
SIGMIX GROWTHPILOT · AUTOPILOT FOR YOUR AD BUDGET

Every platform reports the best CAC inside its own walls.

Google optimises Google. Meta optimises Meta. Neither can see the other, so “best” is only ever best-in-silo. GrowthPilot watches all of your channels together, works out what each **product** actually costs to sell on each one, and tells you in plain language where to move the money.

SAR 30,800

a month recoverable on the account below

15

campaigns across 6 channels, one basis

3.4×

spread on a single channel, product to product

Best-in-silo is not best.

Each ad platform grades its own homework. It sees the conversions it can claim, counts them its own way, and optimises to that. Run four platforms and you have four scoreboards that cannot be added up — and a budget split that was never tested against the only question that matters: **what does this product cost to sell, everywhere?**

What each platform tells you

- ✗ Its own conversions, counted its own way
- ✗ Credit for a customer three other platforms also claim
- ✗ A cost per acquisition that cannot be compared to anything
- ✗ Nothing at all about your other channels

What one basis tells you

- ✓ Cost per sale against your real orders, de-duplicated once
- ✓ The same number for every channel and every campaign
- ✓ Per product, because the winner changes by product
- ✓ What to move, what it is worth, and what to switch off

FOUR SCOREBOARDS THAT CANNOT BE ADDED UP

 Meta

 Google

 TikTok

 Snapchat

 YouTube

7,840

sales claimed by the platforms



5,690

orders you actually had

2,150 removed before any number in this document — the same customer, counted more than once.

One view no single platform can give you.

Every product, on every channel it runs on, priced the same way. The order changes once the counting is consistent — and it changes again from product to product.

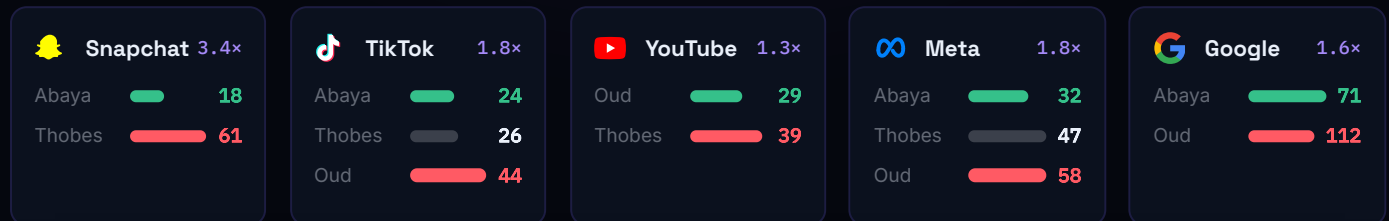
 Product · apparel Abaya collection SAR 100,000 SPEND / MONTH 3,264 SALES SAR 30.64 AVG PER SALE				
CHANNEL	COST PER SALE	SPEND	SHARE	VS BEST
 Snapchat C5	SAR 18	12k	12%	cheapest
 TikTok C9	SAR 24	10k	10%	+33%
 Meta C7	SAR 32	63k	63%	+78%
 Google Shopping	SAR 71	15k	15%	+294%

 Product · apparel Men's thobes SAR 50,000 SPEND / MONTH 1,318 SALES SAR 37.94 AVG PER SALE				
CHANNEL	COST PER SALE	SPEND	SHARE	VS BEST
 TikTok C4	SAR 26	14k	28%	cheapest
 YouTube C2	SAR 39	11k	22%	+50%
 Meta C3	SAR 47	18k	36%	+81%
 Snapchat C1	SAR 61	7k	14%	+135%

