为 Amazon 销售伙伴启用业务报告和生成式 AI 功能

AWS 规范性指导

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

AWS 规范性指导: 为 Amazon 销售伙伴启用业务报告和生成式 AI 功能

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

Amazon 的商标和商业外观不得用于任何非 Amazon 的商品或服务，也不得以任何可能引起客户混淆、贬低或诋毁 Amazon 的方式使用。所有非 Amazon 拥有的其他商标均为各自所有者的财产，这些所有者可能附属于 Amazon、与 Amazon 有关联或由 Amazon 赞助，也可能不是如此。

Table of Contents

简介 1
业务概述 1
解决方案概述 1
可通过 SP 获得的数据 API 3
报告 API 3
数据亭 API 6
卖家销售和流量数据 7
供应商分析数据 7
卖家经济数据 8
集成 SP-API 9
注册成为 SP API 开发者 9
申请 SP-API 角色 9
注册您的应用程序 9
选择授权模型 10
了解应用程序授权 10
授权供应商组访问应用程序 10
Connect 到 SP-API 11
构建数据摄取管道 12
实现分析功能 14
实现生成式 AI 16
使用 QuickSight Q 的示例 17
改善和优化 19
后续步骤 20
资源 21
Amazon 销售合作伙伴API资源 21
数据架构 21
AWS 服务 演示 21
文档历史记录 22
..... xxiii

为 Amazon 销售伙伴启用业务报告和生成式 AI 功能

Manikanta Gona Grafsgaard（亚马逊 Web Services）和 Hina Vinayak（亚马逊）

2024 年 8 月（文件历史记录）

业务概述

Amazon 是一家数据驱动型公司。它通过各种产品向亚马逊供应商和卖家提供大量数据，例如供应商平台、卖家平台、电子数据交换 (EDI) 解决方案和APIs。

在 Amazon Selling Par tner 中API，分析报告使卖家和供应商能够深入分析他们的销售业绩、库存状况、概览视图等。全面的报告涵盖销售、流量、净纯利润率（净PPM）、预测、库存和目录管理。此外，品牌分析报告是这种数据驱动策略的重要组成部分，它为第一方和第三方卖家提供了宝贵的见解。第三方卖家还可以通过客户忠诚度分析和搜索分析获得有力的见解。

通过提供这些强大的分析和报告功能，亚马逊可以帮助其销售伙伴做出明智的、以数据为导向的决策，从而推动其业务增长并在亚马逊市场上取得成功。但是，对于某些供应商和卖家来说，浏览和分析这些庞大的数据集可能具有挑战性。

解决方案概述

您可以使用生成式人工智能（生成人工智能）和分析服务来增强亚马逊市场的业务报告。Amazon Q Bus iness 和亚马逊 QuickSight可以帮助您分析销售合作伙伴提供的数据API并改进您的业务报告。通过实施数据分析和生成式 AI 功能，您可以解锁更深入的见解，自动执行重复性任务，并增强在 Amazon 上的客户体验。这最终会为您的业务带来更多的销售和增长。

以下概述了通过实施本指南中的建议可以获得的数据分析和生成式 AI 功能： DevOps

- 创建自定义报告和交互式仪表板，从您的销售合作伙伴API数据中解锁见解。
- 开发安全、可扩展的提取、转换和加载 (ETL) 管道，用于摄取、转换和加载数据。
- 将 Amazon Q 与其他商业智能 (BI) 解决方案相结合，生成高级分析、预测并做出数据驱动的决策。
- 构建可分析您的销售合作伙伴API数据的自定义机器学习 (ML) 模型。
- 使用生成式 AI 为您的亚马逊商品信息自动创建经过优化的高质量商品描述。
- 使用大型语言模型 (LLMs) 生成引人入胜、有说服力的内容，例如营销文案和客户沟通。
- 使用机器学习来预测销售、库存和其他关键业务指标。

您可以改而执行以下操作：

1. 整合销售合作伙伴 API — 与销售合作伙伴建立安全连接，APIs以访问您的销售、库存、客户和其他关键业务数据。
2. 构建数据管道 — 开发强大的ETL管道，对用于分析和建模的 Amazon 数据进行标准化、结构化和准备。
3. 使用 Amazon Q 和其他分析服务 — 将 Amazon Q 与互补的商业智能和数据科学服务相结合，创建全面的分析生态系统。
4. 探索生成式 AI 服务 — 评估 AWS AI 服务并将其集成到您的工作流程中，以实现内容生成、产品描述和预测建模的自动化。
5. 实施 AWS 最佳实践 — 使用 AWS 服务诸如 AWS Lake Formation 和 Amazon 之类的方式 DataZone，根据您的合规要求和 AWS 最佳实践管理和治理您的数据。

可通过 Amazon 销售合作伙伴获得的数据 API

亚马逊销售合作伙伴 API (SP-API) 是一个帮助亚马逊卖家和供应商以编程方式访问其订单、发货、付款等数据的REST基础API。由此获得的数据API可以提高销售效率，降低劳动力需求并缩短对客户的响应时间。本指南重点介绍您可以通过销售合作伙伴API获取报告（报告API）和销售合作伙伴（Data Kiosk）访问的数据。API API

报告 API

报告中的数据API旨在帮助您管理您在亚马逊商城上的业务。分析报告提供了有关您的产品、客户和整体绩效的宝贵见解，例如：

- 销售业绩-分析销售数据可以帮助您确定趋势和客户购买模式。您可以使用此信息来优化您的销售策略。
- 产品绩效 — 分析产品数据可以帮助您确定哪些产品畅销，哪些不畅销。您可以使用此信息来优化您的产品。
- 客户行为 — 分析客户数据可以帮助您了解客户的偏好和需求。您可以使用这些信息来个性化您的营销和销售策略。

