modelos de listagem”
- Compartilhamento de produtos

Usando modelos de listagem

Os modelos de anúncio preenchem previamente os campos comuns ao criar uma nova lista de produtos, reduzindo o tempo de configuração de produtos que compartilham configurações semelhantes.

Para usar um modelo durante a criação do anúncio

1. Na sua conta conectada, escolha Produtos.

2. Escolha Adicionar anúncio.
3. Na parte superior do formulário Adicionar anúncio, abra o menu suspenso Modelo de pesquisa - opcional e escolha um modelo. A seleção preenche o formulário.
4. Preencha os campos obrigatórios restantes e envie.

Modelos do disponíveis

Os modelos são baseados em configurações de listagem comuns:

- Listagem SaaS padrão
- Usage-based Listagem de SaaS
- Listagem de contratos de SaaS
- Listagem da AMI (básica)
- Multi-Product Solução

Observações

- Os modelos preenchem previamente os campos, mas não os bloqueiam. Você pode alterar qualquer valor pré-preenchido.
- Os modelos são gerenciados no nível da organização. Entre em contato com seu administrador para solicitar novos modelos.

Tópicos relacionados

- the section called “Criação de uma listagem de SaaS”
- Modelos de vitrine

Gerenciando tags e categorias em produtos

Você pode atribuir tags e categorias aos seus produtos para melhorar a visibilidade em suas vitrines e ajudar os compradores a encontrar produtos relevantes.

Tags versus categorias

Recurso	Tags	Categorias
Escopo	Storefront-level (específico para cada vitrine)	Product-level (aplica-se em todas as vitrines)
Finalidade	Filtrar a navegação em uma vitrine	Classificação e pesquisa de produtos
Atribuição	Atribuído na guia Tags da vitrine	Atribuído durante a criação ou edição do produto

Para atribuir categorias a um produto

1. Na sua conta conectada, escolha Produtos.
2. Escolha o produto a ser editado.
3. Na seção Geral, defina a Categoria de Produto 1 (obrigatório) e, opcionalmente, a Categoria de Produto 2 e a Categoria de Produto 3.
4. Escolha Salvar.

Para adicionar tags personalizadas a um produto

As tags personalizadas fornecem metadados adicionais para uso na filtragem de vitrines:

1. Escolha o produto a ser editado.
2. Escolha Tags.
3. Escolha Adicionar tag e insira um nome de tag (por exemplo, “enterprise”, “starter-friendly”, “compliance”).
4. Escolha Salvar.

Essas tags estão disponíveis para atribuição ao configurar filtros de tags de vitrine.

Caixa de diálogo de tags

Você também pode gerenciar etiquetas em massa na visualização da lista de produtos:

1. Na página Produtos, escolha um ou mais produtos usando as caixas de seleção.
2. Escolha Gerenciar tags no menu de ações.
3. Adicione ou remova etiquetas para os produtos selecionados.
4. Escolha Aplicar.

Tópicos relacionados

- Como gerenciar tags
- Categorias e emblemas
- the section called “Configurando a visibilidade do anúncio”

Configurando a visibilidade do anúncio

Você pode controlar se um produto é visível publicamente no AWS Marketplace ou limitado a compradores específicos. As configurações de visibilidade determinam quem pode descobrir e acessar seus produtos.

Opções de visibilidade

Visibilidade	Description
Public	Visível para todos os compradores no AWS Marketplace e em suas vitrines
Limitado	Produtos limitados só são visíveis para contas permitidas da AWS. Isso inclui a conta de vendedor na qual você está conectado.
Restrito	Os usuários existentes podem continuar usando o produto. O produto não está mais visível para o público ou disponível para novos usuários.

Para alterar a visibilidade do produto

1. Na sua conta conectada, escolha Produtos.

2. Escolha o produto.
3. Escolha Atualizar visibilidade no menu de ações.
4. Na caixa de diálogo Atualizar visibilidade do anúncio, escolha Público, Limitado ou Restrito.
5. Selecione Atualizar.

Produtos limitados nas vitrines

Limited-visibility os produtos ainda podem ser exibidos em suas vitrines. Isso é útil para:

- Partner-exclusive produtos que não deveriam aparecer no AWS Marketplace público
- Pre-launch produtos compartilhados com compradores selecionados
- Ferramentas internas disponíveis somente para a comunidade de compradores da sua organização

Para incluir produtos limitados em uma vitrine:

1. Abra a guia Seleção da vitrine.
2. Escolha a guia Fonte de meus produtos.
3. Produtos limitados da sua conta conectada aparecem aqui junto com os produtos públicos.
4. Escolha os produtos limitados a serem incluídos.

Observações

- A alteração da visibilidade não afeta os contratos existentes ou as assinaturas ativas.
- Produtos limitados podem ser acessados por meio de URL direto, mesmo que não estejam em uma loja.
- As alterações de visibilidade podem levar alguns minutos para se propagar pelo AWS Marketplace.

Tópicos relacionados

- Importação de produtos
- the section called “Gerenciando tags e categorias em produtos”
- Compartilhamento de produtos

Ofertas e acordos

Crie ofertas privadas e gerencie contratos, assinaturas e medições para sua conta conectada.

Criação de ofertas

Você pode criar ofertas privadas para compradores específicos no console do Storefront. As ofertas privadas oferecem preços, condições e cronogramas de pagamento personalizados de acordo com as necessidades individuais do comprador.

> **Note**
>
> Não há suporte para ofertas privadas para produtos descontinuados.

Pré-requisitos

- Uma conta de vendedor conectada do AWS Marketplace
- Pelo menos uma lista de produtos ativa
- Função de administrador da conta ou gerenciamento de ofertas na conta conectada.

Tipos de oferta

O console fornece geradores de ofertas para cada modelo de preços:

Gerador	Description
Contrato de SaaS	Fixed-term contrato com quantidades definidas por dimensão de preço
Assinatura de SaaS	Usage-based assinatura com preços pré-pagos
AMI	Amazon Machine Image com preços por hora ou anual

Para criar uma oferta privada

O processo de criação da oferta é um assistente de várias etapas com os controles Cancelar, Anterior e Avançar.

1. Na sua conta conectada, escolha Ofertas.
2. Escolha Criar oferta.
3. Escolha um valor de Selecionar ISV (padrão Self) e um valor de Selecionar Produto.
4. Insira uma ou mais IDs de conta da AWS do comprador em Comprador (es) - ID (s) da conta da AWS (máximo de 24 IDs; sua conta é adicionada automaticamente).
5. Ative a caixa de seleção Cronograma de pagamento flexível para ativar unidades fixas e permitir que os compradores paguem por esse produto em parcelas.
6. Escolha Avançar para prosseguir com as etapas subsequentes do assistente para preços, duração do contrato, EULA e detalhes da oferta.
7. Analise o resumo da oferta.
8. Escolha Criar oferta.

A oferta é criada no AWS Marketplace e o comprador recebe uma notificação para analisá-la e aceitá-la.

Produto e preços

- Dimensões de preços - Configure quantidades e preços por dimensão
- Duração do contrato - Defina a duração da oferta (mensal, 1 ano, 2 anos, 3 anos)
- Cronograma de pagamento - Configure pagamento adiantado, parcelado ou sob demanda

Detalhes da oferta

- Nome da oferta - Nome interno para rastreamento
- Expiração da oferta - Data em que a oferta expira se não for aceita
- EULA - Anexe o contrato de licença do usuário final (uso padrão ou personalizado)
- Campos personalizados - termos ou metadados adicionais

Status da oferta

Status	Description
Pendente	Criado, aguardando a aceitação do comprador

Status	Description
Aceito	O comprador aceitou a oferta
Expirou	A oferta expirou antes da ação do comprador
Recusado	O comprador recusou a oferta

Tópicos relacionados

- Ofertas de clonagem
- the section called “Baixando PDFs de ofertas”
- Ofereça geradores

Baixando PDFs de ofertas

Você pode baixar uma versão em PDF de qualquer oferta privada para manutenção de registros, aprovações internas ou compartilhamento com compradores fora do console do AWS Marketplace.

Para baixar um PDF de oferta

1. Escolha Baixar PDF no menu de ações.
2. Na caixa de diálogo Baixar PDF, os detalhes da oferta (visão geral; preços e pagamento; informações de contato do cliente) são incluídos por padrão e não podem ser desativados.
3. Opcionalmente, escolha Metadados, EULA e Termos de Serviço ou Instruções para Compradores.
4. Escolha Baixar.

Casos de uso

- Fluxos de trabalho internos de aprovação: compartilhe o PDF com as equipes financeiras ou jurídicas antes de enviá-lo ao comprador.
- Manutenção de registros - Arquive as ofertas aceitas para fins de auditoria.
- Comunicação com o comprador — envie o PDF para os contatos do comprador que talvez não tenham acesso ao console do AWS Marketplace.

Observações

- Os PDFs refletem o estado da oferta no momento do download.
- Se a oferta for modificada após o download, o PDF ficará desatualizado. Faça o download de uma nova cópia após as alterações.
- A geração de PDF está disponível para ofertas em qualquer status.

Tópicos relacionados

- the section called “Criação de ofertas”
- Ofertas de clonagem

Visualizando contratos

A seção Acordos mostra todos os contratos ativos e históricos associados à sua conta conectada do AWS Marketplace.

Para ver os contratos

1. Escolha a guia Contratos na barra superior da conta (ao lado de Ofertas, Modelos de oferta, Autorizações de venda e Pacotes).
2. A lista de contratos exibe as seguintes colunas:

Coluna
ID do contrato
ID da oferta
Status
Oferta aceita em
Data de início do contrato
Data de término do contrato

3. Use as guias de status (Tudo, Ativo, Expirado), o campo Pesquisar e os controles Sincronizar, Atualizar e Exportar para encontrar contratos.

Visualização de detalhes do contrato

Escolha um contrato para abrir seus detalhes em uma gaveta lateral. A gaveta exibe os seguintes campos:

- ID do contrato
- ID da oferta
- ID do proponente
- ID do aceitador
- Nome da oferta
- Nome do produto
- Status
- Tipo de contrato
- Duração
- Tipo de produto
- Oferta aceita em
- Start Time
- Termina em
- ID do produto
- Documento EULA
- Renovação automática
- Valor da compra
- Taxa de listagem da AWS (%)
- Net
- Renovação

A gaveta também inclui uma seção de metadados.

Tópicos relacionados

- the section called “Visualizando assinaturas ativas”

Visualizando assinaturas ativas

A seção Medição mostra todas as assinaturas ativas com dados de uso de seus produtos medidos. Ao abrir a Medição, você é direcionado para a guia Assinaturas ativas.

Para ver as assinaturas ativas

1. Na sua conta conectada, escolha Medição.
2. A lista de assinaturas exibe as seguintes colunas:

Coluna
ID do contrato
ID da oferta
ID do proponente
ID do aceitador
Nome da oferta
Nome do produto

3. Use as guias (Assinaturas ativas, Todas, Falhadas, Verificadas, Agendadas) e o campo Pesquisar para encontrar assinaturas. Escolha + Adicionar novo para adicionar um registro de medição.