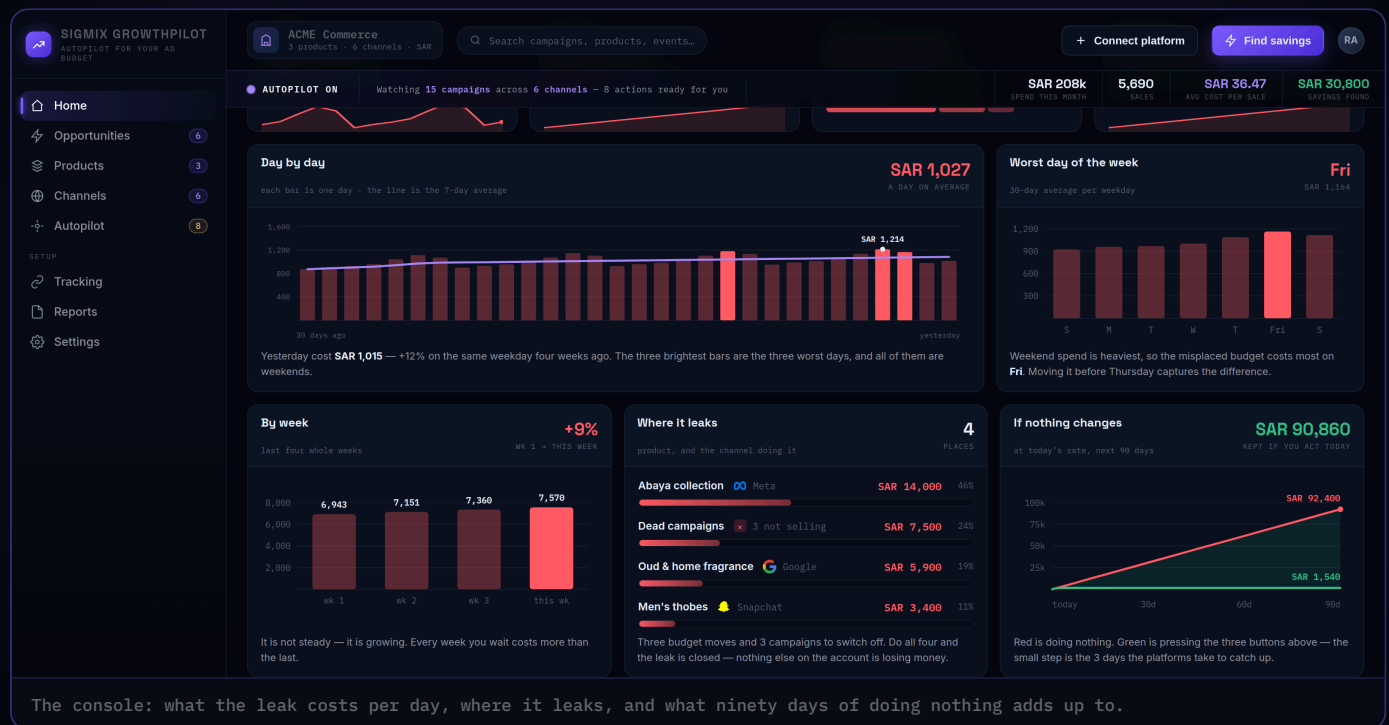
 Product · home Oud & home fragrance SAR 50,000 SPEND / MONTH 1,101 SALES SAR 45.41 AVG PER SALE				
CHANNEL	COST PER SALE	SPEND	SHARE	VS BEST
 YouTube C8	SAR 29	16k	32%	cheapest
 TikTok C12	SAR 44	10k	20%	+52%
 Meta C6	SAR 58	13k	26%	+100%
 Google Search	SAR 112	11k	22%	+286%

The same channel is not the same for every product.

This is the whole argument in one table. Snapchat sells abayas at SAR 18 and thobes at SAR 61 — the same channel, **3.4× apart**. A per-platform report can look perfectly healthy while the account leaks.



Cost per sale, SAR. Bars share one scale, so they compare across cards. A blank means the product does not run on that channel.



The same number, seen as a rate.

SAR 30,800 a month is SAR 1,027 a day. It is not steady and it is not shrinking — it grew across the month the figures below were taken from.

SAR 1,027 a day, on average	SAR 30,800 a month, recoverable	SAR 92,400 over ninety days, if nothing changes	SAR 90,860 kept, if the moves are made today
---------------------------------------	---	---	--

By week — it is growing

6,943	7,151	7,360	7,570
wk 1	wk 2	wk 3	this wk

Week one to this week, the leak grew 9%. Every week you wait costs more than the last.

Worst day of the week

Fri

SAR 1,164

average, that day

Weekend spend is heaviest in the Kingdom, so misplaced budget costs most on Friday and Saturday. A move made before Thursday captures the difference that week.

Where it leaks

Abaya collection  Meta	SAR 14,000
Dead campaigns 3 switched on, not selling	SAR 7,500
Oud & home fragrance  Google	SAR 5,900
Men's thobes  Snapchat	SAR 3,400

Three budget moves and 3 campaigns to switch off. Do all four and the leak is closed — nothing else on this account is losing money.

Some budget is not misplaced. It is just gone.

Moving money to the cheaper channel is half the job. The rest is money leaving the account for nothing: campaigns that stopped selling, and campaigns quietly getting more expensive while nobody is looking.

DEAD SPEND

Still switched on. Not selling.

CAMPAIGN	PRODUCT	SPEND	SALES	LAST SALE
 Meta C11 · broad retarget	Abaya	3,200	4	9 days ago
 Snapchat C7 · story ads	Oud	2,400	0	no sale yet
 Google Display · remarketing	Thobes	1,900	3	6 days ago

RECOVERABLE IN FULL

SAR 7,500

RISING COST

Getting dearer, for two different reasons.