下表说明了每份品牌分析报告。以下报告适用于具有品牌分析销售合作伙伴API角色且已在 “亚马逊品牌注册” 中注册的亚马逊卖家和供应商。

报告	描述	参数
市场篮子分析报告	在结账时提供有关最常与客户购物篮（购物车）中的商品组合购买的商品的数据	可以为不同的报告期（DAY、WEEKMONTH、或QUARTER）请求报告。这些数据是在这些时期内提供的。
Amazon 搜索词报告	包含商城中最常选择的亚马逊标准识别码 (ASINs) 的数据，按搜索关键词和部门划分	可以为不同的报告期（DAY、WEEKMONTH、或QUARTER）请求报告。请求不能跨越多个报告期。
重复购买报告	包含卖方重复购买商品的数量数据	可以为不同的报告期（WEEKMONTH、或QUARTER）

报告	描述	参数
		请求报告。数据可以跨越多个报告期。

下表说明了每份供应商零售分析和卖家零售分析报告。

报告	描述	可用性	参数
快速零售分析库存报告	包含某个ASIN级别的库存数据，按每小时的粒度进行汇总	供应商	只能请求报告。数据可以跨越多个日期范围周期，包括当天。
快速零售分析流量报告	包含有关客户访问供应商商品详情页面的流量数据，按小时精细度排列	供应商	只能请求报告。数据可以跨越多个日期范围周期。
快速零售分析销售报告	包含某个ASIN级别的销售数据，按每小时精细度汇总	供应商	只能请求报告。数据可以跨越多个日期范围周期。
供应商销售报告	包含在目录级别和级别报告的关键零售销售指标（例如订购和发货的收入和数量）ASIN	供应商	可以针对不同的情况要求报告： • 报告周期（DAYWEEK、MONTH、QUAR或YEAR） • 分销商视图（MANUFACTU RING 或SOURCING） • 销售计划（RETAILBUSINESS、或FRESH）

报告	描述	可用性	参数
纯产品净利润率报告	包含亚马逊销售供应商商品的纯净产品利润率数据，这些数据在目录层面和目录层ASIN面上报告	供应商	可以为不同的报告期（DAY、、WEEKMONTHQUARTE或YEAR）请求报告。
供应商流量报告	包含在目录级别和级别报告的关键零售流量指标，例如浏览次数 ASIN	供应商	可以为不同的报告期（DAY、、WEEKMONTHQUARTE或YEAR）请求报告。
供应商预测报告	包含前瞻性平均值、之前的 70、之前的 80 周和之前的 90 周客户需求预测，按最近一周预测生成日期的ASIN水平报告	供应商	可以为不同的销售计划申请报告（RETAIL或FRESH）。
供应商库存报告	包含在目录级别和级别报告的库存和运营状况指标（例如可售的现有商品和供应商确认率）ASIN	供应商	可以针对不同的情况要求报告： • 报告周期（DAYWEEK、MONTH、QUAR或YEAR） • 分销商视图（MANUFACTURING 或SOURCING） • 销售计划（RETAIL或FRESH）

报告	描述	可用性	参数
销售和流量业务报告	包含卖家整个目录的关键销售业绩指标（例如订购商品的销量、收入、订购的商品数量和索赔金额）和页面流量指标（例如页面浏览量和购买按钮百分比），按日期汇总和 ASIN	卖家	可以请求或安排报告。可以为不同的日期范围聚合级别（DAYWEEK、或MONTH）和ASIN聚合级别（PARENTCHILD、或SKU）提供数据。

数据亭 API

数据亭API提供基于 GraphQL 的动态报告套件。它可以帮助您生成自定义 GraphQL 查询并访问亚马逊数据集中的批量数据。您可以使用它API来访问各种数据，包括：

- 卖家销售和流量数据
- 供应商分析数据
- 卖家经济数据

以下是数据亭API的主要功能：

- GraphQL 支持的动态报告 — 支持 API GraphQL 查询操作，可帮助您创建自定义查询以检索所需的特定数据。
- 批量数据访问-您可以通过访问大型数据集API，从而便于进行全面的分析和报告。
- 灵活的数据探索 — 基于 GraphQL 的方法允许进行动态的临时数据探索。这种灵活性可以帮助您迭代查询并提取见解。
- 全面的数据覆盖范围 — API 提供对各种卖方和供应商数据的访问，从而实现全面的绩效分析和商业智能。

Data Kiosk 中的架构和指令API提供了一种通过 GraphQL 访问数据的结构化方式API，能够根据您的特定需求聚合和筛选数据。通过使用 Data KioskAPI，您可以对销售、流量和分析数据获得更深入、更具可操作性的见解。这使您能够做出明智的、以数据为导向的决策，以优化您的业务策略。

> **Note**
>
> 查询的保留时间因请求的字段而异。架构中的每个字段都有一个指令注释，该@resultRetention指令定义了包含该字段的查询将保留多长时间。当查询包含多个保留期不同的字段时，将应用最短（最小）的保留期。查询结果文档的保留始终与查询的保留期相匹配。

卖家销售和流量数据

在 Data Kiosk 中API，Analytics_SalesAndTraffic_2024_04_24是销售和流量查询的根类型。此根类型有两个查询可用：

- salesAndTrafficByAsin检索按ASIN（PARENT、CHILD或SKU）汇总的销售和流量数据。
- salesAndTrafficByDate检索按日期（DAY、WEEK或MONTH）汇总的销售和流量数据。