Visualização de detalhes da assinatura

A visualização detalhada mostra:

Seção	Informações
Visão geral do	ID da assinatura, comprador, produto, status, datas

Seção	Informações
Usage	Uso do período atual por dimensão
Histórico de medição	Envios anteriores com registros de data e hora e valores
Faturamento	Valores faturados e status do pagamento

Observações

- As assinaturas ativas refletem dados em tempo real do AWS Marketplace Metering Service.
- Atualizações de dados de uso à medida que os registros de medição são enviados (pelo seu aplicativo ou por meio de medição programada).
- As assinaturas canceladas pelo comprador permanecem visíveis com o status “Cancelado” para referência histórica.

Tópicos relacionados

- the section called “Gerenciando a medição programada”
- the section called “Visualizando contratos”

Gerenciando a medição programada

Você pode agendar envios de medição para seus produtos baseados em uso diretamente do console Storefront. A medição programada automatiza o processo de relatar o uso do comprador ao AWS Marketplace.

Para ver as medições programadas

1. Na sua conta conectada, escolha Medição.
2. Selecione a guia Programado.
3. A lista exibe as seguintes colunas:

Coluna
Identificador do contrato
ID da conta AWS do cliente
Título do produto
Horário de início do cronograma
Status
Registros enviados

Para criar uma regra de medição programada

1. Na guia Agendado, escolha + Adicionar novo.
2. O formulário é aberto em linha. Configure os campos a seguir.
   - Título do produto
   - ID da conta AWS do cliente
   - ID da API Dimension
   - Quantidade
3. Use o botão Agendar para ativar um envio agendado único. Use o botão Programação recorrente para permitir envios repetidos em um intervalo definido.
4. Selecione Enviar.

Para editar uma medição programada

1. Escolha a regra programada.
2. Escolha Editar.
3. Modifique o arquivo de configuração.
4. Selecione Enviar.

Para pausar ou retomar

1. Escolha a regra programada.
2. Escolha Pausar para interromper temporariamente os envios ou Retomar para reiniciar.

As regras pausadas não enviam registros de medição até serem retomadas.

Tratamento de erros

Se o envio de uma medição programada falhar:

- O status muda para Erro.
- Uma mensagem de detalhes do erro indica o motivo (por exemplo, dimensão inválida, assinatura cancelada).
- Você recebe uma notificação (se configurada).
- O sistema tentará novamente no próximo intervalo programado, a menos que a assinatura não seja mais válida.

Observações

- A medição programada é enviada ao AWS Marketplace Metering Service em seu nome usando as credenciais da sua conta conectada.
- Os registros de medição devem ser enviados dentro de 6 horas após o evento de uso. Garanta que a frequência de sua programação corresponda às suas necessidades de relatórios.
- Para medição de alto volume, considere usar a API diretamente do seu aplicativo.

Tópicos relacionados

- the section called “Visualizando assinaturas ativas”
- Receita faturada

Co-selling e parceiros

Gerencie oportunidades de venda conjunta e autorizações de venda de parceiros de canal.

Gerenciando oportunidades de venda conjunta

Você pode acompanhar, atualizar e gerenciar suas oportunidades de venda conjunta na página Co-Selling Oportunidades. A página fornece uma visão geral de todas as oportunidades.

Para ver oportunidades

1. Na sua conta conectada, escolha Co-Selling Oportunidades.
2. A tabela de oportunidades exibe as seguintes colunas:
   - Fonte
   - Status
   - Estágio
   - ID da oportunidade
   - Nome da empresa do cliente
   - Título do projeto
3. Use o menu suspenso Todas as oportunidades para filtrar; a coluna Fonte mostra se uma oportunidade é originada por um parceiro AWS-originated ou se ela é originada por um parceiro.
4. Os seguintes filtros estão disponíveis:
   - Pesquisa
   - Lista suspensa Todas as oportunidades
   - Sincronização
   - Atualizar
5. Os valores de status são: Envio pendente, Enviado e Aprovado.

Para ver detalhes adicionais

A visualização detalhada da oportunidade inclui:

- Histórico de atividades - Cronograma de mudanças e atualizações de estágio
- Feedback da AWS — Comentários ou orientações da AWS (para oportunidades aceitas)
- Ofertas relacionadas - Ofertas privadas criadas para esta oportunidade
- Contatos — contatos do cliente e da AWS associados

Pipeline de oportunidades

O resumo do funil na parte superior da página de Co-Selling Oportunidades mostra os seguintes cartões:

- Todas as oportunidades
- Originado na AWS
- Originado pelo parceiro
- Receita estimada do pipeline
- Taxa WIN
- Taxa de validação

Observações

- As oportunidades sincronizadas com o ACE seguem as regras do programa de venda conjunta da AWS. Consulte seu contrato de parceria para obter os requisitos de elegibilidade.
- As oportunidades recebidas (da AWS) podem incluir benefícios de indicação ou ofertas de suporte técnico.
- O arquivamento de uma oportunidade a remove da exibição ativa, mas a retém para geração de relatórios.

Tópicos relacionados

- Criação de oportunidades de venda conjunta
- Conector AWS ACE
- Co-selling Automation

Autorizações de venda

As autorizações de venda permitem que você autorize os parceiros de canal a revender seus produtos por meio de suas próprias lojas ou diretamente aos compradores por meio de Ofertas Privadas de Parceiros de Canal (CPPO).

Para ver as autorizações de venda

1. Na sua conta conectada, escolha Autorizações de venda.
2. A lista exibe:
   - ID de autorização
   - Nome do parceiro e ID da conta da AWS
   - Nome do produto
   - Status (ativo, expirado, revogado)
   - Data de autorização
   - Data de expiração

Para criar uma autorização de venda

1. Escolha Criar autorização.
2. Preencha o formulário:
   - ID da conta AWS do parceiro — ID da conta AWS de 12 dígitos do revendedor
   - Produto - Selecione o produto a ser autorizado para revenda
   - Preços - Defina o preço de atacado ou o desconto para o parceiro
   - Duração - Por quanto tempo a autorização é válida
   - Termos - Quaisquer termos ou restrições adicionais de revenda
3. Escolha Criar.

O parceiro recebe uma notificação e pode começar a criar CPPOs para seu produto.

Gerenciando autorizações

- Revogar - cancele uma autorização ativa. O parceiro não pode mais criar novos CPPOs, mas os acordos existentes permanecem ativos.
- Estender - Estenda a data de expiração de uma autorização.
- Editar - Modifique preços ou termos (aplica-se somente a futuros CPPOs).

Observações

- As autorizações de venda são gerenciadas por meio da API do AWS Marketplace Catalog. Certifique-se de que sua conta conectada tenha as permissões necessárias.
- Para obter mais informações sobre como o CPPO funciona, consulte Ofertas privadas de parceiros de canal no Guia do vendedor do AWS Marketplace.

Tópicos relacionados

- Criação de ofertas
- Conectando sua conta do AWS Marketplace

Vitrines

Crie, projete, configure e implante vitrines.

Uma vitrine pode mostrar produtos de outros parceiros junto com seus próprios produtos do AWS Marketplace.

Tópicos

- Criação e implantação de vitrines
- Configurando o login único para uma vitrine
- Design e layout
- Catálogo de produtos
- Compre com a AWS
- Governança

Criação e implantação de vitrines

Crie, clone, implante e vincule vitrines para publicar seu catálogo aos compradores.

Criação de uma vitrine

Você pode criar uma nova vitrine para organizar e publicar um catálogo de produtos do AWS Marketplace para seus compradores. Cada vitrine é uma página da web dedicada à marca, na qual os compradores navegam, avaliam e adquirem produtos por meio do AWS Marketplace.

Pré-requisitos

- Uma organização ativa do AWS Marketplace Storefront
- Pelo menos uma conta de vendedor conectada do AWS Marketplace
- Função de proprietário ou administrador no nível da organização, além de administrador de vitrine na vitrine de destino.

Para criar uma vitrine

1. No painel de navegação, escolha Contas e vitrines.
2. Escolha Criar vitrine.

3. Insira um nome para a vitrine.
4. (Opcional) Ative o Use GenAI para criar uma vitrine para gerar conteúdo inicial automaticamente.
5. Escolha Criar.

   A vitrine é criada no estado de rascunho. Agora você pode definir configurações de design, produtos, tags e implantação.

Próximas etapas

Depois de criar uma vitrine, você normalmente:

- Configurar o design e o layout
- Importe produtos para seu catálogo de vitrine
- Configurar tags e filtros para navegação
- Configure o Buy With AWS para aquisição
- Implante a vitrine

Tópicos relacionados

- the section called “Clonando uma vitrine”
- Tipos de layout

Clonando uma vitrine

Você pode clonar uma vitrine existente para criar uma cópia com as mesmas configurações de design, seleções de produtos e configurações. A clonagem é útil quando você precisa criar uma vitrine semelhante para um público ou região diferente sem começar do zero.

Pré-requisitos

- Uma vitrine existente em sua organização
- Função de administrador do Storefront na vitrine de origem.

Para clonar uma vitrine

1. No painel de navegação, escolha Contas e vitrines.

2. Localize a vitrine que você deseja clonar.
3. Escolha o menu de ações no cartão da vitrine e, em seguida, escolha Clonar.

   O menu de ações em um cartão de vitrine contém Editar, Clonar e Excluir.
4. Insira um nome para a vitrine clonada.
5. Escolha Clonar.

   A nova vitrine é criada no estado de rascunho com todas as configurações copiadas da vitrine de origem. Você pode modificar qualquer configuração antes da implantação.

O que é clonado

As configurações a seguir são copiadas para a nova vitrine:

- Tipo de layout e configuração do design
- Tema de cores e marca
- Seleções de produtos
- Estrutura e filtros de tags
- Configuração do BWA (compre com a AWS)
- Configurações do fornecedor

O que não é clonado

- Status de implantação (o clone começa no rascunho)
- Dados de análise
- Histórico de pedidos
- Configuração de SSO do Storefront (deve ser reconfigurada). Para configuração, consultethe section called “Configurando o login único para uma vitrine”.

Tópicos relacionados

- the section called “Criação de uma vitrine”
- Modelos de vitrine

Implantação

Depois de definir o design, os produtos e as configurações da sua vitrine, você os implanta para torná-los acessíveis aos compradores. A implantação publica a vitrine em sua URL configurada.

Estados da vitrine

Estado	Description
Rascunho	O Storefront está sendo configurado. Não acessível aos compradores.
Implantado	O Storefront está ativo e acessível em seu URL.
Desabilitado	O Storefront foi implantado anteriormente, mas agora está off-line.