CAMPAIGN	PRODUCT	WAS	NOW	CHANGE
 Snapchat C5	Abaya	16	21	+31%
 Google Search	Oud	96	118	+23%
 Meta C3	Thobes	41	47	+15%

AT RISK, AND RISING

SAR 7,800

The cause decides the fix

Exhaustion YOURS TO FIX

SAR 3,300

seen 5.2× per person, up from 2.1× — the audience has run out of new eyes. New creative or a wider audience and the price comes back down.

Competition NOT YOURS TO FIX

SAR 4,500

two new bidders on your brand terms; click cost up 34%, your conversion rate flat. You cannot out-spend that — cap the bid and move the budget to a channel where you still win.

It tells you what to do, in a sentence.

No dashboard to interpret. Every action says what is happening, what it is worth in riyals, and what the evidence is — then waits. Anything that moves money needs a person.

01

MOVE BUDGET

Abaya

Meta

→

👤 Snapchat

SAR 14,000

SAVED / MONTH

IMPLEMENT

02

MOVE BUDGET

Oud

Google

→

📺 YouTube

SAR 5,900

SAVED / MONTH

IMPLEMENT

03

MOVE BUDGET

Thobes

👤 Snapchat

→

🎵 TikTok

→

📺 YouTube

SAR 3,400

SAVED / MONTH

IMPLEMENT

04

PROTECT

Abaya

👤 Snapchat

SAR 3,300

PROTECTED / MONTH

BRIEF NEW CREATIVE

05

SWITCH OFF

Abaya

Meta

SAR 3,200

SAVED / MONTH

SWITCH IT OFF

8 actions in total on this account — 3 budget moves, 3 campaigns to switch off and 2 to protect. Ranked by what they are worth.

SIGMIX GROWTHPILOT

AUTOPILOT FOR YOUR AD BUDGET

ACME Commerce

3 products • 6 channels • SAR

Search campaigns, products, events...

+ Connect platform

Find savings

RA

AUTOPILOT ON

Watching 15 campaigns across 6 channels - 8 actions ready for you

SAR 208k

SPEND THIS MONTH

5,690

SALES

SAR 36.47

AVG COST PER SALE

SAR 30,800

SAVINGS FOUND

Waiting for you

8 actions, ranked by what they are worth. Nothing moves until you press a button.

All 8

Move budget 3

Switch off 3

Protect 2

01

MOVE BUDGET

Abaya

Meta

→

👤 Snapchat

SAR 14,000

SAVED A MONTH

HIGH CONFIDENCE

IMPLEMENT

SCHEDULE

DISMISS

Reversible for 14 days

02

MOVE BUDGET

Oud

Google

→

📺 YouTube

SAR 5,900

SAVED A MONTH

HIGH CONFIDENCE

IMPLEMENT

SCHEDULE

DISMISS

Reversible for 14 days

Every action carries its evidence, a confidence, and three buttons: implement, schedule, dismiss.

06

Six steps, and a gate.

GrowthPilot is not a bidding tool and it does not take your account away from you. It reads, it compares on one basis, and it proposes.

01 Connect

Read-only access to your ad accounts and your order data. Nothing is written back until you approve an action.

03 Compare

Cost per sale computed the same way for every channel, campaign and product — the only basis on which the four scoreboards can be added up.

05 Approve

You press the button. Budget moves, caps and switch-offs never happen on their own.

02 Normalise

Every platform's conversions matched against your real orders and de-duplicated once, so the same sale is never counted twice.

04 Recommend

Plain-language actions with the money attached and the workings shown, ranked by what they are worth.

06 Watch

Dead spend, tiring creative and auction pressure flagged before they compound — with the cause, because the cause decides the fix.

What it is

- ✓ A comparison layer over the channels you already run
- ✓ One cost per sale, computed the same way for everything
- ✓ Plain-language actions with the money attached

What it is not

- ✗ A bidding tool — it does not take your account over
- ✗ A replacement for your ad platforms or your agency
- ✗ Autonomous — nothing that moves money happens without a person

What autopilot never does without you

Move money between channels

always a proposal, always with the reasoning shown

Raise or cut a budget

including caps — you set the ceiling

Turn a campaign off

every approved change is logged with who approved it and when

Your spend data stays yours.

Ad spend and order data is commercially sensitive and, in the Kingdom, frequently subject to residency expectations. GrowthPilot runs on Saudi cloud infrastructure, in a tenant of your own.