请注意有关查询的以下内容：

- 枚举类型（枚举），例如AsinGranularity和DateGranularity，用于指定聚合级别。
- 标量类型（例如 Dat e）用于表示数据。

供应商分析数据

在 Data Kiosk 中API，Analytics_vendorAnalytics_2024_09_30是供应商分析查询的根类型。此根类型有两个视图可用：

- manufacturingView检索按指定日期汇总的有关您制造的商品的指标。
- sourcingView检索有关您直接向亚马逊采购的商品的指标，这些指标按指定日期汇总。

您可以根据分配给您的供应商（SOURCING或MANUFACTURING）角色访问相关视图及其关联指标。这些查询包括开始日期和结束日期、市场标识符、汇总指标和总指标。请注意有关查询的以下内容：

- 使用ManufacturingViewMetricsGroupedBy和SourcingViewMetricsGroupedBy类型按各种属性（例如ASIN或品牌）对指标进行分组。
- 指标类型，例如costs、customerSatisfactionorders、和productAvailability，代表不同的指标组。

- DateGranularity枚举指定了日期聚合的级别。

卖家经济数据

卖家经济报告全面介绍了您在亚马逊商城的业绩和财务状况。它涵盖了销售数据、广告支出、费用、成本和净收益。您可以按日期和产品标识符汇总数据。

在 Data Kiosk 中API，Analytics_Economics_2024_03_15是卖家经济学查询的根类型。给定商品的卖家经济数据由Economics类型表示。此类型包括以下关键方面：

- ads— 指定日期范围内产品的广告支出数据。
- cost— 卖家提供的此商品的 Amazon 折扣价格（每件）。
- fees— 在指定日期范围内对产品收取的费用。
- fnsku— 商品的配送网络库存单位 (FNSKU)。
- msku— 商品的卖家库存单位 (MSKU)。
- netProceeds— 该产品在指定日期范围内的净收益。
- sales— 指定日期范围内产品的销售数据。

整合 Amazon 销售合作伙伴 API

要通过亚马逊销售合作伙伴 API (SP-API) 访问数据，您必须完成以下操作：

1. 注册成为 SP API 开发者
2. 申请 SP-API 角色
3. 注册您的应用程序
4. 为您的应用程序选择授权模式
5. Connect 到 SP-API

注册成为 SP API 开发者

在注册您的 SP API 应用程序之前，您必须创建一个 Amazon 开发者账户并注册为 SP API 开发者。有关开发者注册过程的全面概述，请参阅 SP-API 文档中的 SP-API 注册概述。

申请 SP-API 角色

S P API 角色决定开发人员或应用程序是否有权访问特定的操作或资源。作为开发人员，您必须申请并获得特定角色的资格，否则您将无法访问该角色下分组的操作和资源。

角色保护对个人身份信息 (PII) 和其他敏感数据的访问。他们限制数据访问权限，以确保开发人员只能访问其应用程序所需的数据。这有助于保护客户数据并保持客户信任。

访问品牌分析报告中提供的数据需要您具有品牌分析角色。有关申请角色访问权限的更多信息，请参阅 SP API 文档中的如何申请角色并获得该角色的资格。

注册您的应用程序

注册过程因应用程序类型而略有不同。为了注册的目的，应用程序被归类为以下类型之一：

- 公共应用程序和私人卖家申请-这些应用程序是公开可用并由卖方或供应商授权的应用程序，或者它们是仅向您的组织提供且经过自我授权的卖家申请。
- 私人供应商应用程序-这些是供应商应用程序，仅供您的组织使用，并且需要自行授权。

有关更多信息，请参阅 SP API 文档中的注册应用程序。

为您的应用程序选择授权模型

卖家合作伙伴的授权模式基API于 Lo gin with Amazon，这是亚马逊实施的 OAuth 2.0。您的应用程序通过与 Amazon 显示的页面和您的网站进行交互来获得授权。Web 浏览器是用户代理，在每次卖家合作伙伴操作时，它都会在您的网站和 Amazon 之间传递参数。要实现OAuth授权，您必须将您的网站配置为接受和处理 Amazon 传递给它的参数。您还必须将您的网站配置为重定向网络浏览器并将参数传递给 Amazon。有关授权的更多信息，请参阅 SP API 文档中的授权销售伙伴API申请。

了解应用程序授权

就授权而言，有三种类型的应用程序：

- 面向卖家的公开申请-这些申请是公开提供的，并由卖家授权。您可以选择以下授权工作流程之一：
  - 销售合作伙伴应用商店授权工作流程-从销售合作伙伴应用商店详情页面启动的OAuth授权工作流程。
  - 网站授权工作流程-从您自己的网站启动的OAuth授权工作流程。
- 供应商的公开应用程序-这些应用程序是公开可用的，并由供应商授权。您可以使用网站授权工作流程。这是一个从您自己的网站启动的OAuth授权工作流程。
- 卖家或供应商的私人应用程序-这些应用程序仅适用于您的组织。这些可以是卖方或供应商的申请。您可以使用自我授权方法。当你为自己的组织创建私有应用程序时，你可以自行授权它访问你的账户信息。您可以自行授权处于草稿状态的应用程序；没有理由发布私有应用程序。有关撤销卖家和供应商申请的自我授权的信息，请参阅 SP 文档中的撤消自我授权。API

授权供应商组访问应用程序

当您授权销售合作伙伴API应用程序访问您的数据时，即表示您授予与供应商平台账户登录凭证关联的供应商群组的访问权限。通过扩展，您正在授予对供应商组中存在的所有供应商代码的访问权限。因此，使用正确的供应商中心凭证和供应商组进行销售合作伙伴API集成非常重要。

供应商组是您登录的账户。根据您的业务协议、运营模式和其他因素，您的供应商组可以包含一个或多个供应商代码。每个供应商代码都允许您在特定类别中发布商品，或者包含必要的业务协议，例如特定品牌的一个供应商代码。