Para implantar uma vitrine

1. Abra a vitrine e escolha a guia Checkout & Deployment.
2. Ative o botão Implantar sua vitrine e escolha Salvar.
3. A vitrine fica acessível em. `https://<name>.storefront.marketplace.aws.com`

URL da vitrine

Por padrão, sua vitrine pode ser acessada em:

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

O subdomínio é derivado do nome da vitrine.

Use o campo Atualizar domínio para alterar o subdomínio do URL da sua vitrine.

Os controles a seguir estão disponíveis para o URL da vitrine:

- Abrir link — abre o URL da vitrine em uma nova guia do navegador.
- Copiar link — copia o URL da vitrine para sua área de transferência.

- Link de compartilhamento — gera um link compartilhável para distribuição aos compradores ou partes interessadas.

Compre com o AWS Toggles

Na guia Checkout & Deployment, o botão Comprar com a AWS permite Comprar com a AWS para a vitrine. O botão Comprar com a AWS controla se o banner Comprar com a AWS é exibido. Ambos alternam o padrão para ativado.

Para desativar uma vitrine

1. Abra a vitrine e escolha a guia Checkout & Deployment.
2. Desative a opção Implantar sua vitrine e escolha Salvar.
3. A vitrine é colocada off-line. Os compradores que visitam o URL veem uma mensagem indisponível.

Você pode reimplantar uma vitrine desativada a qualquer momento sem perder a configuração.

Atualizando uma vitrine ativa

As alterações feitas em uma vitrine implantada (design, produtos, tags) entram em vigor imediatamente após serem salvas. Não há uma etapa separada de reimplantação. Os compradores veem as atualizações assim que você as salva.

Tópicos relacionados

- the section called “Criação de uma vitrine”
- the section called “Vinculação e incorporação”
- the section called “Configurando o login único para uma vitrine”

Vinculação e incorporação

Você pode gerenciar as relações de listagem da sua vitrine na guia Vinculação.

Gerenciando relações de listagem

Na guia Vinculação, escolha Adicionar novo link para gerenciar as relações entre anúncios. As listagens vinculadas à lista principal mostram as listagens vinculadas.

Tópicos relacionados

- the section called “Implantação”
- Tipos de layout

Configurando o login único para uma vitrine

Você pode ativar o login único (SSO) para que os compradores acessem uma loja com seu provedor de identidade. O AWS Marketplace Storefront é compatível com Okta e Azure Entra ID.

Para configurar o Storefront SSO

1. Abra a vitrine e escolha a guia Configuração de SSO.
2. Ative a opção Ativar SSO.
3. Para Provedor de Identidade, escolha Okta ou Azure Entra ID.
4. Insira o ID do cliente e o segredo do cliente do seu aplicativo provedor de identidade.
5. Para Okta, insira o Domínio. Para Azure Entra ID, insira o ID do Locatário.
6. Escolha Salvar.
7. Escolha Testar conexão para verificar a configuração.

Tópicos relacionados

- the section called “Implantação”
- the section called “Configurando o login único para sua organização”

Design e layout

Escolha um tipo de layout e personalize as seções de design, identidade visual e conteúdo da sua vitrine.

Tipos de layout

Ao criar uma vitrine, você escolhe um tipo de layout que determina a estrutura, a aparência e o modelo de implantação. Cada tipo de layout é projetado para um caso de uso específico.

Tipos de layout disponíveis

Em Estilo de layout, as seguintes opções estão disponíveis:

Autônomo

Uma vitrine de página inteira implantada em um domínio ou subdomínio dedicado. Use esse layout quando quiser uma vitrine independente que funcione como seu próprio destino na web.

Incorporado

Uma vitrine projetada para se integrar a uma página da web existente por meio de um iframe. Esse layout preserva a arquitetura atual do seu site e adiciona recursos de comércio a uma seção designada.

Comércio eletrônico

Um layout de grade de produtos com uma experiência de navegação no estilo de compra. Esse layout inclui uma seção de banner e blocos de produtos otimizados para catálogos de alto volume.

Campaign

Um layout de página de destino otimizado para geração de demanda e marketing direcionado. Esse layout inclui seções de heróis, destaques de produtos em destaque, seções de recursos e elementos de proposta de valor.

Alterando o tipo de layout

Você pode alterar o tipo de layout a qualquer momento antes ou depois da implantação. Quando você altera o tipo de layout, a vitrine se reestrutura para corresponder ao novo layout. As seleções de produtos e as configurações de etiquetas são preservadas.

1. Abra a vitrine e escolha a guia Design.
2. Em Estilo de layout, escolha uma opção de layout diferente.
3. Escolha Salvar.

Estilos de painel de filtro

Em Opções, o controle Filtros oferece Compact e Accordion. O controle de tamanho dos produtos oferece pequeno, médio e grande porte.

Tamanhos de ladrilhos de

Você pode controlar o tamanho dos blocos de produtos na página inicial da loja:

- Ladrilhos pequenos - compactos, mais produtos visíveis por linha.
- Médio - Tamanho de ladrilho balanceado (padrão).
- Grande - Azulejos proeminentes com mais detalhes visíveis.

Tópicos relacionados

- Criando uma vitrine
- the section called “Personalização de cores e temas”
- the section called “Layout da campanha”
- the section called “E-Commerce layout”

Layout da campanha

O layout da campanha cria uma vitrine no estilo landing page otimizada para geração de demanda, lançamentos de produtos e campanhas de marketing. Inclui seções configuráveis para conteúdo de heróis, produtos em destaque, vídeo, propostas de valor e recursos.

Seções de layout da campanha

Uma vitrine do Campaign é composta pelas seguintes seções, cada uma configurável de forma independente:

Seção de heróis

A área superior do banner que fornece a primeira impressão aos visitantes.

- Título - Mensagem principal
- Subtítulo - Texto de apoio
- URL do banner - Carregue ou forneça um URL para a imagem do banner
- URL do favicon - Carregue ou forneça um URL para o favicon

Logo

A configuração do logotipo para o cabeçalho do layout da campanha. Consulte the section called "Logotipo e botão home" para obter detalhes do campo.

Botão home

A configuração do botão home para o cabeçalho do layout da campanha. Consulte the section called "Logotipo e botão home" para obter detalhes do campo.

Seção de produtos

A seção Produto tem um campo de cabeçalho de seção; o valor padrão é Produtos em destaque.

Vídeo e proposta de valor

Uma seção opcional para comunicar os principais benefícios por meio de vídeo e mensagens estruturadas.

- URL de incorporação do vídeo - Incorpore um vídeo (YouTube, Vimeo ou URL direto)
- Proposta de valor - Até 4 declarações de benefícios com ícones ou descrições curtas

Para obter mais informações, consulte the section called "Vídeo e propostas de valor".

Seção de recursos

Uma seção para vincular conteúdo externo, como white papers, estudos de caso ou documentação. Cada cartão de recurso tem os seguintes campos:

- Título
- Descrição
- Rótulo do link
- URL do link

Para configurar um layout de campanha

1. Abra a vitrine e escolha a guia Design.
2. Escolha Campanha como estilo de layout.
3. Configure cada seção usando os painéis de formulário que aparecem:

- Preencha os campos da seção Herói
- Configurar a seção Produto
- (Opcional) Adicione uma URL de incorporação de vídeo e entradas de proposta de valor
- (Opcional) Adicionar recursos

4. Escolha Salvar.
5. Visualize a vitrine para verificar o layout antes da implantação.

Tópicos relacionados

- the section called “Tipos de layout”
- the section called “Vídeo e propostas de valor”
- the section called “Personalização de cores e temas”

E-Commerce layout

O E-Commerce layout fornece uma experiência de navegação na grade de produtos com uma seção de banner, otimizada para vitrines com catálogos grandes, onde os compradores comparam e avaliam vários produtos.

E-Commerce recursos de layout

- Seção de banner - Uma área de cabeçalho configurável com identidade visual e mensagens
- Grade de produtos - Uma grade responsiva de blocos de produtos com filtragem e classificação
- Barra lateral do filtro - Filtragem baseada em categorias e tags para navegação rápida
- Pesquisa - Full-text pesquise títulos e descrições de produtos

Para configurar um E-Commerce layout

1. Abra a vitrine e escolha a guia Design.
2. Escolha comércio eletrônico como estilo de layout.
3. Configure a seção de banner:
   - Título principal - O texto do título principal do banner
   - Mensagem de boas-vindas - Texto de apoio exibido abaixo do título

- Tamanho da sobreposição do título (%) - A porcentagem da largura do banner que o título ocupa
- Alinhamento do título - posicione o título à esquerda, ao centro ou à direita

4. Defina as configurações da grade de produtos:
   - Escolha o tamanho padrão do bloco do produto (pequeno, médio ou grande)
   - Configure o número de produtos por linha
   - Ativar ou desativar a exibição de preços em blocos
5. Escolha Salvar.

Quando usar o E-Commerce layout

Use esse layout quando:

- Seu catálogo contém muitos produtos
- Os compradores precisam pesquisar, comparar e filtrar entre categorias
- Você quer uma experiência de compra familiar com o mínimo de seções de conteúdo personalizado

Para vitrines com menos produtos ou onde as mensagens de marketing são mais importantes, considere o layout da campanha ou o layout independente.

Tópicos relacionados

- the section called “Tipos de layout”
- Importação de produtos
- Categorias e emblemas

Personalização de cores e temas

Você pode personalizar a paleta de cores da sua vitrine para combinar com a marca da sua organização. Acesse a seção Cores na guia Design para configurar as cores da sua vitrine.

Elementos de cores configuráveis

Os seguintes elementos de cor são configuráveis:

- Cor primária
- Cor do botão
- Cor do título

Para personalizar cores

1. Abra a vitrine e escolha a guia Design.
2. Role até a seção Cores.
3. Para cada elemento de cor, escolha o quadrado colorido para abrir o seletor de cores. O seletor de cores fornece um gradiente HSV e um controle deslizante de matiz.
4. Escolha Salvar para aplicar a cor.

Práticas recomendadas

- Mantenha contraste suficiente entre as cores do texto e do plano de fundo para facilitar a leitura.
- Use a cor da marca primária da sua organização para a configuração Cor primária.
- Teste as cores nas janelas de exibição do desktop e do celular.

Tópicos relacionados

- the section called “Tipos de layout”
- the section called “Logotipo e botão home”

Logotipo e botão home

Você pode configurar um logotipo personalizado e um botão inicial para o cabeçalho da sua vitrine. O logotipo representa a marca da sua organização, e o botão home fornece navegação de volta à página principal da loja ou a um URL externo.

Para configurar o logotipo

1. Abra a vitrine e escolha a guia Design.
2. Na seção Logotipo, insira o URL do logotipo. Cole o URL ou escolha Carregar para carregar uma imagem.

3. Escolha Salvar.

O logotipo aparece no canto superior esquerdo do cabeçalho da vitrine.