Deployment

- ✓ Runs on Saudi cloud infrastructure, in a single tenant of your own
- ✓ Read-only credentials to the ad platforms; write access only on an approved action
- ✓ Order data is matched inside the tenant — it does not leave to be de-duplicated
- ✓ Every approved change is logged with the operator and the timestamp

Interface

- ✓ English and Arabic, with full right-to-left layout
- ✓ SAR throughout; no currency conversion in the reported figures
- ✓ Built for a marketing team, not an analytics team
- ✓ Exports to the formats your finance team already uses

Designed to help you meet the requirements of — not a certification or an endorsement:

PDPL

SAMA CSF

NCA ECC-2:2024

NDMO

SIGMIX GROWTHPILOT
AUTOPILOT FOR YOUR AD BUDGET

ACME Commerce
3 products · 6 channels · SAR

Search campaigns, products, events...

+ Connect platform

Find savings

RA

AUTOPILOT ON

Watching 15 campaigns across 6 channels - 8 actions ready for you

SAR 208k

5,690

SAR 36.47

SAR 30,800

SPEND THIS MONTH

SALES

AVG COST PER SALE

SAVINGS FOUND

RECOVERABLE

SAR 30,800

a month · 3 moves · 3 kills

Home

Opportunities 6

Products 3

Channels 6

Autopilot 8

Tracking

Reports

Settings

Your products

SAR 200,000 across live campaigns. 2 of 3 need attention.

PRODUCT · APPAREL

Abaya collection

Overpaying

PRODUCT · APPAREL

Men's thobes

Wrong channel

PRODUCT · HOME

Oud & home fragrance

One bad channel

CHANNEL	COST	SPEND	SHARE	VS BEST
Snapchat C5	SAR 18	12k	12%	cheapest
TikTok C9	SAR 24	18k	18%	+33%
Meta C7	SAR 32	63k	63%	+78%
Google Shopping	SAR 71	15k	15%	+294%

63% of the budget sits on Meta at SAR 32 — SAR 14 dearer than Snapchat, which can absorb another SAR 34,000 a month.

SAR 14,000

Move SAR 32k - Snapchat

CHANNEL	COST	SPEND	SHARE	VS BEST
TikTok C4	SAR 26	14k	28%	cheapest
YouTube C2	SAR 39	11k	22%	+50%
Meta C3	SAR 47	18k	36%	+81%
Snapchat C1	SAR 61	7k	14%	+135%

Snapchat is your cheapest channel for abayas and your dearest for thobes. TikTok can only take SAR 4,000 more, so split the move with YouTube.

SAR 3,400

Move SAR 7k off Snapchat

CHANNEL	COST	SPEND	SHARE	VS BEST
YouTube C8	SAR 29	16k	32%	cheapest
TikTok C12	SAR 44	18k	26%	+52%
Meta C6	SAR 58	13k	26%	+100%
Google Search	SAR 112	11k	22%	+286%

Budget is already on the cheapest channel — only Google Search at SAR 112 is wrong. Keep enough to catch your own brand searches.

SAR 5,900

Cap Google at SAR 3k

Where you're overpaying

worst channel per product

PRODUCT	WORST CHANNEL	COST	WASTING
Abaya	Meta	SAR 32	14,000

Cheapest route to each product

and how much more it can take

PRODUCT	BEST CHANNEL	COST	CAN TAKE
Abaya	Snapchat	SAR 18	+34k

Moved this week

last 7 days vs the monthly average

CHANNEL	PRODUCT	7D COST	Δ
TikTok	Thobes	SAR 24	-8%

Needs a decision

3 items

- Snap creative is tiring

26 days live, cost per sale up 31% since launch, from 5.2x — SAR 3,200 at risk

The operator console — organised by product, because that is where the decision is made.

Find out what you are actually paying per sale.

Connect your channels and your orders. The first comparison takes about a week of data to settle, and it is read-only until you approve something.

Book a walkthrough

sigmix.sa

Talk to us

hello@sigmix.sa

Illustrative figures. Every number in this document comes from one worked example of a Saudi online retailer — SAR 207,500 a month across 3 products and 15 campaigns. It is not a live account and it is not a performance claim. What GrowthPilot finds on your account depends on your account.

Trademarks. Platform names and marks are the property of their respective owners and are used here only to identify the advertising channels GrowthPilot reads. No partnership, sponsorship or endorsement is implied.

كل منصّة تُعلن أفضل تكلفة اكتساب داخل أسوارها وحدها.

جوجل تُحسّن جوجل، وميتا تُحسّن ميتا، ولا ترى إحداهما الأخرى؛ فـ«الأفضل» يبقى أفضل داخل الصومعة فقط. يراقب GrowthPilot قنواتك كلها معاً، ويحسب ما يكلفه بيع كل منتج على كل قناة، ثم يخبرك بلغة واضحة أين تنقل المال.

3.4×

فارق على القناة نفسها، من منتج إلى آخر

15

حملة عبر 6 قنوات، بأساس واحد

SAR 30,800

شهرياً يمكن استرجاعها على الحساب أدناه

الأفضل داخل الصومعة ليس الأفضل.