您可以对每个供应商组进行多项授权，也可以创建包含所有供应商代码的单个供应商组。使用与您的配置文件关联的多个供应商组的选项使您能够在不同的供应商组中使用具有相同供应商代码的应用程序。使用此选项，您不必为每个供应商组提交多个供应商开发者应用程序。

有关更多信息，请参阅 SP API 文档中的授权供应商组访问应用程序。

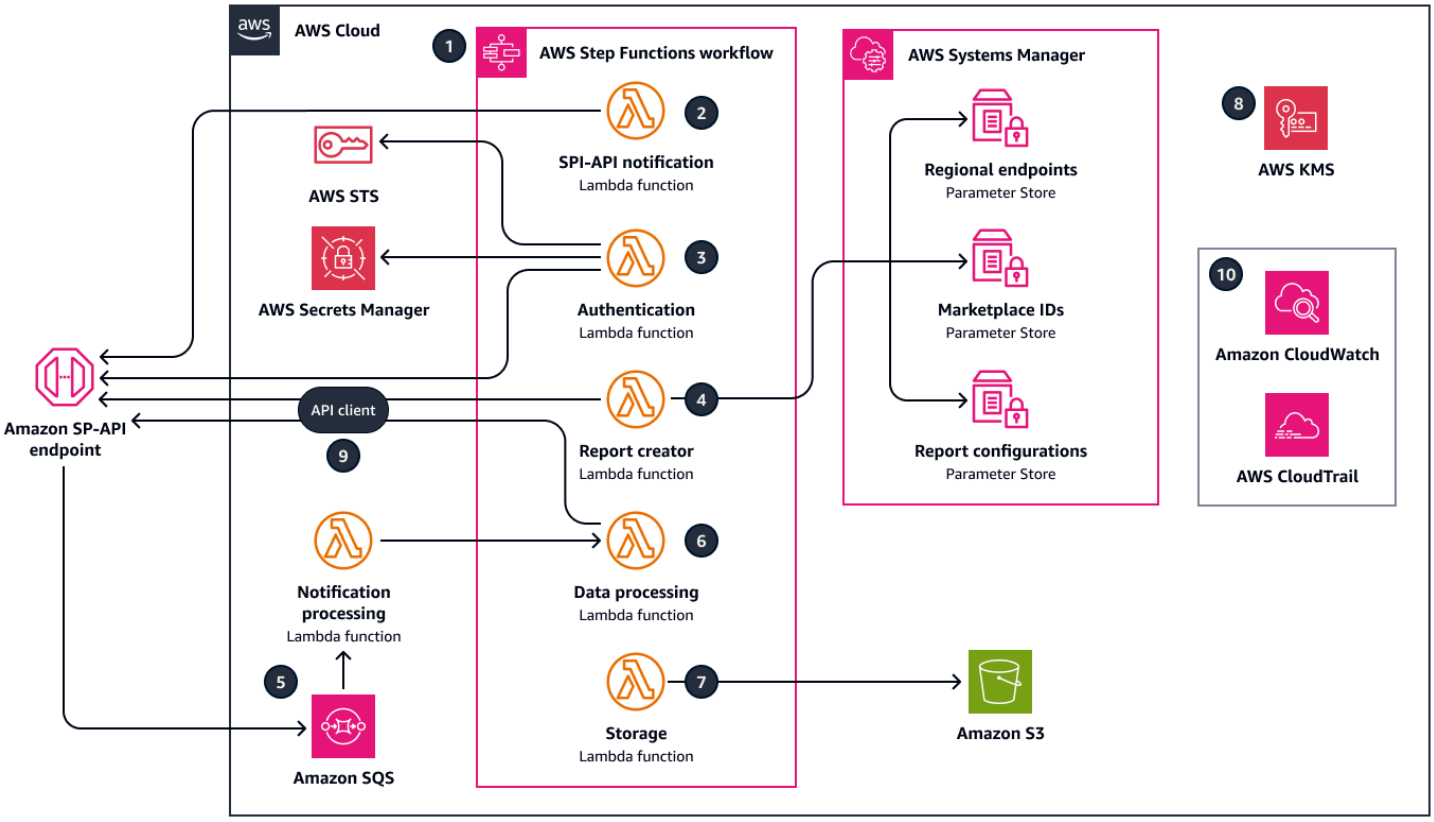
Connect 到 SP-API

注册并授权应用程序后，就可以开始提出请求了。有关更多信息，请参阅 SP API 文档API中的连接销售合作伙伴。

为您的 Amazon 销售伙伴数据建立数据摄取渠道

本节提供了一种策略，用于将亚马逊销售合作伙伴 API (SP-API) 中的亚马逊供应商和卖家数据提取到您的 AWS 账户数据湖中。这种数据管道架构专为提高敏捷性而设计。在您的账户中提供数据后，您可以实施分析和生成式 AI 功能，以从这些数据中获得高级业务见解。这些数据可帮助您在所有商城中大规模了解您的业务、库存详情和分析。

以下架构图显示了如何使用AWS Step Functions工作流程中的AWS Lambda函数将数据从 SP 摄取API到中的 AWS 账户数据湖中。数据存储在亚马逊简单存储服务 (Amazon S3) S ervice 和 Par ameter Store 中，这是一项功能。 AWS Systems Manager



例架包括以下组件：

1. Step Functions 用作无服务器编排服务，用于集中管理与 SP-集成的工作流程。API
2. 报告（报告API）销售合作伙伴API支持自动执行报告工作流程的通知。为此，您可以使用 S P API 通知 Lambda 函数为应用程序订阅`REPORT_PROCESSING_FINISHED`通知类型。
3. 为了调用 SP-API，您需要使用身份验证 Lambda 函数来获取 Login with Amazon (LWA) 访问令牌。