Requisitos de logotipo

- Formato: PNG, SVG ou JPEG
- Tamanho sugerido: 50-200 x 50 px.
- Deve estar hospedado em um URL de acesso público (HTTPS)

Para configurar o botão home

O botão home aparece no cabeçalho da vitrine e fornece um destino para clicar.

1. Abra a vitrine e escolha a guia Design.
2. Na seção Botão Início, configure os seguintes campos:
   - URL do logotipo de redirecionamento - O URL de destino quando os compradores escolhem o logotipo
   - Abrir em uma guia existente - Quando ativado, o link é aberto na guia atual do navegador em vez de em uma nova guia
3. Escolha Salvar.

Tópicos relacionados

- the section called “Personalização de cores e temas”
- the section called “Tipos de layout”
- the section called “Política de privacidade”

Política de privacidade

A seção Política de Privacidade tem um botão de ativação e três campos: URL da Política de Privacidade; Aviso Legal do Rodapé; Aviso Legal do Formulário.

Para configurar a política de privacidade

1. Abra a vitrine e escolha a guia Design.

2. Na seção Política de Privacidade, use o botão para ativar o recurso e, em seguida, preencha os seguintes campos:
   - URL da Política de Privacidade - Insira um link para a página da política de privacidade da sua organização.
   - Aviso de isenção de responsabilidade do rodapé - Insira o texto do aviso de isenção de responsabilidade para o rodapé da vitrine.
   - Aviso de isenção de responsabilidade do formulário - Insira o texto do aviso de isenção de responsabilidade exibido nos formulários.
3. Escolha Salvar.

Observações

- É recomendável fornecer uma política de privacidade para todas as lojas que coletam informações do comprador ou usam cookies.
- O URL da Política de Privacidade deve estar acessível ao público (HTTPS).
- O link é aberto em uma nova guia do navegador quando os compradores o escolhem.

Tópicos relacionados

- the section called “Logotipo e botão home”
- Implantação

Vídeo e propostas de valor

Você pode adicionar conteúdo de vídeo e declarações estruturadas de proposta de valor à sua vitrine. Esses elementos ajudam a comunicar os benefícios aos compradores e estão disponíveis nos tipos de layout Campaign e Standalone.

Seção de proposta de valor

Use o botão à direita para ativar ou desativar esta seção.

1. Abra a vitrine e escolha a guia Design.
2. Na seção Proposta de valor, insira o URL de incorporação do vídeo.

   Fontes suportadas:

- YouTube (formato de URL de incorporação)
- Vimeo
- URL do arquivo de vídeo direto (MP4)

3. Escolha Salvar.

O vídeo aparece como um player incorporado na seção designada da vitrine.

Agregando propostas de valor

As propostas de valor são declarações curtas de benefícios exibidas ao lado do vídeo ou em uma seção dedicada. Eles comunicam por que os compradores devem usar sua vitrine.

1. Abra a vitrine e escolha a guia Design.
2. Na seção Proposta de valor, adicione até 4 entradas. Para cada entrada:
   - Título - Um título curto
   - Descrição - Uma a duas frases explicando o benefício
3. Escolha Salvar.

Exibir comportamento

- Nos layouts de campanha, as propostas de valor aparecem em uma seção dedicada abaixo do herói e do vídeo.
- Em layouts autônomos, as propostas de valor aparecem abaixo da seção do catálogo de produtos.
- Em Embedded e E-Commerce layouts, as propostas de valor não são exibidas.

Tópicos relacionados

- the section called “Layout da campanha”
- the section called “Tipos de layout”

Catálogo de produtos

Adicione produtos à sua vitrine e organize-os com categorias, emblemas e etiquetas.

Importação de produtos

Você pode adicionar produtos à sua vitrine a partir do catálogo público do AWS Marketplace, de suas próprias listas de contas de vendedor ou criando entradas personalizadas.

Fontes do produto

Fonte	Description
AWS Marketplace	Navegue e escolha entre listagens do AWS Marketplace disponíveis publicamente
Meus anúncios	Escolha entre os produtos da sua conta de vendedor conectada, incluindo anúncios com visibilidade limitada
Personalizada	Crie manualmente entradas de produtos ou listagens de grupos

Para importar produtos do mercado público

1. Abra a vitrine e escolha a guia Seleção.
2. Escolha o cartão do AWS Marketplace na linha de cartões do Marketplace na guia Seleção.
3. Navegue ou pesquise produtos. Use a barra de pesquisa e as seções de filtro do painel esquerdo para restringir os resultados. As seguintes seções de filtro estão disponíveis:
   - TAGS FILTROS
   - FILTROS DA AWS
   - MEUS FILTROS DE ANÚNCIOS

   Use a caixa de seleção Mostrar somente os produtos selecionados para exibir somente os produtos que você já escolheu.
4. Para cada produto que você deseja adicionar, escolha Usar este produto no cartão do produto.
5. Os produtos selecionados aparecem automaticamente no catálogo da sua loja.

Para importar da sua conta de vendedor

1. Na guia Seleção, use a seção MEUS FILTROS DE ANÚNCIOS no painel esquerdo para filtrar os produtos da sua conta de vendedor. Essa é uma seção de filtro, não uma guia separada.

2. Os produtos da sua conta de vendedor conectada são exibidos, incluindo anúncios de visibilidade limitada que não podem ser pesquisados publicamente.
3. Escolha Usar este produto no cartão do produto para cada produto a ser incluído em sua vitrine.

Para criar entradas personalizadas

1. Escolha a guia Personalizado.
2. Escolha Adicionar produto para criar uma entrada manual no anúncio.
3. Preencha os detalhes do produto (nome, descrição, URL da imagem, link).
4. Escolha Salvar.

Pré-requisitos

- Para acessar Minhas listagens, você deve ter uma conta de vendedor conectada do AWS Marketplace. Consulte Conectando sua conta do AWS Marketplace.
- Os produtos do mercado público estão disponíveis sem uma conta de vendedor.

Tópicos relacionados

- the section called “Importação de catálogos em massa”
- Produtos sugeridos
- the section called “Categorias e emblemas”

Importação de catálogos em massa

Você pode importar vários produtos para sua vitrine ao mesmo tempo usando um arquivo CSV. Isso é útil quando você precisa adicionar um grande número de produtos ou migrar um catálogo existente.

Modelo CSV

Faça o download do modelo CSV no painel Atualização em massa na guia Seleção.

Para importar produtos a granel

1. Abra a vitrine e escolha a guia Seleção.

2. Na guia Seleção, vá até o painel Atualização em massa e escolha Baixar modelo para obter o CSV.
3. Depois de concluir o CSV, escolha Carregar arquivo.
4. O sistema valida o CSV e exibe uma prévia dos produtos a serem importados.
5. Revise a pré-visualização e escolha Importar.

Os produtos importados são adicionados ao catálogo da sua loja.

Requisitos de formato CSV

- O formato compatível é CSV.
- A primeira linha deve conter cabeçalhos de coluna que correspondam ao modelo
- As colunas obrigatórias variam de acordo com o mercado (consulte o modelo baixado)
- Os identificadores do produto devem corresponder às listagens existentes do mercado
- Para grandes conjuntos de dados, divida os dados em vários arquivos.

Tratamento de erros

Se o CSV contiver linhas inválidas:

- As linhas válidas foram importadas com sucesso.
- As linhas inválidas são listadas em um resumo do erro com o motivo da falha.
- Você pode corrigir erros e reimportar as linhas com falha.

Tópicos relacionados

- the section called “Importação de produtos”
- the section called “Categorias e emblemas”
- the section called “Como gerenciar tags”

Categorias e emblemas

Você pode organizar os produtos em sua vitrine usando categorias e emblemas. As categorias agrupam produtos relacionados para navegação, e os emblemas fornecem indicadores visuais que destacam os atributos do produto.

Categorias

As categorias aparecem no painel de filtros da vitrine e ajudam os compradores a navegar por catálogos grandes.

Para criar uma categoria

1. Abra a vitrine e escolha a guia Seleção.
2. Escolha Gerenciar categorias.
3. Escolha Adicionar categoria.
4. Insira o Nome da categoria e a Descrição opcional.
5. Escolha Salvar.

Para atribuir produtos a categorias

1. Escolha um produto no catálogo.
2. No painel de detalhes do produto, escolha Categorias.
3. Escolha uma ou mais categorias na lista.
4. Escolha Salvar.

Os produtos podem pertencer a várias categorias.

Distintivos

Os emblemas são rótulos visuais que aparecem nos blocos de produtos na vitrine. Use emblemas para destacar atributos como “Novo”, “Destaque”, “Melhor valor” ou rótulos personalizados.

Para criar um selo

1. Abra a vitrine e escolha a guia Seleção.
2. Escolha Gerenciar emblemas.
3. Escolha Adicionar crachá.
4. Configure o crachá:
   - Etiqueta - Texto exibido no crachá
   - Cor - Cor de fundo do emblema

5. Escolha Salvar.

Para atribuir crachás aos produtos

1. Escolha um produto no catálogo.
2. No painel de detalhes do produto, escolha Emblemas.
3. Escolha um ou mais emblemas para exibir no quadro do produto.
4. Escolha Salvar.

Tópicos relacionados

- the section called “Importação de produtos”
- the section called “Como gerenciar tags”

Como gerenciar tags

As etiquetas fornecem um sistema de filtragem flexível para sua vitrine. Os compradores usam tags para restringir o catálogo de produtos por atributos como categoria, caso de uso, setor ou modelo de implantação.

Estrutura da guia Tags

A guia Tags tem duas seções lado a lado, lista de tags (com Adicionar tag e importar) e lista de categorias de tags (com Adicionar categoria e importar), além de uma tabela de relacionamento de tags e categorias na parte inferior.

Para criar uma tag

1. Abra a vitrine e escolha a guia Tags.
2. Escolha Add Tag.
3. Insira o nome da tag.
4. Escolha Salvar.

Para atribuir etiquetas aos produtos

1. Na guia Tags, localize a tag que você deseja preencher.

2. Arraste produtos da lista de produtos não marcados para o contêiner de etiquetas. Como alternativa, escolha a tag e escolha os produtos na caixa de diálogo do exercício.
3. Os produtos aparecem imediatamente abaixo dessa etiqueta no painel de filtros da vitrine.

Para editar uma tag

Escolha o ícone de lápis embutido ao lado do nome da tag para editá-la. Modifique o nome ou os produtos atribuídos e escolha Salvar.

Para excluir uma tag

Escolha o ícone de lixeira embutida ao lado da tag para excluí-la. Os produtos anteriormente atribuídos a essa tag permanecem no catálogo, mas não estão mais associados à tag excluída.

Exibição de etiquetas na vitrine

- As tags aparecem na barra lateral do filtro da vitrine.
- Os compradores podem escolher uma ou várias etiquetas para filtrar o catálogo.
- A ordem das tags no painel de filtro é determinada pela ordem de arrastar e soltar. Consulte the section called “Drag-and-drop ordenação de etiquetas”.