كل منصة إعلانية تصحّح ورقتها بنفسها: ترى التحويلات التي تستطيع نسبها إليها، وتعدّها بطريقتها، وتُحسّن على أساسها. شغل أربع منصّات وستحصل على أربع لوحات نتائج لا يمكن جمعها، وعلى توزيع ميزانية لم يُختبر يوماً أمام السؤال الوحيد المهم: كم يكلف بيع هذا المنتج، في كل مكان؟

ما يخبرك به أساس واحد

- ✓ تكلفة البيع مقابل طلباتك الحقيقية، بعد إزالة التكرار مرّة واحدة
- ✓ الرقم نفسه لكل قناة وكل حملة
- ✓ لكل منتج على حدة، لأن الفائز يتغيّر بتغيّر المنتج
- ✓ ماذا تنقل، وكم يساوي ذلك، وماذا تُطفئ

ما تخبرك به كل منصة

- ✗ تحويلاتها هي، معدودة بطريقتها هي
- ✗ نسبة الفضل في عميل تدّعيه ثلاث منصّات أخرى أيضاً
- ✗ تكلفة اكتساب لا يمكن مقارنتها بأي شيء
- ✗ ولا شيء إطلاقاً عن قنواتك الأخرى

أربع لوحات نتائج لا يمكن جمعها

YOUTUBE 

SNAPCHAT 

TIKTOK 

GOOGLE 

META 

5,690

الطلبات التي حدثت فعلاً



7,840

عملية بيع تدّعيها المنصّات

2,150 عملية أزيلت قبل أي رقم في هذا المستند — العميل نفسه، محسوباً أكثر من مرّة.

رؤية واحدة لا تستطيع أي منصة منفردة أن تمنحك إياها.

كل منتج، على كل قناة يعمل عليها، مُسَمَّر بالطريقة نفسها. يتغيّر الترتيب حين يصبح العدّ متّسقاً — ويتغيّر مرّة أخرى من منتج إلى آخر.

متوسط البيعة	المبيعات	الإنفاق / شهرياً	منتج · apparel	
SAR 30.64	3,264	SAR 100,000	Abaya collection	
مقابل الأفضل	الحصة	الإنفاق	تكلفة البيعة	القناة
الأرخص	12%	12k	SAR 18	C5 Snapchat 📺
33%+	10%	10k	SAR 24	C9 TikTok 🎵
+78%	63%	63k	SAR 32	C7 Meta ∞
+294%	15%	15k	SAR 71	Shopping Google G

متوسط البيعة	المبيعات	الإنفاق / شهرياً	منتج · apparel	
SAR 37.94	1,318	SAR 50,000	Men's thobes	
مقابل الأفضل	الحصة	الإنفاق	تكلفة البيعة	القناة
الأرخص	28%	14k	SAR 26	C4 TikTok 🎵
50%+	22%	11k	SAR 39	C2 YouTube 📺
+81%	36%	18k	SAR 47	C3 Meta ∞
+135%	14%	7k	SAR 61	C1 Snapchat 📺

متوسط البيعة	المبيعات	الإنفاق / شهرياً	منتج · home	
SAR 45.41	1,101	SAR 50,000	Oud & home fragrance	
مقابل الأفضل	الحصة	الإنفاق	تكلفة البيعة	القناة
الأرخص	32%	16k	SAR 29	C8 YouTube 📺
52%+	20%	10k	SAR 44	C12 TikTok 🎵
+100%	26%	13k	SAR 58	C6 Meta ∞
+286%	22%	11k	SAR 112	Search Google G

القناة نفسها ليست القناة نفسها لكل منتج.

هذه هي الحجة كاملةً في جدول واحد. Snapchat يبيع العباءات بـ SAR 18 والثياب بـ SAR 61 — القناة نفسها، وبفارق **3.4x**. تقرير كل منصّة على حدة قد يبدو سليماً تماماً بينما الحساب ينزف.



تكلفة البiece بالريال. تشترك الأعمدة في مقياس واحد، فتصحّ المقارنة بين البطاقات. والفراغ يعني أن المنتج لا يعمل على تلك القناة.



الرقم نفسه، منظوراً إليه كمعدل.

SAR 30,800 شهرياً تعني SAR 1,027 يومياً. وهي ليست ثابتة ولا متناقصة — بل تصاعدت خلال الشهر الذي أخذت منه الأرقام أدناه.