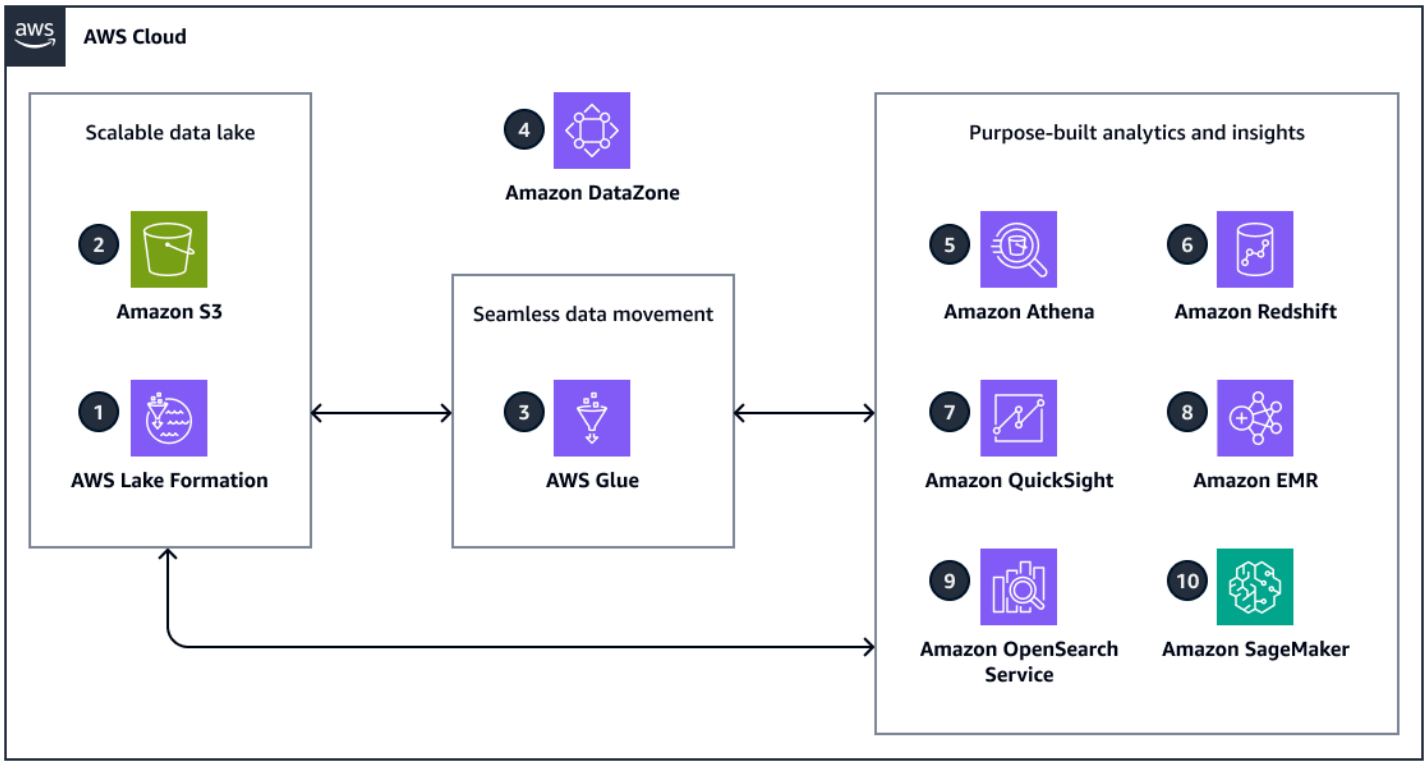
4. 来自身份验证函数的LWA访问令牌将传递给报告创建者 Lambda 函数。此函数使用LWA访问令牌以及存储在 Parameter Store 中的区域终端节点IDs、市场和报告配置数据来`createReport`调用 SP-API。
5. SP-API 生成报告。完成后，`REPORT_PROCESSING_FINISHED`通知事件将发送到亚马逊简单队列服务 (AmazonSQS) 队列，该队列在报告处理为`CANCELLED`或`DONE`时提供信息`FATAL`。这会触发通知处理 Lambda 函数来处理事件。如果通知事件的状态为`DONE`，`reportDocumentId`则包括a。
6. 通知事件将传递给 Step Functions 工作流程中的数据处理 Lambda 函数。此函数使用`getReportDocument`调用 SP-API。`reportDocumentId`如果报告文档的内容已压缩，则 SP-会API返回预先签名的URL报表文档位置和使用的压缩算法。
7. 此响应将传递给 St orage Lambda 函数，该函数会下载报告文档，对其进行解压缩（如果适用），并将报告文档存储在 Amazon S3 中。
8. AWS Key Management Service (AWS KMS) 用于集中管理加密密钥，这些密钥可用于加密中的密钥AWS Secrets Manager。数据存储在 Amazon S3 和参数存储中。
9. SP-API 请求受使用令牌桶算法的限制。因此，建议使用API客户端进行速率限制。
10. AWS CloudTrail而且 CloudWatchAmazon 用于监控和记录 AWS 服务。这些日志提供了可追溯性。