Tópicos relacionados

- the section called “Drag-and-drop ordenação de etiquetas”
- the section called “Categorias e emblemas”

Drag-and-drop ordenação de etiquetas

Você pode controlar a ordem na qual as tags aparecem no painel de filtro da vitrine arrastando e soltando as tags na sequência de sua preferência.

Para reordenar etiquetas

1. Abra a vitrine e escolha a guia Tags.
2. Escolha e segure a alça de arrastar (o ícone de seis pontos à esquerda de um cartão), arraste o cartão para a nova posição e solte.
3. O novo pedido é salvo automaticamente.

A linha System Tags está fixada e não pode ser reordenada.

Como os pedidos afetam a vitrine

- As tags são exibidas no painel de filtro na ordem em que você configura.
- A primeira tag na lista aparece na parte superior do painel de filtro.
- Os compradores veem as tags nessa ordem exata ao navegar na vitrine.

Dicas

- Coloque suas etiquetas mais importantes ou usadas com frequência na parte superior.
- Agrupe as tags relacionadas.
- O reordenamento não afeta as atribuições de produtos. Os produtos permanecem etiquetados independentemente da ordem das etiquetas.

Tópicos relacionados

- the section called “Como gerenciar tags”
- the section called “Categorias e emblemas”

Compre com a AWS

Configure o widget de compras Buy With AWS, seus campos de formulário e configurações de moeda.

Configurando o Buy com a AWS

Compre com a AWS (BWA) é o widget de compras que permite que os compradores iniciem compras diretamente da sua loja por meio do AWS Marketplace. Quando configurado, os compradores podem assinar produtos, aceitar ofertas e concluir compras sem sair da experiência de vitrine.

Pré-requisitos

- Uma vitrine implantada com pelo menos um produto
- Uma conta de vendedor conectada do AWS Marketplace (para criação de oferta privada)

Para configurar o Buy With AWS

1. Abra a vitrine e escolha a guia Checkout & Deployment.
2. Na seção Comprar com a AWS, ative a opção BWA.
3. Configure as seguintes opções:
4. Escolha Salvar.

Configuração de campo

Os campos padrão no formulário de solicitação de aquisição são:

- ID da conta da AWS
- Nome da empresa
- Nome completo do contato
- E-mail de contato

Você pode adicionar campos personalizados específicos ao seu fluxo de trabalho.

Configurações de moeda

Configure quais moedas estão disponíveis para ofertas criadas por meio do BWA:

1. Na seção Moeda, selecione as moedas suportadas.
2. Defina a moeda padrão para novas ofertas.

Role-based acesso

Storefront-level as funções controlam quem pode gerenciar as solicitações do Buy With AWS. O administrador do Storefront gerencia as solicitações do Buy With AWS, edita o conteúdo da vitrine e visualiza relatórios. O Editor de conteúdo edita o conteúdo da vitrine. O Reporting Management visualiza os relatórios da vitrine. Atribua essas funções na caixa de diálogo Editar usuário, no escopo Storefronts.

Fluxo de trabalho do BWA

Quando um comprador inicia uma compra por meio do BWA:

1. O comprador escolhe Comprar com a AWS em um produto na vitrine.
2. O comprador preenche os campos configurados (ID da conta da AWS, nome da empresa, nome completo do contato, e-mail de contato).
3. A solicitação é enviada à sua equipe.
4. Sua equipe cria uma oferta privada no AWS Marketplace para o comprador.
5. O comprador recebe a oferta e conclui a aceitação por meio do AWS Marketplace.

Tópicos relacionados

- the section called “Configurações de moeda”
- the section called “Configuração de campo”
- Pedidos

Configuração de campo

Você pode configurar quais campos aparecem no formulário de aquisição Buy With AWS (BWA) que os compradores preenchem ao solicitar uma compra na sua loja.

Campos padrão

Os seguintes campos padrão aparecem no formulário de solicitação Buy With AWS:

Nome	Tipo	Obrigatório
ID da conta da AWS	Texto	Sim (bloqueado)
Nome da empresa	Texto	Não
Nome completo do contato	Texto	Não
E-mail de contato	E-mail	Não

Para configurar campos

1. Abra a vitrine e escolha a guia Checkout & Deployment.

2. Na seção de configuração Compre com a AWS, na guia Storefront, vá até Campos a serem mostrados no formulário.
3. Para cada campo, configure as colunas Nome, Tipo e Obrigatório.
4. Para adicionar um campo personalizado, escolha + Adicionar campo.
5. Escolha Salvar.

Controles adicionais

Nas subguias Storefront e Standalone, configure as opções de assinatura do comprador (teste gratuito, oferta privada, oferta pública), o ID do vendedor necessário e o menu suspenso Ativar compra com a AWS no local (página inicial e página do produto).

Ordem de exibição do campo

Os campos aparecem no formulário BWA na ordem listada na configuração. Para reordenar os campos, arraste-os até a posição desejada.

Experiência do comprador

Quando um comprador escolhe Comprar com a AWS em um produto:

1. Um formulário aparece com os campos configurados.
2. Os campos obrigatórios estão marcados com um asterisco (*).
3. O comprador preenche o formulário e envia.
4. A solicitação aparece na fila de solicitações do BWA para processamento.

Observações

- As alterações na configuração do campo se aplicam somente às novas solicitações do BWA.
- Os campos personalizados são armazenados com a solicitação e visíveis na visualização de detalhes da solicitação.

Tópicos relacionados

- the section called “Configurando o Buy com a AWS”
- Funções personalizadas

Configurações de moeda

Você pode configurar quais moedas estão disponíveis para ofertas criadas por meio do widget de compras Buy With AWS (BWA) em sua vitrine.

Para configurar moedas

1. Abra a vitrine e escolha a guia Checkout & Deployment.
2. Na seção de configuração Comprar com a AWS, ative Habilitar moeda e, em seguida, defina Moeda padrão e Moedas permitidas.
3. Escolha Salvar.

Moedas aceitas

O AWS Marketplace Storefront oferece suporte a todas as moedas disponíveis por meio de ofertas privadas do AWS Marketplace. A moeda selecionada se aplica à oferta privada criada a partir da solicitação do BWA.

Observações

- A seleção de moeda afeta somente o fluxo de trabalho de criação da oferta. As moedas reais de cobrança e faturamento são determinadas pelo AWS Marketplace.
- Se você oferecer suporte a várias moedas, os compradores verão um seletor de moedas no formulário BWA.
- As alterações nas configurações de moeda se aplicam somente às novas solicitações do BWA. As solicitações existentes mantêm sua moeda original.

Tópicos relacionados

- the section called “Configurando o Buy com a AWS”
- the section called “Configuração de campo”

Governança

Controle as aprovações de compras e a visibilidade do produto com grupos, políticas e segmentos de compradores.

Grupos e aprovação automática

Você pode criar grupos de compradores em sua vitrine para organizar os usuários e configurar regras de aprovação automática para solicitações de compras. Os grupos determinam quais políticas de aprovação se aplicam a diferentes conjuntos de compradores.

O que são grupos?

Um grupo é uma coleção de compradores que compartilham as mesmas regras de aquisição. Por exemplo, você pode criar grupos para:

- Departamento de engenharia (aprova automaticamente solicitações de domínios confiáveis)
- Equipe de compras (aprovação manual para todas as solicitações)
- Auto-approved (compradores cujas solicitações foram aprovadas automaticamente)

Para criar um grupo

1. Abra a vitrine e escolha a guia Governança.
2. Selecione Grupos.
3. Escolha Adicionar grupo.
4. Insira o nome do grupo e a descrição opcional.
5. Escolha Salvar.

Auto-Approval Configurações

Auto-Approval é controlado pelo painel Auto-Approval Configurações. Ative a opção Auto-Approval Ativar e adicione até 20 domínios de e-mail confiáveis. Os usuários que se inscreverem com um e-mail em um domínio confiável são adicionados ao Auto-approved grupo e os administradores recebem uma notificação por e-mail. Escolha Salvar configurações.

Por exemplo, se você adicionar `example.com` como um domínio de e-mail confiável, qualquer usuário que se inscrever com um `@example.com` endereço será aprovado automaticamente.

Para adicionar membros a um grupo

1. Na seção Grupos, escolha o grupo.

2. Escolha Adicionar membros.
3. Pesquise e escolha compradores por e-mail ou nome.
4. Escolha Salvar.

Auto-approval fluxo de trabalho

Quando a aprovação automática está ativada:

1. Um usuário se inscreve na vitrine.
2. O sistema verifica se o domínio de e-mail do usuário corresponde a um dos domínios de e-mail confiáveis.
3. Se o domínio corresponder, o usuário será adicionado ao Auto-approvedgrupo automaticamente.
4. Os administradores recebem uma notificação por e-mail quando um usuário é aprovado automaticamente.
5. Se o domínio não corresponder, a solicitação será encaminhada para o aprovador atribuído ou seguirá a política configurada.

Observações

- Um comprador só pode pertencer a um grupo por vez.
- Os compradores não atribuídos a nenhum grupo seguem a política de governança padrão da vitrine.
- As tarefas em grupo podem ser alteradas a qualquer momento. As alterações se aplicam somente a solicitações futuras.
- Você pode gerenciar até 20 domínios de e-mail confiáveis por loja.

Tópicos relacionados

- the section called “Políticas”
- the section called “Segmentos”
- the section called “Governança: gerenciamento de usuários”

Políticas

As políticas de governança definem as regras que controlam como as solicitações de aquisição são aprovadas em sua loja. As políticas definem cadeias de aprovação e condições que determinam se uma solicitação requer revisão manual.

O que é uma política?

Uma política é um conjunto de regras que avalia as solicitações recebidas do Buy With AWS e determina o caminho de aprovação. As políticas podem ser aplicadas a segmentos específicos ou a toda a vitrine como padrão.

Como criar uma política

1. Abra a vitrine e escolha a guia Governança.
2. Selecione Políticas.
3. Escolha Create Policy.
4. Na caixa de diálogo, use o enable/disable botão no cabeçalho para controlar se a política está ativa. Configure os campos a seguir.
   - Nome - Um nome descritivo para a política
   - Ação - Escolha uma ação no menu suspenso Selecionar ação
   - A quais segmentos isso se aplicará? - Uma seleção múltipla para escolher os segmentos aos quais essa política se aplica
   - Qual valor do pedido deve acionar a ação? - Escolha qualquer valor, Pedidos acima ou Pedidos abaixo
   - Adicionar uma mensagem - opcional, até 500 caracteres
5. Escolha Criar.

Atribuição de políticas

As políticas se aplicam aos segmentos por meio da seção A quais segmentos isso se aplicará? seleção múltipla dentro da caixa de diálogo.

Política padrão

Se nenhuma política se aplicar aos segmentos de um produto, a política padrão da vitrine se aplica. Para definir o padrão:

1. Na seção Políticas, encontre a política que você deseja como padrão.
2. Escolha o menu de ações e escolha Definir como padrão.