SAR 90,860

محفوظة، إن نُفِّذت النقلات اليوم

SAR 92,400

خلال تسعين يوماً، إن لم يتغيّر شيء

SAR 30,800

شهرياً، قابلة للاسترجاع

SAR 1,027

يوميّاً، في المتوسط

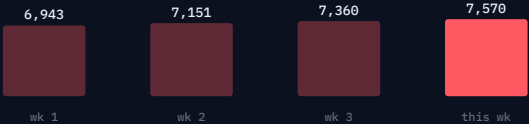
أسوأ أيام الأسبوع

SAR 1,164 **Fri**

المتوسط في ذلك اليوم

الإنفاق في عطلة نهاية الأسبوع هو الأثقل في المملكة، لذا تكلف الميزانية في غير موضعها أكثر ما تكلف يومي الجمعة والسبت. ونقلة تُنفَّذ قبل الخميس تلتقط الفارق في الأسبوع نفسه.

أسبوعاً بأسبوع — وهي تتصاعد



من الأسبوع الأول إلى هذا الأسبوع نما التسرّب 9%. وكل أسبوع تنتظره بكلفك أكثر من سابقه.

أين يحدث التسرّب

SAR 14,000 Meta Abaya collection

SAR 7,500 3 تعمل ولا تباع حملات متوقفة عن البيع

SAR 5,900 Google Oud & home fragrance

SAR 3,400 Snapchat Men's thobes

ثلاث نقلات في الميزانية و3 حملات تُطفأ. نفَّذ الأربع جميعاً ويُغلق التسرّب — ولا شيء آخر على هذا الحساب يخسر مالاً.

بعض الميزانية ليست في غير موضعها. بل هي ضائعة.

نقل المال إلى القناة الأرخص نصف المهمة. أما البقية فمال يغادر الحساب بلا مقابل: حملات توقفت عن البيع، وحملات ترتفع تكلفتها بهدوء بينما لا ينظر إليها أحد.

تكلفة صاعدة

تزداد غلاءً، لسببين مختلفين.

التغيّر	الآن	كانت	المنتج	الحملة
+31%	21	16	Abaya	C5 Snapchat 📱
+23%	118	96	Oud	Search Google 🌐
+15%	47	41	Thobes	C3 Meta 🌐

SAR 7,800

معرّضة للخطر، وفي ارتفاع

إنفاق ميّت

ما زالت تعمل. ولم تعد تبيع.

آخر بيعة	المبيعات	الإنفاق	المنتج	الحملة
9 days ago	4	3,200	Abaya	C11 • broad retarget Meta 🌐
no sale yet	0	2,400	Oud	C7 • story ads Snapchat 📱
6 days ago	3	1,900	Thobes	Display • remarketing Google 🌐

SAR 7,500

قابلة للاسترجاع بالكامل

السبب هو ما يحدّد العلاج

المنافسة SAR 4,500 وهي ليست بيدك

لا يمكنك التفوّق بالإنفاق على ذلك — ضع سقفاً للمزايدة وانقل الميزانية إلى قناة ما زلت تربح فيها.

إجهاد الجمهور SAR 3,300 وهو ما بيدك إصلاحه

محتوى إعلاني جديد أو جمهور أوسع، ويعود السعر إلى الانخفاض.

يخبرك بما ينبغي فعله، في جملة واحدة.

لا لوحة معلومات تحتاج إلى تفسير. كل إجراء يقول ما الذي يحدث، وكم يساوي بالريال، وما هو الدليل — ثم ينتظر. وأي شيء يحرك المال يحتاج إلى إنسان.

SAR 14,000

IMPLEMENT

مُوقَّرة / شهرياً

Snapchat

←

Meta

Abaya

Move budget

01

Move SAR 32,000 from Meta to Snapchat — abayas only

SAR 5,900

IMPLEMENT

مُوقَّرة / شهرياً

YouTube

←

Google

Oud

Move budget

02

Cap Google Search for oud at SAR 3,000 a month

SAR 3,400

IMPLEMENT

مُوقَّرة / شهرياً

YouTube

←

TikTok

←

Snapchat

Thobes

Move budget

03

Move SAR 7,000 off Snapchat — thobes only

SAR 3,300

BRIEF NEW CREATIVE

محمية / شهرياً

Snapchat

Abaya

Protect

04

Refresh the creative on Snapchat C5 — abayas

SAR 3,200

SWITCH IT OFF

مُوقَّرة / شهرياً

Meta

Abaya

Switch off

05

Switch off Meta C11 · broad retarget

8 إجراءً على هذا الحساب — 3 نقلات ميزانية، و3 حملات تُطفأ، و2 للحماية. مرتبة حسب قيمتها.

SIGMIX GROWTHPILOT

AUTOPILOT FOR YOUR AD BUDGET

ACME Commerce

3 products · 6 channels · SAR

Q Search campaigns, products, events...

