

هل التصميم لازم يعجب صاحب البراند... ولا لازم يقنع العميل المستهدف؟

REAL AUDIENCE. REAL RESULTS.

BUY
GAME COINS

✓ Fast Delivery

✓ Secure Payment

✓ Trusted Store

Play More
Pay Less



More
Sales



Real
Gamers



Higher
Trust



Scalable
Growth

GAMERS
POWER
THE NEXT LEVEL



TRUST BEFORE CONVERSION

مش مجرد الوصول للاعبين... لازم اللاعب يثق ويدفع

كل ما ارتفعت قيمة الباقية، قرار الدفع بقى أصعب نفسيًا قبل ما يكون أغلى ماليًا

30 SAR

LOW FRICTION



100s / 1000s SAR

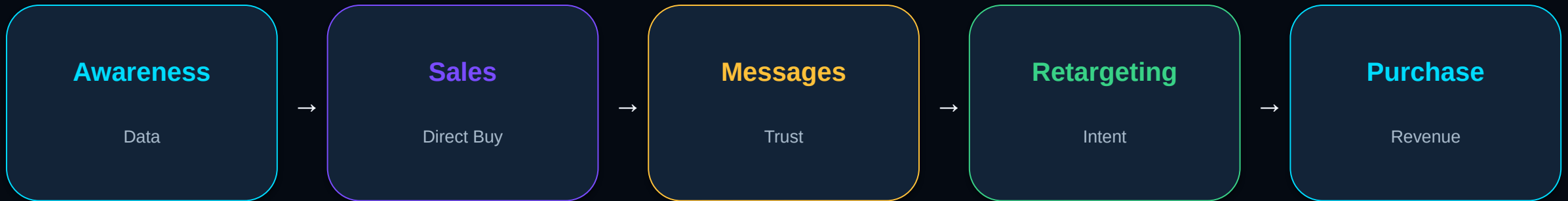
HIGH TRUST NEEDED

- بعملية شراء تجريبية Tracking تهيئة الحسابات ومراجعة
- قبل الإطلاق SWOT تحليل المنافسين والموقع والمنتجات و
- مراجعة صور ووصف المنتجات وتجهيز المحتوى والفيديوهات
- يخلق الطلب ويزيل حاجز الثقة قبل Funnel الهدف: بناء الدفع



ONE PATH WASN'T ENOUGH

فقط Purchase بدل الاعتماد على Sales + Messages + Retargeting



العميل منخفض السعر قد يشتري مباشرة؛ العميل عالي القيمة قد يحتاج سؤالاً وتأكيداً قبل الدفع.

160 Messaging Conversations @ 2.70 SAR



TEST → FIND WINNER → LOWER CPA

ظهر في تكلفة الشراء، مش في الكلام النظري Optimization

67

Purchases

9,369.70 SAR

Purchase Value

56

Winner Purchases

30.28 SAR

Best CPA

75.19 SAR → 46.42 SAR → 30.28 SAR**≈ 60% lower CPA from the visible test range**



THE CLIENT ISN'T THE AUDIENCE

التصميم اللي ما يعجبش صاحب البراند... ممكن يكون هو اللي
الجمهور يشتري منه

PERSONAL TASTE

«مش عاجبني التصميم»

Opinion

AUDIENCE DATA

ROAS 3.214x

Decision

هي Data مش بيتحكم عليه بالذوق الشخصي... الجمهور هو الحكم، والـ Creative
القرار.



SAME PLATFORM. COMPLETELY
DIFFERENT ECONOMICS.

غير الجدوى الاقتصادية بشكل ضخم Angle وال Creative اختلاف ال

3.214x

Best ROAS

0.231x

Weak ROAS

30.46 SAR

Best Conv. Cost

46

Conversions

Sales Creatives → Carousel → Different Angles → Winning Creative → Scaling

الفرق لم يكن في المنصة... الفرق كان في الرسالة والكريتم والجمهور الذي استجاب له.



24.62% CTR = 0 CONVERSIONS

الرخيص مش هو الهدف Click لقطة تثبت إن الـ

24.62%

CTR

0.03 SAR

CPC

0

Conversions

CHEAP CLICKS ≠ PROFITABLE CUSTOMERS

مش، CPA + Conversion Volume + ROAS مع اختلاف أسعار الباقات، القرار اتبنى على فقط CPC أو CTR.



EACH PLATFORM HAD A JOB

مش كل منصة بنقيسها بنفس الدور

TIKTOK

Discovery + Creative
Scaling

META

Sales + Trust +
Retargeting

GOOGLE

High-Intent Demand

Google: 7,726 Impressions • 199 Clicks • 8 Purchases • ≈ 0.76 SAR CPC



THE WORK ADS MANAGER DOESN'T
SHOW

Growth Problem رفض الإعلانات والثقة كانوا جزءًا من الـ

PLATFORM TRUST

- Tracking. تهيئة الحسابات والـ
- التعامل مع رفض وقيود الإعلانات
- مراجعة الموقع والبيانات