Ordem de avaliação de políticas

1. O sistema identifica os segmentos que contêm o produto solicitado.
2. O sistema aplica as políticas atribuídas a esses segmentos.
3. A ação configurada é executada.

Observações

- Uma política se aplica aos segmentos selecionados na seção A quais segmentos isso se aplicará? seleção múltipla.
- As políticas são avaliadas por solicitação.
- A alteração de uma política afeta somente as solicitações futuras. In-progress as solicitações seguem a política que estava ativa no momento do envio.

Tópicos relacionados

- the section called “Grupos e aprovação automática”
- the section called “Segmentos”
- the section called “Governança: gerenciamento de usuários”

Segmentos

Os segmentos permitem que você defina subconjuntos do catálogo de produtos da sua vitrine que sejam visíveis para grupos específicos de compradores. Use segmentos para criar experiências de navegação personalizadas em que diferentes grupos de compradores veem produtos diferentes.

O que é um segmento?

Um segmento é um filtro que controla a visibilidade do produto por grupo de compradores. Por exemplo:

- O segmento “Enterprise” mostra somente produtos de nível corporativo

- O segmento “SMB” mostra produtos de nível inicial e médio
- O segmento “Segurança” mostra somente produtos da categoria de segurança

Para criar um segmento

1. Abra a vitrine e escolha a guia Governança.
2. Escolha Segmentos.
3. Escolha Criar segmento.
4. Configure os critérios do segmento:
   - Nome - Um nome descritivo para o segmento
   - Tipo - Escolha um tipo na lista suspensa
5. Escolha Criar.

Para atribuir um segmento a um grupo

1. Na seção Segmentos, escolha o segmento.
2. Escolha Atribuir ao grupo.
3. Escolha o (s) grupo (s) de compradores que devem ver os produtos desse segmento.
4. Escolha Salvar.

Como os segmentos afetam a experiência do comprador

- Os compradores em um grupo com um segmento atribuído veem somente os produtos desse segmento ao navegar na vitrine.
- Compradores não atribuídos a nenhum segmento veem o catálogo completo de produtos.
- Os segmentos filtram somente a visualização do catálogo. Eles não impedem que os compradores acessem diretamente os URLs dos produtos.

Observações

- Um grupo pode ser atribuído a um segmento. Para mostrar vários segmentos a um grupo, combine os produtos em um único segmento.

- Os segmentos não afetam a disponibilidade do produto no AWS Marketplace. Eles controlam a visibilidade somente dentro da vitrine.
- As alterações nas atribuições de segmentos entram em vigor imediatamente.

Tópicos relacionados

- the section called “Grupos e aprovação automática”
- the section called “Políticas”
- Categorias e emblemas

Governança: gerenciamento de usuários

Você pode gerenciar o acesso do comprador à sua vitrine no nível de governança. Isso inclui adicionar compradores, atribuí-los a grupos e controlar suas configurações de visibilidade e aprovação.

Adicionando compradores

Os compradores são adicionados ao sistema de governança da sua vitrine quando:

- São adicionados manualmente por um administrador
- Envie uma solicitação de acesso à loja (se habilitada)
- São importados por meio de uma lista de compradores

Para adicionar manualmente um comprador

1. Abra a vitrine e escolha a guia Governança.
2. Selecione Usuários.
3. Escolha Add User (Adicionar usuário).
4. Preencha os seguintes campos:
   - Título
   - E-mail
   - Nome
   - Sobrenome

- Empresa
- Grupo - O menu suspenso Grupo é padronizado como Público.
- Status
- Aprovação necessária (caixa de seleção)

5. Escolha Add User (Adicionar usuário).

Visualizando e gerenciando compradores

A seção Usuários exibe todos os compradores com acesso à sua vitrine:

Coluna	Description
Nome	Nome de exibição do comprador
E-mail	Endereço de e-mail do comprador
Group (Grupo)	Grupo de governança atribuído
Segmento	Segmento de produto visível para este comprador
Status	Ativo ou inativo
Adição	Data em que o comprador foi adicionado

Para editar o exercício em grupo de um comprador

1. Na lista de usuários, localize o comprador.
2. Escolha a lista suspensa Grupo para esse comprador.
3. Escolha o novo grupo.
4. A alteração é salva automaticamente.

Para remover um comprador

1. Na lista de usuários, localize o comprador.
2. Escolha o menu de ações e escolha Remover.
3. Confirme a remoção.

O comprador perde o acesso aos recursos controlados pela governança (aprovação automática, segmentos), mas ainda pode navegar na vitrine pública.

Operações em massa

Para vitrines com muitos compradores, você pode:

- Importe compradores via CSV (e-mail e atribuição em grupo)
- Exportar lista de compradores como CSV para análise off-line

Observações

- O gerenciamento de usuários da governança é separado do gerenciamento dos membros da equipe. Os membros da equipe gerenciam a vitrine; os usuários da governança são os compradores que a usam.
- Remover um comprador da governança não impede que ele acesse o URL da vitrine. Ele os remove das políticas de grupo e das restrições do segmento.

Tópicos relacionados

- the section called “Grupos e aprovação automática”
- the section called “Segmentos”
- the section called “Políticas”
- RBAC e funções personalizadas

Conectores

Integre o AWS Marketplace Storefront com plataformas de CRM e comunicação.

Tópicos

- Visão geral do conector
- Conector AWS ACE
- HubSpot conector
- Conector Slack

Visão geral do conector

Os conectores integram o AWS Marketplace Storefront com sistemas externos de CRM e colaboração. Os conectores se dividem em duas categorias: conectores de CRM e conectores de notificações e de colaboração.

Visão geral do conector

A guia Conectores lista os conectores configurados em uma tabela com as colunas Aplicativo, Conta, Status, Entrada, Saída e Ação. Escolha o menu de ação em uma linha para gerenciar esse conector. Para adicionar um novo conector, escolha + Adicionar conector.

Conectores disponíveis

Categoria	Conector	Finalidade	Fluxo de dados
CRM	AWS RACE	Co-selling sincroniz ação de oportunid ades com a AWS	Bidirecional
CRM	HubSpot	Integração de CRM para sincronização de negócios e contatos	Bidirecional
Notificações e colaboração	Slack	Envia notificações de vitrines e negócios	Saída

Categoria	Conector	Finalidade	Fluxo de dados
		para um espaço de trabalho do Slack	

Como funcionam os conectores

1. Connect - autentique-se com o sistema externo usando credenciais.
2. Configurar - Mapeie campos entre o Storefront e o sistema externo.
3. Ativar - Ative a sincronização de dados.

Depois de ativados, os conectores são executados automaticamente com base nos acionadores configurados (eventos em tempo real ou sincronização programada).

Para gerenciar conectores

1. Escolha o avatar do seu perfil no canto superior direito.
2. Escolha Configurações da organização.
3. Clique na a guia Connectors (Conectores).
4. A página mostra todos os conectores disponíveis com seu status atual:
   - Conectado - Ativo e sincronizado
   - Desconectado - Configurado, mas não ativo
   - Não configurado - Disponível, mas não configurado
5. Escolha um conector para configurá-lo ou gerenciá-lo.

Ações comuns do conector

- Conectar - Forneça credenciais e estabeleça a conexão
- Testar conexão - Verifique se a integração está funcionando
- Configurar - Configure mapeamentos de campo e regras de sincronização
- Desconectar - remova a integração (não exclui dados sincronizados)
- Exibir registros - Veja o histórico e os erros de sincronização

Observações

- Cada conector é configurado no nível da organização e se aplica a todas as contas e vitrines da organização.
- As credenciais do conector são armazenadas com segurança e criptografadas.
- Se um conector encontrar erros, ele tentará novamente automaticamente. Erros persistentes geram notificações.

Tópicos relacionados

- Automatização do fluxo
- Configurações de notificação

Conector AWS ACE

Use o conector AWS ACE para sincronizar oportunidades de venda conjunta com a rede de parceiros da AWS.

Conector AWS ACE

O conector AWS ACE (AWS Customer Engagements) sincroniza oportunidades de venda conjunta entre o AWS Marketplace Storefront e o programa de venda conjunta da AWS Partner Network.

Pré-requisitos

- Uma associação ativa à Rede de Parceiros da AWS (APN)
- Inscrição no programa ACE
- Função de proprietário ou administrador no nível da organização

Para conectar o AWS ACE

O assistente de integração ACE do AWS Partner Central tem três etapas: Conectar, Gerar chaves e Configurar. Cada etapa mostra um status de Pendente, Bem-sucedido ou Falha.

1. No canto superior direito, escolha o avatar do seu perfil, escolha Configurações da organização e, em seguida, escolha a guia Conectores.

2. Encontre o AWS ACE e escolha Connect.
3. Escolha a conta que você deseja conectar.
4. Escolha Salvar.

Configuração

Depois de se conectar, o assistente avança para a etapa Gerar chaves.

Gerar chaves

Na etapa Gerar chaves, o conector emite uma chave de API e um uuid. Depois de gerar as chaves, o botão Gerar chaves é desativado porque as chaves são emitidas somente uma vez.

Configurar

Na etapa Configurar, defina o comportamento de sincronização:

Configuração	Description
Modo de sincronização	Escolha um modo de sincronização, por exemplo, CRM Unidirecional (CRM > ACE).
Sincronização unidirecional	Para restringir o conector a um fluxo unidirecional, selecione Sincronização unidirecional.
Frequência de sincronização	Real-time ou programado (de hora em hora, diariamente)
Mapeamento do estágio da oportunidade	Mapeie os estágios do seu pipeline para os estágios ACE
Auto-accept referências	Aceite automaticamente oportunidades de entrada da AWS

O que sincroniza

Direction	Dados
Vitrine → ACE	Novas oportunidades, atualizações de etapas, mudanças de receita, datas de fechamento
ACE → Vitrine	Referências recebidas, feedback da AWS, mudanças no status da oportunidade

Para ver os registros de sincronização

1. Nas configurações do conector ACE, escolha Logs.
2. Veja o histórico de sincronização, incluindo:
   - Timestamp
   - Direção (inbound/outbound)
   - Contagem de registros
   - Status (success/error)
   - Detalhes do erro (se aplicável)

Solução de problemas

Problema	Resolução
Falha no teste de conexão	Verifique se sua conta está ativa e se a associação à APN está atualizada
Oportunidades que não estão sincronizando	Verifique a configuração da frequência de sincronização e o status do conector
Oportunidades duplicadas	Verifique o mapeamento de campo para verificar a correspondência de IDs de oportunidades

Tópicos relacionados

- Criação de oportunidades de venda conjunta
- Co-selling Automation
- Visão geral do conector

HubSpot conector

Use o HubSpot conector para sincronizar dados de negócios, empresas e contatos com HubSpot.

