

République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

École Supérieure en Informatique -08 Mai 1945- Sidi Bel Abbès



THESIS

To obtain the diploma of **Master**

Field : Computer Science

Specialty : Information Systems and Web

Exploring Recommendation Approaches for B2B Affiliate Marketing Platforms

Presented by :

Lalliche Abdelhadi

Latrache Abdenour

Belmiloud Laid Aboubakr

In front of the jury composed of :

Dr. MAHAMMED Nadir	President
Dr. SAIDI Mohammed El Fatid	Examiner
Dr. SAIDI Imène	Supervisor
Dr. ABDELHAK Soumia	Incubator Representative

Academic Year : **2025/2026**

Abstract

Business-to-Business (B2B) commerce and affiliate marketing have become essential components of the modern digital economy, enabling companies to expand their market reach, increase user engagement and conversion rates, and improve online business performance. In B2B affiliate marketing environments, businesses rely on affiliates and digital platforms to promote products and services to targeted professional audiences. However, the growing volume of information and the diversity of available products create challenges in reaching users. In this context, several techniques emerge, among which recommendation systems play a central role in improving the matching process between affiliates and campaigns, reducing information overload, and enabling more personalized and data-driven decision-making in B2B affiliate marketing platforms.

Keywords : Business to Business Platforms, Affiliate Marketing, Digital Economy, Recommendation Approaches, Decision Making.

Résumé

Le commerce interentreprises (B2B) et le marketing d'affiliation sont devenus des composantes essentielles de l'économie numérique moderne, permettant aux entreprises d'élargir leur portée commerciale, d'accroître l'engagement des utilisateurs et les taux de conversion, et d'améliorer leurs performances en ligne. Dans les environnements de marketing d'affiliation B2B, les entreprises s'appuient sur des affiliés et des plateformes numériques pour promouvoir leurs produits et services auprès d'audiences professionnelles ciblées. Cependant, le volume croissant d'informations et la diversité des produits disponibles créent des défis pour atteindre les utilisateurs. Dans ce contexte, plusieurs techniques émergent, parmi lesquelles les systèmes de recommandation jouent un rôle central pour améliorer le processus de mise en correspondance entre les affiliés et les campagnes, réduire la surcharge d'informations, et permettre une prise de décision plus personnalisée et fondée sur les données dans les plateformes de marketing d'affiliation B2B.

Mots-clés : Plateformes Business to Business, Marketing d'Affiliation, Économie Numérique, Approches de Recommandation, Prise de Décision.

ملخص

باتت التجارة بين الشركات (B2B) والتسويق بالعمولة من المكونات الأساسية للاقتصاد الرقمي الحديث، إذ تُمكن الشركات من توسيع نطاق وصولها التجاري، ورفع معدلات تفاعل المستخدمين والتحويل، وتحسين أدائها الرقمي. في بيئات التسويق بالعمولة B2B، تعتمد الشركات على المسوّقين بالعمولة والمنصات الرقمية للترويج لمنتجاتها وخدماتها لدى جماهير مهنية مستهدفة. غير أن الحجم المتزايد للمعلومات وتنوع المنتجات المتاحة يُفرزان تحديات في الوصول إلى المستخدمين. في هذا السياق، تبرز عدة تقنيات، تؤدي من بينها أنظمة التوصية دوراً محورياً في تحسين عملية المطابقة بين المسوّقين بالعمولة والحملات، والحد من فيض المعلومات، وتمكين اتخاذ قرارات أكثر تخصيصاً واستناداً إلى البيانات داخل منصات B2B للتسويق بالعمولة.

الكلمات المفتاحية: منصات B2B، التسويق بالعمولة، الاقتصاد الرقمي، مناهج التوصية، اتخاذ القرار.