CUSTOMER TRUST

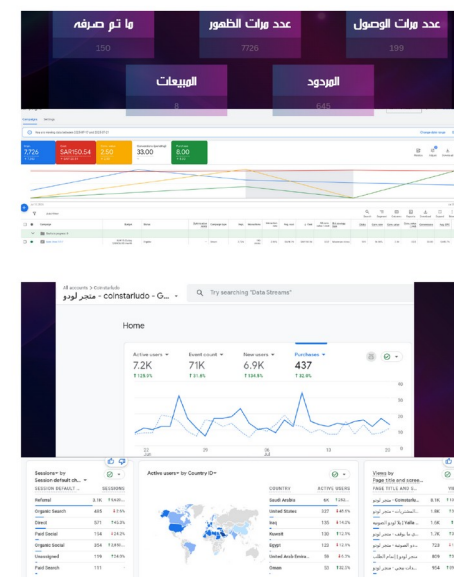
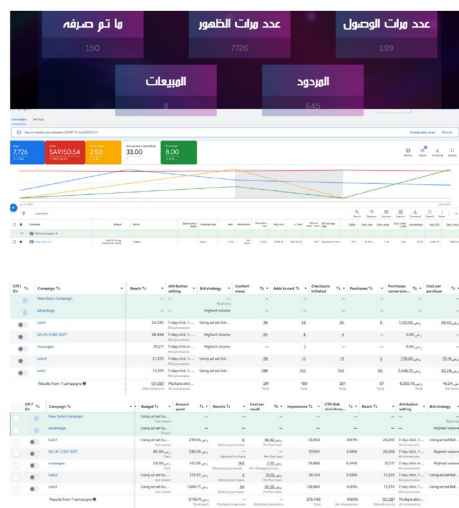
- وضوح العروض والمنتجات
- لإزالة الاعتراضات Messages
- تقليل خطوات الوصول للمنتج

كل ما ارتفعت قيمة الباقية، زادت تكلفة قرار الشراء نفسيًا



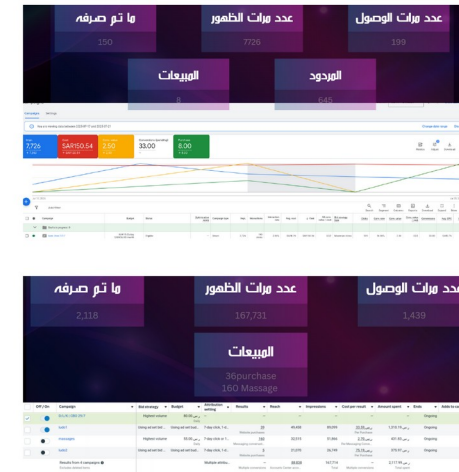
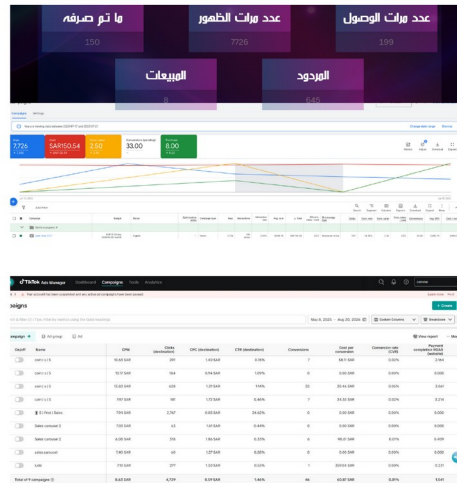
ORIGINAL REPORT SCREENSHOTS

Proof ك PDF تم الحفاظ على صور النتائج الأصلية من الـ



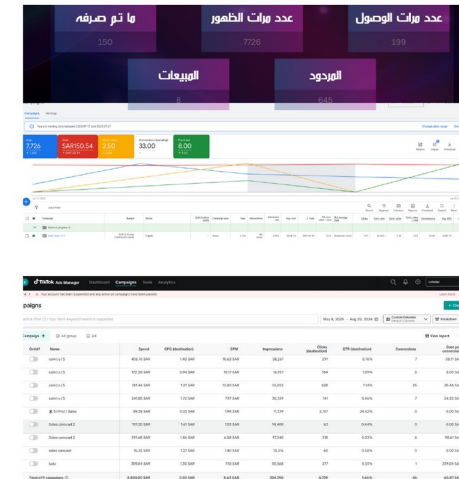
ORIGINAL REPORT SCREENSHOTS

Proof ك PDF تم الحفاظ على صور النتائج الأصلية من الـ



ORIGINAL REPORT SCREENSHOTS

Proof ك PDF تم الحفاظ على صور النتائج الأصلية من الـ



https://www.canva.com/design/DAGQIDIVFsbrYGaD088n3CPvaxWe6_Hw/edit

الصورة العامة للـ Case



DATA DECIDES. TRUST CONVERTS.

أثبتت إن الأداء الحقيقي يأتي من ربط الكريترف بالثقة Case-ال والاقتصاديات

67

Meta Purchases

30.28 SAR

Best Meta CPA

3.21x

Best TikTok ROAS

30.46 SAR

Best TikTok Cost

8

Google Purchases

Target مش لازم الإعلان يعجب صاحب البراند... لازم يقنع الـ Audience بالشراء.

TRUST → TEST → DATA → WINNER → SCALE