HubSpot conector

O HubSpot conector sincroniza dados de negócios, empresas e contatos entre o AWS Marketplace Storefront e seu CRM. HubSpot

Pré-requisitos

- Uma HubSpot conta com acesso à API (nível Professional ou Enterprise)
- Superadministrador ou permissões apropriadas em HubSpot
- Função de proprietário ou administrador no nível da organização

Para se conectar HubSpot

O assistente do HubSpot conector tem quatro etapas: Conectar; Conectar a HubSpot; Criar ou editar modelo de mapeamento de campo; Configurar.

1. No canto superior direito, escolha o avatar do seu perfil, escolha Configurações da organização e, em seguida, escolha a guia Conectores.
2. Encontre HubSpote escolha Connect.
3. Insira o e-mail, escolha uma conta de vendedor e escolha Salvar.

Configuração

Mapeamentos de campos

Para cada linha, escolha uma das três opções: usar uma HubSpot propriedade existente, criar uma nova HubSpot propriedade inserindo um Nome de Exibição ou definir um valor padrão.

Marque a HubSpot caixa de seleção Criar em para criar uma propriedade HubSpot que ainda não exista.

A tabela a seguir mostra exemplos de mapeamentos para Cliente > Conta:

HubSpot Nome da proprieda de	HubSpot Nome de exibição	Valor padrão do Ace
Nome da empresa	Nome da empresa	
URL do site	URL do site	
Industry	Industry	

1. Nas configurações do HubSpot conector, escolha Mapeamento de campo.
2. Mapeie cada campo escolhendo uma propriedade, inserindo um Nome de Exibição ou definindo um valor padrão.
3. Escolha Salvar.

Configurações de sincronização

Configuração	Description
Direção de sincronização	Bidirecional ou unidirecional
Acionador de sincronização	Real-time ou programado (de hora em hora, diariamente)
Mapeamento de tubulações	Mapeie os estágios da vitrine para HubSpot os estágios do negócio

O que sincroniza

Direction	Dados
Vitrine → HubSpot	Novas ofertas a partir de offers/BWA solicitaç ões, atualizações de status
HubSpot → Vitrine	Mudanças na fase do negócio, atualizações de receita, informações de contato

Como desconectar

1. Nas configurações do HubSpot conector, escolha Desconectar.
2. Confirme. Os dados previamente sincronizados permanecem nos dois sistemas.

Tópicos relacionados

- Visão geral do conector
- Automação de ofertas privadas

Conector Slack

Use o conector do Slack para enviar notificações de vitrine para seu espaço de trabalho do Slack.

Conector Slack

O conector do Slack envia notificações e alertas do AWS Marketplace Storefront para os canais do seu espaço de trabalho do Slack.

Pré-requisitos

- Um espaço de trabalho do Slack em que você tem permissão para instalar aplicativos
- Função de proprietário ou administrador no nível da organização

Para conectar o Slack

1. No canto superior direito, escolha o avatar do seu perfil, escolha Configurações da organização e, em seguida, escolha a guia Conectores.
2. Encontre o Slack e escolha Connect.
3. Depois de autorizar seu espaço de trabalho do Slack, o painel exibe um indicador Conectado com o nome do espaço de trabalho e as permissões concedidas. Escolha Próxima etapa para configurar os canais.

Configuração

Atribuição de canais

Na etapa de configuração do canal, escolha uma conta, escolha um tipo de notificação, escolha um canal e escolha uma frequência de sincronização (instantânea, diária ou semanal). Escolha Adicionar para criar a regra. Repita o procedimento para cada regra e escolha Salvar.

A tabela de regras exibe as seguintes colunas:

Conta	Notificações	Canal	Cronograma de sincronização	Hora de sincronização	Dia da sincronização	Ações
(nome da conta)	(tipo de notificação)	(nome do canal)	(frequência)	(hora)	(dia)	(menu de ação)

Formato de notificação

As notificações do Slack incluem:

- Tipo e gravidade do evento
- Detalhes principais (nome do comprador, quantidade, produto)
- Link direto para a página relevante no console Storefront
- Timestamp

O que aciona as notificações do Slack

As notificações do Slack são acionadas pelos eventos configurados nas configurações de notificação da sua organização. O conector do Slack atua como um canal de entrega.

Como desconectar

1. Escolha Desconectar nas configurações do conector.
2. Confirme. O app Slack permanece no seu workspace, mas para de receber mensagens.

Para remover totalmente, desinstale também o aplicativo das configurações do seu espaço de trabalho do Slack.

Tópicos relacionados

- Visão geral do conector
- Configurações de notificação

Insights

Receita faturada

O relatório de receita faturada mostra a receita total faturada por meio de seus produtos do AWS Marketplace em um período selecionado. Use esse relatório para monitorar o desempenho do faturamento e identificar tendências.

Para ver a receita faturada

1. Na sua conta conectada, escolha Insights.
2. Escolha Receita faturada.
3. O relatório exibe as seguintes métricas principais:
   - Receita bruta
   - Reembolso bruto
   - Taxa de listagem
   - Custo de atacado
   - Receita líquida do vendedor
4. A tabela de dados contém as seguintes colunas:
   - Data da fatura
   - Data de vencimento do pagamento
   - Condições de pagamento
   - ID da fatura
   - ID da fatura da taxa de listagem
   - Empresa assinante
   - Ações

Filtrar

Use a barra de filtro para restringir o relatório:

Filtro	Opções
Moeda	Escolha uma moeda
Data	Personalizado; Últimos 30 dias; Últimos 60 dias; Últimos 90 dias; Últimos 12 meses (TTM); Acumulado do ano (YTD)

Visibilidade da coluna

Personalize quais colunas aparecem na tabela de dados:

1. Escolha o botão Colunas acima da tabela.
2. Marque ou desmarque as colunas para mostrar ou ocultar.
3. As preferências de coluna são salvas para sua sessão.

Para obter mais informações sobre o uso de filtros em todos os relatórios, consulte Uso de filtros e visibilidade de colunas.

Exportar dados

1. Configure os filtros desejados.
2. Escolha Exportar.
3. Selecione o formato (CSV).
4. Os dados filtrados são baixados.

Observações

- Os dados de receita são provenientes da sua conta conectada do AWS Marketplace e podem ter um atraso de 24 a 48 horas.
- A receita faturada representa valores faturados (antes de impostos). Ele não reflete os valores arrecadados ou desembolsados.
- Para dados de desembolso, consulte Cobranças e desembolsos.

Tópicos relacionados

- the section called “Cobranças e despesas”
- the section called “Acordos e renovações”
- the section called “Usando filtros e visibilidade de colunas”

Cobranças e despesas

O relatório de desembolsos rastreia o desembolso de fundos para sua conta, fornecendo visibilidade do fluxo de caixa das transações do AWS Marketplace.

Para ver os desembolsos

1. Na sua conta conectada, escolha Insights.
2. Escolha Desembolsos.
3. O relatório exibe as seguintes métricas principais:
   - Receita bruta
   - Receita líquida
   - Custo de atacado
   - Valor desembolsado
   - Valor não desembolsado (vencido)

Tabela de dados

A tabela de detalhes contém as seguintes colunas:

Coluna
Conta
Data da fatura
Data de vencimento do pagamento
Condições de pagamento

Coluna
ID da fatura
ID da fatura da taxa de listagem
Ações

Filtrar

Filtro	Opções
Moeda	Escolha uma moeda
Escolha a categoria de data	Data do pagamento
Data	Personalizado; Últimos 30 dias; Últimos 60 dias; Últimos 90 dias; Últimos 12 meses (TTM); Acumulado do ano (YTD)

Observações

- O tempo de desembolso segue as condições de pagamento do AWS Marketplace (normalmente, 30 a 60 dias líquidos a partir da data da fatura).
- A diferença entre a receita faturada e os valores desembolsados reflete taxas de listagem, reembolsos e prazos de cobrança.
- Para obter mais informações sobre os cronogramas de desembolso do AWS Marketplace, consulte Desembolso no Guia do vendedor do AWS Marketplace.

Tópicos relacionados

- the section called “Receita faturada”
- the section called “Acordos e renovações”
- Painel da conta

Acordos e renovações

O Agreements/Renewals relatório fornece uma visão do ciclo de vida de seus contratos do AWS Marketplace, mostrando dados de contratos ativos e encerrados.

Para ver contratos e renovações

1. Na sua conta conectada, escolha Insights.
2. Selecione Agreements/Renewals.
3. O relatório exibe as seguintes métricas principais:
   - Número de contratos ativos
   - Número de contratos encerrados

Tabela de rastreamento de renovação

A tabela de dados contém as seguintes colunas:

Coluna
Nome da empresa assinante
ID da conta da AWS do assinante
ID da conta criptografada do assinante
Domínio de e-mail do assinante
País de assinante
Estado do assinante

Filtrar

Filtro	Opções
Período final do contrato	Escolha um período de término do contrato

Filtro	Opções
Escolha a categoria de data	Data de término do contrato
Data	Escolha um intervalo de datas

Observações

- Os dados do contrato são sincronizados da sua conta conectada do AWS Marketplace.

Tópicos relacionados

- the section called “Receita faturada”
- the section called “Cobranças e despesas”
- the section called “Usando filtros e visibilidade de colunas”

Usando filtros e visibilidade de colunas

Todos os relatórios do Insights oferecem suporte a filtragem consistente e personalização de colunas. Use esses recursos para se concentrar nos dados que são importantes para sua análise.

Filtros de data

Cada relatório inclui um filtro de data:

1. Escolha a lista suspensa Data na parte superior do relatório.
2. Escolha um intervalo predefinido ou escolha Personalizado:
   - Personalizada
   - Past 30 days
   - Últimos 60 dias
   - Past 90 days
   - Últimos 12 meses (TTM)
   - Acumulado do ano (YTD)
3. O relatório é atualizado automaticamente.

Filtros de coluna

Filtrar dados por valores de coluna específicos:

1. Escolha o ícone do filtro em qualquer cabeçalho de coluna.
2. Selecione ou pesquise valores a serem incluídos.
3. Escolha Aplicar.

Vários filtros de coluna podem ser ativos simultaneamente (lógica AND).

Visibilidade da coluna

Personalize quais colunas aparecem nas tabelas de relatórios:

1. Escolha o botão Colunas acima da tabela de dados.
2. O menu de visibilidade da coluna fornece os seguintes controles:
   - Um campo de pesquisa para encontrar colunas por nome
   - Uma lista de caixas de seleção para mostrar ou ocultar colunas individuais
   - Show/Hide Tudo para alternar todas as colunas de uma só vez
   - Redefinir para restaurar a visibilidade padrão da coluna
3. A tabela é atualizada imediatamente.

As colunas obrigatórias, por exemplo, ID da fatura, estão desativadas no menu e não podem ser ocultadas.

As preferências de visibilidade da coluna persistem na sessão do seu navegador.