+ Connect platform

Find savings

RA

AUTOPILOT ON

Watching 15 campaigns across 6 channels - 8 actions ready for you

SAR 208k

SPEND THIS MONTH

5,690

ONLY

SAR 36.47

AVG COST PER SALE

SAR 30,800

SAVED THIS MONTH

Home

Opportunities 6

Products 3

Channels 6

Autopilot 8

SETUP

Tracking

Reports

Settings

Waiting for you

8 actions, ranked by what they are worth. Nothing moves until you press a button.

All 8

Move budget 3

Switch off 3

Protect 2

MOVE BUDGET

Abaya

Meta

Snapchat

Needs your OK

SAR 14,000

SAVED A MONTH

HIGH CONFIDENCE

Implement

Schedule

Dismiss

Reversible for 14 days

01

Move SAR 32,000 from Meta to Snapchat — abayas only

Snapchat sells your abayas for SAR 18 against Meta's SAR 32. We would move about half the Meta budget and stop there, so delivery stays steady.

EVIDENCE 30 days of matched orders · Snapchat can absorb SAR 34,899 before its price moves

MOVE BUDGET

Oud

Google

YouTube

Needs your OK

SAR 5,900

SAVED A MONTH

HIGH CONFIDENCE

Implement

Schedule

Dismiss

Reversible for 14 days

02

Cap Google Search for oud at SAR 3,000 a month

You are paying SAR 112 a sale there — 3× YouTube. Keep enough to catch people searching for you by name and move SAR 8,000 to YouTube at SAR 29.

EVIDENCE 30 days of matched orders · YouTube can absorb SAR 9,000 before its price moves · cost per sale here is already climbing, SAR 96 → SAR 118

كل إجراء يحمل دليله ودرجة ثقته وثلاثة أزرار: نقد، جدول، تجاهل.

ست خطوات، وبوابة.

GrowthPilot ليس أداة مزايدة، وهو لا يأخذ حسابك منك. إنما يقرأ، ويقارن على أساس واحد، ويقترح.

01 الربط

صلاحية قراءة فقط لحسابات إعلاناتك ولبائاتك طلباتك. ولا يُكتب أي شيء حتى توافق على إجراء.

02 التوحيد

تُطابق تحويلات كل منصة مع طلباتك الحقيقية ويُزال التكرار مرة واحدة، فلا تُحتسب البيعة الواحدة مرتين.

03 المقارنة

تُحسب تكلفة البيعة بالطريقة نفسها لكل قناة وحملة ومنتج — وهو الأساس الوحيد الذي يمكن عنده جمع لوحات النتائج الأربع.

04 التوصية

إجراءات بلغة واضحة، بالمبلغ المرتبط بها والحسابات ظاهرة، مرتبة حسب قيمتها.

05 الموافقة

أنت من يضغط الزر. نقل الميزانيات ووضع السقوف والإطفاء لا تحدث من تلقاء نفسها أبداً.

06 المراقبة

الإنفاق الممت وإجهاد المحتوى وضغط المزايدة، تُرصد قبل أن تتراكم — ومعها السبب، لأن السبب هو ما يحدّد العلاج.

ما هو

- ✓ طبقة مقارنة فوق القنوات التي تشغلها أصلاً
- ✓ تكلفة بيعة واحدة، محسوبة بالطريقة نفسها لكل شيء
- ✓ إجراءات بلغة واضحة، بالمبلغ المرتبط بها

ما ليس هو

- ✗ ليس أداة مزايدة — لا يستولي على حسابك
- ✗ وليس بديلاً عن منصّاتك الإعلانية أو وكالتك
- ✗ وليس ذاتي التشغيل — لا شيء يحرك المال بلا إنسان

ما لا يفعله الطيّار الآلي أبداً من دونك

نقل المال بين القنوات

اقتراح دائماً، ومع المنطق ظاهراً دائماً

رفع ميزانية أو خفضها

بما في ذلك السقوف — أنت من يضع الحد

إطفاء حملة

وكل تغيير مُعتمد يُسجّل بمن وافق عليه ومتى

بيانات إنفاقك تبقى لك.

بيانات الإنفاق الإعلاني والطلبات حسّاسة تجارياً، وكثيراً ما تخضع في المملكة لتوقعات تتعلّق بموقع البيانات. يعمل GrowthPilot على بنية سحابية سعودية، في نطاق خاص بك.