为您的 Amazon 销售伙伴数据实施分析策略

本节详细介绍亚马逊供应商和卖家如何对从亚马逊销售合作伙伴 API (SP-API) 获取的数据进行高级分析。这些分析功能可以提供：

- 深入了解销售业绩、库存管理、品牌分析和其他关键指标。
- 能够创建自定义计算、筛选器和可视化效果以满足您的特定需求。

以下架构图显示了您 AWS Glue 如何使用数据湖发现、准备、移动和集成数据，以便将其用于分析和见解。



架构图包括以下组件：

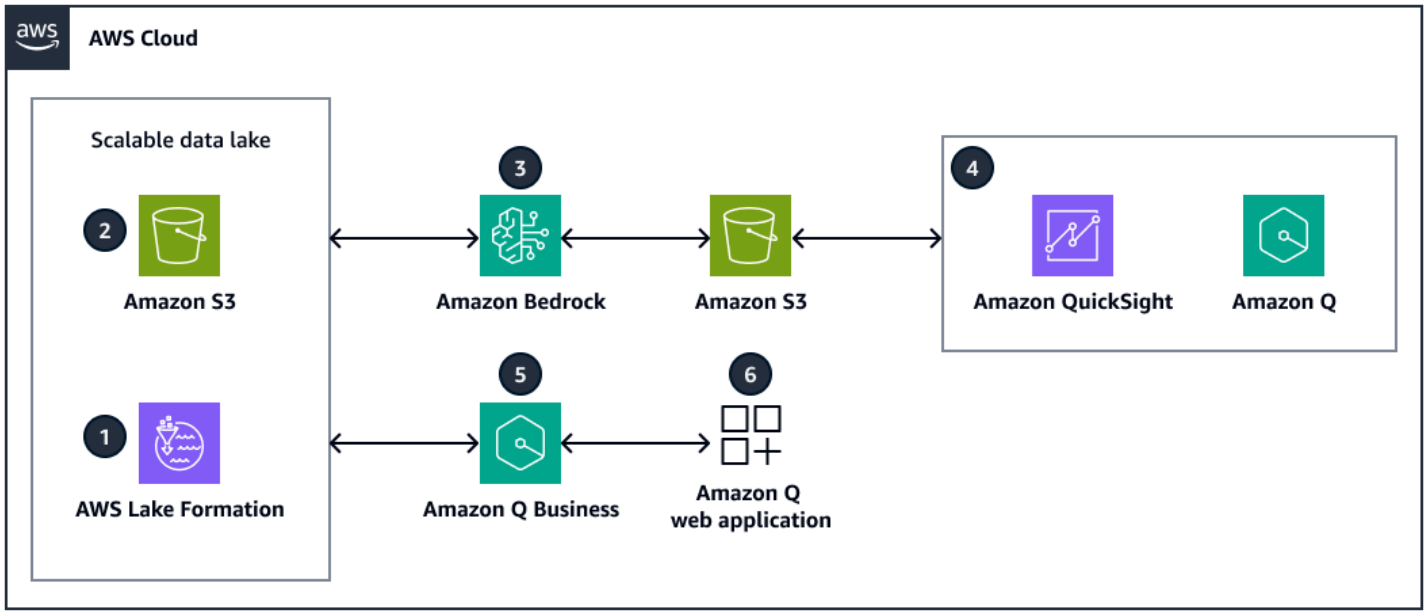
1. AWS Lake Formation用于构建可扩展的数据湖以及集中管理安全、访问控制和审计跟踪。
2. 亚马逊简单存储服务 (Amazon S3) Sem ple Service 被用作数据湖存储。
3. AWS Glue用于跨多个数据存储和数据湖对数据进行编目、转换、丰富、移动和复制。 AWS Glue 简化了复杂、手动和昂贵的传统数据集成流程，并支持增加的数据量和数据多样性。
4. Amazon DataZone 可帮助您在整个组织中对数据进行分类、发现、共享和管理。

5. Amazon A thena 提供交互式查询、分析和处理功能。
6. 亚马逊 Redshift 用作云数据仓库。通过零 ETL 集成，您可以对数 PB 的交易数据执行近乎实时的分析，也可以使用 Amazon Redshift 机器学习功能来获得实时见解。
7. Amazon QuickSight 提供基于机器学习的商业智能。QuickSight Q 由机器学习提供支持，使用自然语言处理来快速回答您的业务问题。
8. Amazon EMR 是一个托管集群平台，可简化大数据框架的运行，以处理和分析大量数据。 AWS使用这些框架和相关的开源项目，您可以处理用于分析目的的数据和业务情报工作负载。
9. Amazon OpenSearch 服务可用于运营分析。它还提供矢量数据库搜索功能。
10. Amazon SageMaker AI 可用于构建、训练和部署机器学习模型，以及为您的应用程序添加人工智能。

为您的 Amazon 销售伙伴数据实施生成式 AI 策略

亚马逊供应商和卖家可以使用生成式人工智能（生成式人工智能）服务和功能 AWS 来获得更深入的见解，自动执行重复性任务，并增强您在亚马逊上的客户体验。例如，您可以使用生成式 AI 来自动为您的 Amazon 列表创建优化、高质量的商品描述，生成营销文案或客户沟通，或者预测销售、库存和其他关键业务指标。生成式 AI 可以提供您从亚马逊销售合作伙伴 API 中获取的数据的见解。

以下架构图显示了如何使用 AWS 服务 Amazon B edrock 或 Amaz on Q Busines s 等来开启生成人工智能之旅。 AWS使用此架构，您可以构建生成式 AI 管道，该管道使用现代数据分析方法从数据中获取见解。