Classificação

1. Escolha qualquer cabeçalho de coluna para classificar por essa coluna.
2. Escolha novamente para alternar entre a ordem crescente e decrescente.
3. Uma seta indicadora de classificação mostra a direção de classificação atual.

Exportação de dados filtrados

1. Aplique os filtros e as seleções de coluna desejados.

2. Escolha Exportar (ou Baixar CSV).
3. A exportação inclui somente os dados filtrados atualmente visíveis.

Observações

- Os filtros não persistem na navegação da página. Retornar a um relatório é redefinido para os padrões.
- O tamanho máximo de exportação é de 10.000 linhas. Para conjuntos de dados maiores, reduza o intervalo de datas.
- Todos os relatórios usam a mesma interface de filtragem para garantir a consistência.

Tópicos relacionados

- the section called “Receita faturada”
- the section called “Cobranças e despesas”
- the section called “Acordos e renovações”

Conceitos

Ofertas automatizadas

As ofertas automatizadas permitem que você defina regras que criam ofertas privadas automaticamente com base em acionadores, como solicitações de compradores, eventos de CRM ou aprovações de governança. Isso reduz o esforço manual para operações de alto volume e garante a criação consistente de ofertas.

Como as ofertas automatizadas funcionam

1. Ocorre um gatilho: um comprador envia uma solicitação de BWA, um acordo de CRM atinge um estágio específico ou uma regra de governança aprova uma solicitação.
2. A regra de automação avalia - O sistema verifica se o evento corresponde às condições da regra (produto, limite de valor, segmento de compradores).
3. Uma oferta é criada: se as condições forem atendidas, uma oferta privada será gerada usando um modelo de oferta predefinido com campos preenchidos automaticamente a partir dos dados acionadores.
4. Post-creation actions fire - Notificações, atualizações de CRM ou mensagens do Slack são enviadas conforme configuradas.

Principais conceitos

Modelos de oferta

As ofertas automatizadas são baseadas em modelos de oferta salvos. O modelo define:

- Estrutura de produtos e preços
- Duração do contrato
- Condições de pagamento
- EULA

Os dados do gatilho (ID da conta do comprador, valor, seleção do produto) são mesclados ao modelo no momento da criação.

Modos de automação

Modo	Comportamento
Rascunho	A oferta é criada, mas mantida para análise manual antes de ser enviada ao comprador
Auto-send	A oferta é criada e enviada ao comprador imediatamente

Use o modo Rascunho durante a configuração inicial para validar se as ofertas estão sendo criadas corretamente.

Condições e filtros

As regras podem incluir condições que limitam o momento em que são disparadas:

- Limite de valor - Acione apenas para negócios acima de um valor mínimo
- Filtro de produto - Acionador somente para produtos específicos
- Segmento de compradores - Somente acionador para compradores em grupos de governança específicos

Benefícios

- Velocidade - As ofertas são criadas em segundos após os eventos desencadeadores
- Consistência - Cada oferta segue o mesmo modelo e estrutura de preços
- Escala - Lide com solicitações de BWA de alto volume sem gargalos manuais
- Auditabilidade - Registro completo de execução de cada ação automatizada

Limitações

- As ofertas automatizadas não podem substituir as políticas de governança. Se a governança exigir aprovação, a automação aguarda.
- As alterações do modelo não afetam retroativamente as ofertas criadas anteriormente.

- Auto-send o modo só deve ser usado com modelos validados para evitar que ofertas incorretas cheguem aos compradores.

Tópicos relacionados

- Automação de ofertas privadas
- Criação de ofertas
- Governança: Políticas

Fluxos de trabalho de governança e aprovação

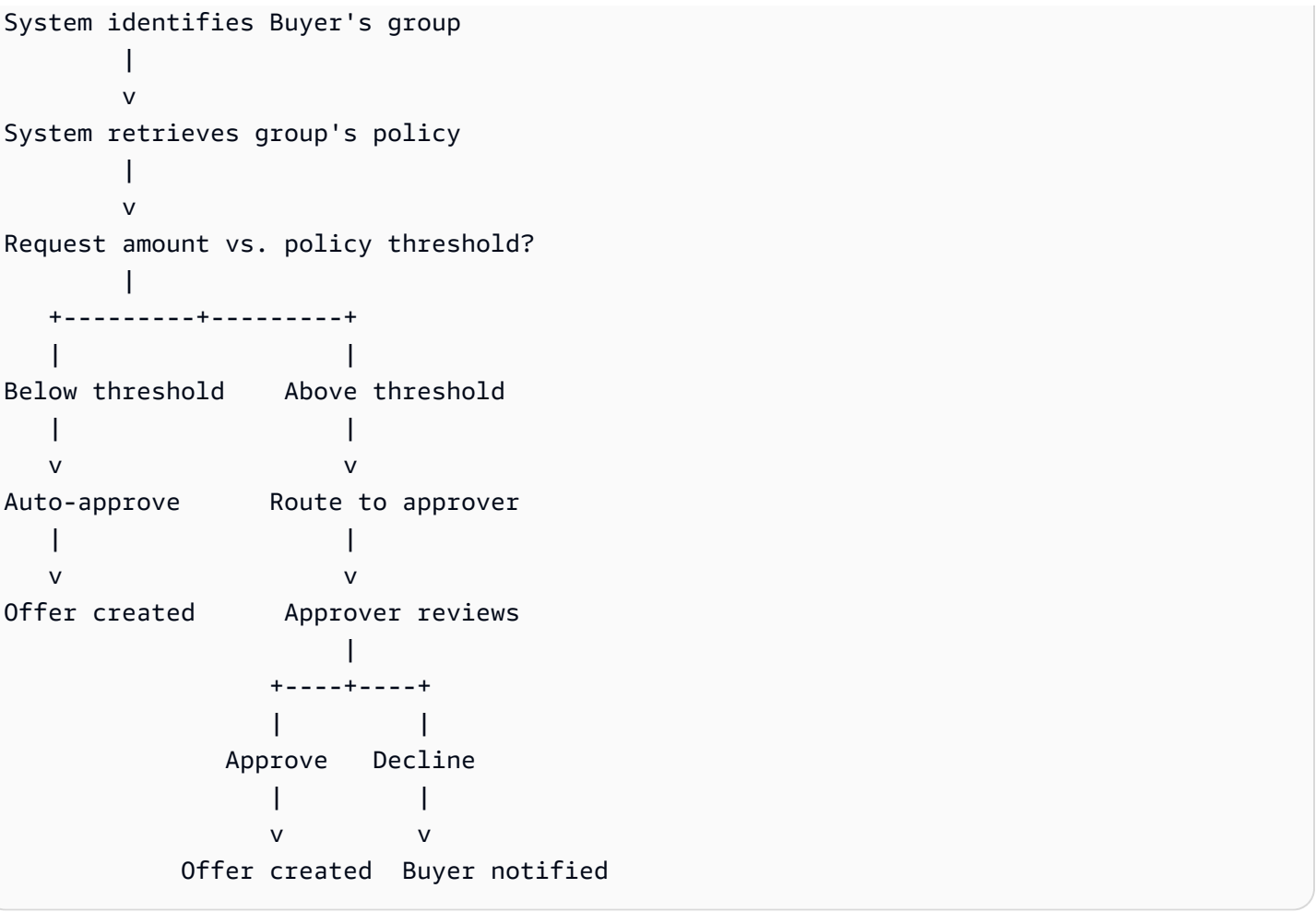
A governança no AWS Marketplace Storefront fornece uma estrutura para controlar como as solicitações de aquisição são avaliadas, aprovadas e processadas. Ele permite que você defina regras que equilibram a autonomia do comprador com os controles de gastos organizacionais.

Componentes de governança

Componente	Finalidade
Groups (Grupos)	Organize os compradores em conjuntos com regras de aquisição compartilhadas
Políticas	Defina limites de aprovação e lógica de roteamento
Segmentos	Controle quais produtos são visíveis para quais grupos de compradores
Usuários	Gerenciar o acesso individual do comprador e a associação ao grupo

Como o fluxo de trabalho de aprovação opera

```
Buyer submits BWA request
        |
        v
```



Níveis de configuração

A governança opera no nível da vitrine. Cada vitrine tem sua própria configuração de governança, permitindo que diferentes vitrines atendam diferentes comunidades de compradores com regras diferentes.

Comportamento padrão (sem governança configurada)

Quando nenhum grupo ou política estiver configurado:

- Todas as solicitações do BWA são enviadas diretamente à equipe do vendedor para processamento manual
- Sem aprovação automática
- Todos os produtos visíveis para todos os compradores

Com a governança configurada

- Os compradores são atribuídos a grupos
- Os grupos atribuíram políticas com limites
- As solicitações são aprovadas automaticamente ou encaminhadas com base nas regras de política
- Os produtos podem ser segmentados por grupo

Práticas recomendadas

- Comece de forma simples: crie uma política padrão com um único limite antes de aumentar a complexidade.
- Use o modo rascunho para automação - Ao combinar governança com ofertas automatizadas, use o modo rascunho até validar o fluxo de trabalho.
- Monitore os tempos de aprovação: se as aprovações manuais demorarem muito, considere aumentar os limites de aprovação automática.
- Comunique-se com os compradores - informe os compradores sobre os requisitos de aprovação e os prazos esperados.

Tópicos relacionados

- Grupos e aprovação automática
- Políticas
- Segmentos
- the section called “Ofertas automatizadas”
- Configurando o Buy com a AWS

Documentação relacionada do AWS Marketplace

O AWS Marketplace Storefront trabalha com o AWS Marketplace para listagem de produtos, preços, compras e faturamento. Para obter informações sobre esses recursos subjacentes do AWS Marketplace, consulte os recursos a seguir.

Documentação do vendedor

Tópico	Link
Conceitos básicos do trabalho de um vendedor	Guia do vendedor do AWS Marketplace: primeiros passos
Modelos de preços de produtos	Preços
Ofertas privadas	Ofertas privadas
Ofertas privadas de parceiros de canal (CPPO)	Ofertas de parceiros de canal
Taxas de listagem	Taxas de serviço
Contratos	Acordos de comprador
Medição do uso	Medição para uso
Pagamentos	Desembolso
Reembolsos	Reembolsos
API do Catalog	API do catálogo do AWS Marketplace
Autorizações de revenda	Autorizações de revenda

Documentação do comprador

Tópico	Link
Guia do comprador	Guia do comprador do AWS Marketplace
Loja privada	Marketplace privado
Ordens de compra	Gerenciando pedidos de compra
Tags de alocação de custos	Etiquetagem de alocação de custos

Documentação do parceiro

Tópico	Link
Rede de parceiros da AWS	Visão geral da APN
ISV Accelerate	Programa ISV Accelerate
Programa ACE	AWS ACE

Histórico do documento

As traduções são geradas por tradução automática. Em caso de conflito entre o conteúdo da tradução e da versão original em inglês, a versão em inglês prevalecerá.