الواجهة

- ✓ بالعربية والإنجليزية، بتخطيط كامل من اليمين إلى اليسار
- ✓ بالريال السعودي في كل مكان؛ بلا تحويل عملات في الأرقام المعروضة
- ✓ مبنية لفريق تسويق، لا لفريق تحليلات
- ✓ وتُصدّر إلى الصيغ التي يستخدمها فريقك المالي أصلاً

التشغيل

- ✓ يعمل على بنية سحابية سعودية، في نطاق واحد خاص بك
- ✓ صلاحيات قراءة فقط للمنصات الإعلان؛ والكتابة لا تحدث إلا على إجراء مُعتمد
- ✓ تُطابق بيانات الطلبات داخل النطاق — ولا تغادره لإزالة التكرار
- ✓ كل تغيير مُعتمد يُسجّل بالمشغل والوقت

مصمّم ليساعدك على تلبية متطلبات — وليس شهادة ولا اعتماداً:

NDMO

NCA ECC-2:2024

SAMA CSF

PDPL

SIGMIX GROWTHPILOT
AUTOPILOT FOR YOUR AD BUDGET

ACME Commerce
3 products - 6 channels - SAR

Search campaigns, products, events...

+ Connect platform

Find savings

RA

AUTOPILOT ON

Watching 15 campaigns across 6 channels - 8 actions ready for you

SAR 208k
SPEND / 7d

5,690
SALES

SAR 36.47
AVG COST PER SALE

SAR 30,800
SAVINGS FOUND

Home

Opportunities 6

Products 3

Channels 6

Autopilot 8

Tracking

Reports

Settings

Your products

SAR 200,000 across live campaigns. 2 of 3 need attention.

Abaya collection

Overpaying

SAR 100,000
SPEND / 7d

3,264
SALES

SAR 30.64
AVG PER SALE

CHANNEL	COST	SPEND	SHARE	VS BEST
Snapchat C9	SAR 18	12k	12%	cheapest
TikTok C9	SAR 24	18k	18%	+33%
Meta C7	SAR 32	63k	63%	+78%
Google Shopping	SAR 71	15k	15%	+294%

63% of the budget sits on Meta at SAR 32 — SAR 14 dearer than Snapchat, which can absorb another SAR 34,000 a month.

SAR 14,000

Move SAR 32k - Snapchat

Men's thobes

Wrong channel

SAR 50,000
SPEND / 7d

1,318
SALES

SAR 37.94
AVG PER SALE

CHANNEL	COST	SPEND	SHARE	VS BEST
TikTok C4	SAR 26	14k	28%	cheapest
YouTube C2	SAR 39	11k	22%	+50%
Meta C3	SAR 47	18k	36%	+81%
Snapchat C3	SAR 61	7k	14%	+135%

Snapchat is your cheapest channel for abayas and your dearest for thobes. TikTok can only take SAR 4,000 more, so split the move with YouTube.

SAR 3,400

Move SAR 7k off Snapchat

Oud & home fragrance

One bad channel

SAR 50,000
SPEND / 7d

1,101
SALES

SAR 45.41
AVG PER SALE

CHANNEL	COST	SPEND	SHARE	VS BEST
YouTube C8	SAR 29	16k	32%	cheapest
TikTok C12	SAR 44	19k	28%	+52%
Meta C6	SAR 58	13k	26%	+100%
Google Search	SAR 112	11k	22%	+286%

Budget is already on the cheapest channel — only Google Search at SAR 112 is wrong. Keep enough to catch your own brand searches.

SAR 5,900

Cap Google at SAR 3k

Where you're overpaying

worst channel per product

PRODUCT	WORST CHANNEL	COST	WASTING
Abaya	Meta	SAR 32	14,000

Cheapest route to each product

and how much more it can take

PRODUCT	BEST CHANNEL	COST	CAN TAKE
Abaya	Snapchat	SAR 18	+34k

Moved this week

Last 7 days vs the monthly average

CHANNEL	PRODUCT	7d COST	A
TikTok	Thobes	SAR 24	-8%

Needs a decision

3 items

- Snap creative is tiring

26 days live, cost per sale up 31% since launch, from 5.2k -> 6.9k, 3,000 ad impressions

لوحة المشغل — منظّمة حسب المنتج، لأن هناك يُتخذ القرار.

08

اعرف كم تدفع فعلياً مقابل كل عملية بيع.

اربط قنواتك وطلباتك. تحتاج المقارنة الأولى إلى نحو أسبوع من البيانات لتستقر، وهي بصلاحية قراءة فقط إلى أن توافق على شيء.

تحدّث إلينا

hello@sigmix.sa

احجز جولة توضيحية

sigmix.sa

أرقام توضيحية. كل رقم في هذا المستند مأخوذ من مثال عملي واحد لمتجر تجزئة سعودي عبر الإنترنت — SAR 207,500 شهرياً على 3 منتجات و15 حملة. وهو ليس حساباً حقيقياً وليس وعداً بالأداء. وما يجده GrowthPilot على حسابك يعتمد على حسابك.

العلامات التجارية. أسماء المنصّات وعلاماتها ملك لأصحابها، وتُستخدم هنا للتعريف بالقنوات الإعلانية التي يقرأها GrowthPilot فقط. ولا تعني أي شراكة أو رعاية أو تأييد.