架构图包括以下组件：

1. AWS Lake Formation用于构建可扩展的数据湖以及集中管理安全、访问控制和审计跟踪。
2. 亚马逊简单存储服务 (Amazon S3) Sem ple Service 被用作数据湖存储。
3. Amazon Bedrock 是一项完全托管的服务，可提供多种行业领先的基础模型 (FMs)。它还提供了构建生成式 AI 应用程序所需的广泛功能，通过安全、隐私和负责任的 AI 简化开发。您可以将模型输出数据存储在 Amazon S3 存储桶中，也可以将其集成到亚马逊 QuickSight。
4. Amazon QuickSight 提供基于机器学习的商业智能。QuickSight Q 通过生成式 BI 功能提高业务生产力，从而加快决策制定。借助新的仪表板创作功能，您可以使用自然语言提示快速构建、发现和共享有意义的见解。

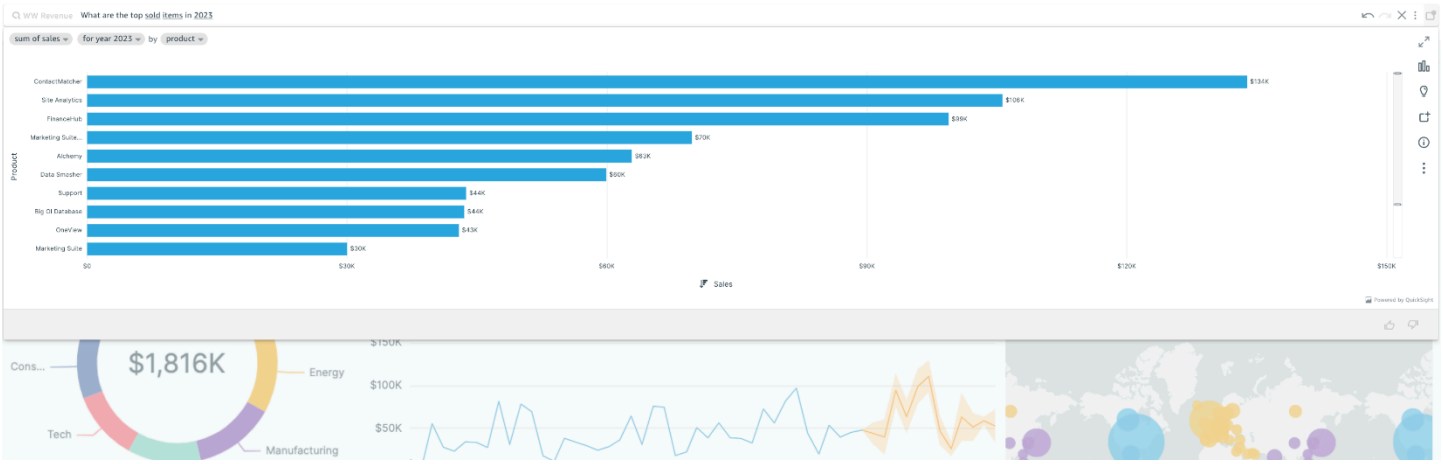
5. Amazon Q Busines s 是一款由 AI 驱动的生成式助手，可以根据企业系统中的数据和信息回答问题、提供摘要、生成内容并安全地完成任务。它可以帮助您提高创造力、数据驱动力、效率、准备就绪和生产力。
6. 您可以创建自定义 Web 应用程序来使用来自 Amazon Q Business 的数据。

使用 QuickSight Q 的示例

以下示例展示了 QuickSight Q 如何通过执行摘要、情境感知数据问答体验以及可自定义的交互式数据故事来帮助您理解数据，这些故事有助于根据见解做出决策。

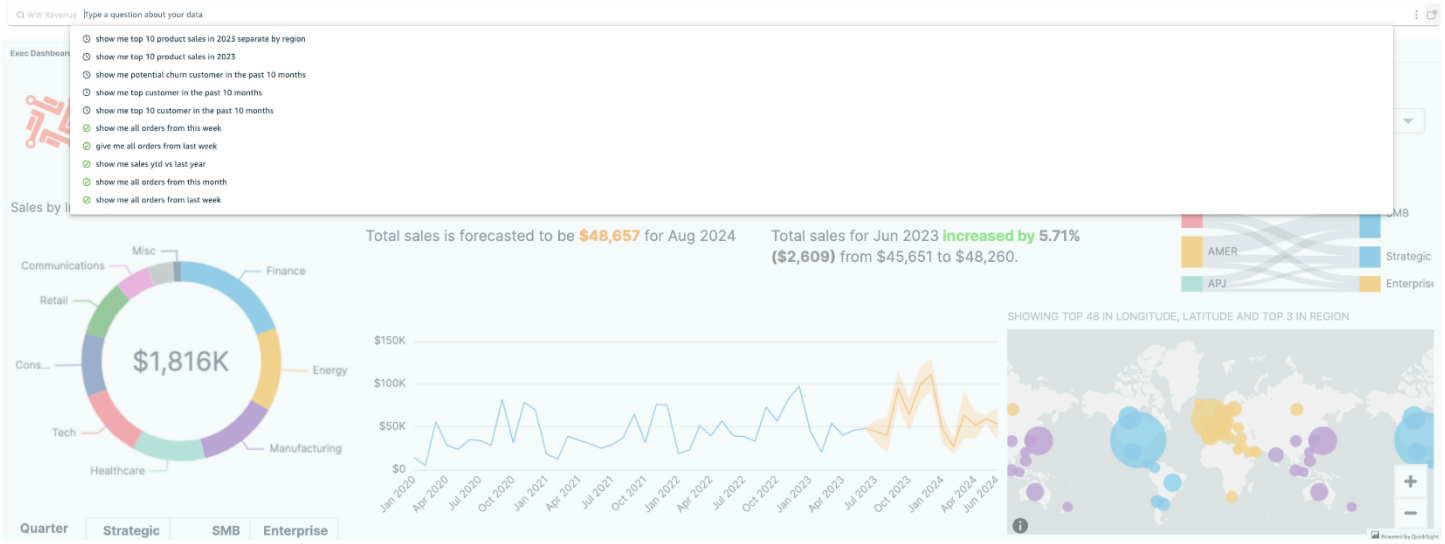
示例 1

你可以问 QuickSight Q “2023 年最畅销的商品有哪些？” QuickSight Q 收集并分析数据，以提供执行摘要。



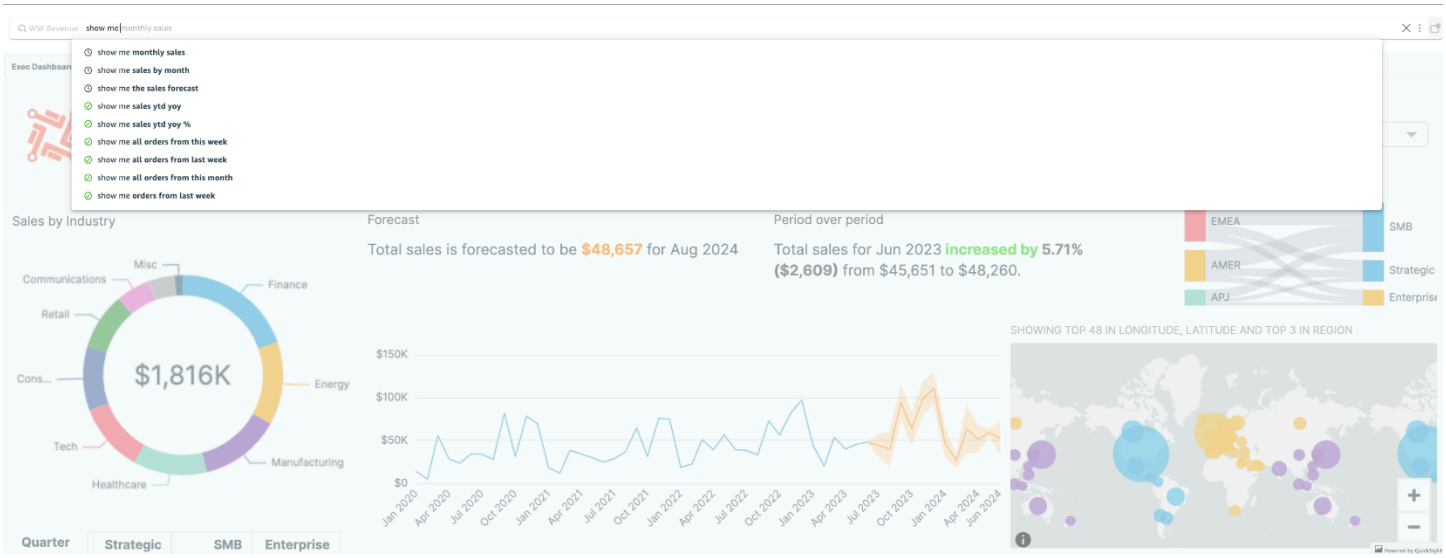
示例 2

你可以问 QuickSight 问 Q 企业在亚马逊上销售的热门产品有哪些。



示例 3

您可以让 QuickSight Q 根据月份或提供产品的销售指标 year-to-date。



持续改进和优化您的分析和生成式 AI 策略

为了持续改善和优化 Amazon 卖家和供应商数据的分析和生成式 AI 策略，我们建议您执行下列操作：

- 持续监控性能 — 定期审查分析和生成式 AI 解决方案的使用情况和性能指标，以确定需要改进的领域。监控关键指标，例如用户参与度、数据处理吞吐量、API响应时间和错误率。使用这些数据来优化系统配置，识别瓶颈，并就增强做出明智的决策。
- 使用高级机器学习技术 — 探索更复杂的机器学习模型和技术的应用，以进一步增强应用程序的预测和分析能力。这可能包括尝试神经网络、时间序列预测、异常检测和其他高级算法。
- 优先考虑用户反馈 — 积极收集来自亚马逊卖家、供应商和品牌社区的反馈，以了解不断变化的需求和痛点。将这些用户输入纳入应用程序的开发路线图中，以确保解决方案保持相关性并继续提供最大价值。

通过持续监控性能、使用高级分析和机器学习技术以及确定用户反馈的优先顺序，您可以确保应用程序仍然是一个强大、适应性强且不可或缺的工具。这种对持续优化和演进的承诺可以帮助您做出越来越以数据为导向的决策，推动可衡量的业务影响，并在竞争中保持领先地位。

后续步骤

本指南适用于想要使用分析和生成人工智能功能来推动业务增长的亚马逊卖家和供应商。使用本指南中的建议和策略，您可以：

- 在内部构建云应用程序
- 参与AWS 专业服务
- AWS Partner 从中选择一个 AWS Partner Network
- 请联系您的 AWS 账户团队

如需更多信息和其他资源，以帮助您进一步了解 AWS 分析和生成式 AI 功能，请参阅本指南的 “资源” 章节。

资源

Amazon 销售合作伙伴API资源

- 销售合作伙伴API文档
- 销售合作伙伴API数据模型
- Data Kiosk 架构浏览器

数据架构

- 将 Amazon 零售数据导入无服务器现代数据架构（AWS 博客文章）
- Amazon 卖家和供应商中心数据生成器（AWS 解决方案库）

AWS 服务 演示

- Amazon QuickSight Q 演示（演示中心）

文档历史记录

下表介绍了本指南的一些重要更改。如果您希望收到有关未来更新的通知，可以订阅 RSSFeed 源。

变更	说明	日期
初次发布	—	2024 年 8 月 9 日

本文属于机器翻译版本。若本译文内容与英语原文存在差异，则一律以英文原文为准。