RLC GLOBAL FORUM

IN PARTNERSHIP WITH

جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن

منشآت monsha'at

NextGen Retail Challenge

Bridging Ambition and Opportunity

1

Competing with cross-border platforms

Problem

Low-cost global platforms like Shein and Temu are winning Saudi consumers with aggressive pricing and fast logistics, while local retailers face higher operational costs. Your challenge is to design solutions that help local players compete more effectively, whether through better conversion tools, trust signals, pricing insights, or smarter customer engagement.

Your task

- A “Local Advantage Calculator” that simulates the true cost gap (landed cost, VAT/duties, returns, fraud, delivery time) and recommends counter-measures for local players (marketing strategies, trust UX, payment alignment, delivery/returns promises, loyalty bundles).

- A checkout trust layer (widget/flow) that lifts conversion vs. cross-border carts.

Inputs: public tariff tables (mock), shipping SLAs, return rates, fraud rates; sample product baskets.

Metrics: uplift in conversion vs. baseline, predicted CAC/ROAS improvement, % reduction in refund/chargeback, delivery promise accuracy.

Deliverables: working prototype (calc + UX demo), 1-page playbook for retailers/policymakers.

١ منافسة المنصّات العابرة للحدود

المشكلة

تجذب المنصّات العالمية منخفضة التكلفة مثل Shein وTemu المستهلك السعودي من خلال الأسعار التنافسية واللوجستيات السريعة، بينما يواجه تجّار التجزئة المحليون تكاليف تشغيل أعلى. يتمثّل التحدّي في تصميم حلول تساعد اللاعبين المحليين على المنافسة بفعالية أكبر، سواء عبر أدوات أفضل لرفع التحويل، أو تعزيز موثوقية المتجر، أو تطوير رؤى تسعيرية أدق، أو تفعيل تفاعل أذكى مع العملاء.

المهمة

- "حاسبة الميزة المحلية" التي تُحاكي الفجوة الحقيقية في التكلفة (تكلفة الوصول، ضريبة القيمة المضافة/الرسوم، الإرجاع، الاحتيال، مدة التوصيل)، وتُقدّم توصيات مضادّة لمساعدة التجار المحليين (استراتيجيات تسويق، تحسين تجربة الثقة، مواءمة وسائل الدفع، وعود التوصيل/الإرجاع، باقات الولاء).
- طبقة ثقة عند الدفع (أداة/تدفق) ترفع معدل التحويل مقارنة بسلال الشراء في المنصّات العابرة للحدود.
- **المدخلات:** جداول رسوم عامة (محاكاة)، اتفاقيات مستوى الخدمة للشحن، معدلات الإرجاع، معدلات الاحتيال، سلال منتجات نموذجية.
- **المقاييس:** نسبة الزيادة في التحويل مقارنة بالأساس، التحسّن المتوقع في CAC/ROAS، نسبة خفض عمليات الاسترجاع/المدفوعات المرتجعة، دقّة وعود التوصيل.
- **المخرجات:** نموذج أولي فعّال (حاسبة + عرض تجربة المستخدم)، ودليل من صفحة واحدة موجّه لتجار التجزئة وصنّاع السياسات.

2 Boosting store performance with smart tools

Problem

Retail staff often struggle with fragmented digital tools and complex tasks. This challenge asks you to create simple, guided workflows that help store teams improve clienteling, manage online orders, and raise key performance metrics. The goal: make frontline work easier, faster, and more data-driven.

Your task

- Build a Storeforce Companion App that:

1. suggests next-best actions (clienteling, recovery of abandons, BOPIS promise checks),

2. syncs with e-com and inventory, and

3. tracks skills/learning nudges per associate.

Inputs: mock POS, CRM, e-com orders, task lists; skills matrix.

Metrics: items per transaction, UPT, attachment rate, BOPIS SLA, % trained on key skills, NPS.

Deliverables: mobile demo + skills dashboard + “7-day pilot plan” a retailer can run in one store.

٢ رفع أداء المتاجر باستخدام الأدوات الذكية

المشكلة

غالبًا ما يواجه موظفو المتاجر صعوبات بسبب الأدوات الرقمية المتفرقة والمهام المعقدة. يطلب منك هذا التحدّي ابتكار مسارات عمل بسيطة وموجّهة تساعد فرق المتاجر على تحسين خدمة العملاء، وإدارة الطلبات عبر الإنترنت، ورفع مؤشرات الأداء الرئيسة.

الهدف: جعل عمل الصفّ الأمامي أسهل، وأسرع، وأكثر اعتمادًا على البيانات.

المهمة

طوّر تطبيقًا مساعدًا لمنصةStoreforce يقوم بـما يلي:

1. اقتراح أفضل الإجراءات التالية (خدمة العملاء، استرجاع السلات المتروكة، التحقق من وعود الشراء أونلاين والاستلام من المتجر).
2. المزامنة مع التجارة الإلكترونية والمخزون.
3. تتبّع المهارات والتنبيهات التعليمية لكل موظف.

المدخلات: نظام نقاط بيع تجريبي(POS) ، إدارة علاقات العملاء (CRM)، طلبات التجارة الإلكترونية، قوائم المهام، مصفوفة المهارات.

المقاييس: عدد الأصناف لكل معاملة (UPT) ،معدل الإضافات، التزام BOPIS ،نسبة الموظفين المدرَّبين على المهارات الأساسية، صافي نقاط الترويج (NPS)

المخرجات: نموذج عرض على الجوال + لوحة تحكّم للمهارات + "خطة تشغيل لمدة 7 أيام" يمكن لتاجر التجزئة تنفيذها في متجر واحد.

3 One view of retail: Bringing all retail data together

Problem

Retailers often make slow decisions because their data lives in separate systems. Your task is to build a solution that brings demand, inventory, and media insights into one place, helping teams reduce stockouts, optimize promotions, and improve forecasting. The aim is faster, smarter decision-making across channels.

Your task

- Build a solution that links visibility (ads, promotions) with availability (inventory) to reduce stockouts and wasted media spend.

Inputs: synthetic SKU sales by store/channel, inventory snapshots, promo/media logs.

Metrics: forecast error (sMAPE), stockout %, markdown %, contribution margin, ad-spend ROAS tied to in-stock.

Deliverables: data model (+ notebook), live dashboard, and a “decision playbook” (what to change Monday morning).

٣ رؤية موحّدة للتجزئة: جمع بيانات القطاع في مكان واحد

المشكلة

غالبًا ما يتأخر تجّار التجزئة في اتخاذ القرارات بسبب تشتّت بياناتهم عبر أنظمة مختلفة. مهمتك هي بناء حل يجمع بيانات الطلب والمخزون وبيانات الإعلانات في منصة واحدة، مما يساعد الفرق على تقليل نفاد المخزون، وتحسين العروض الترويجية، وتعزيز القدرة على التنبؤ.

الهدف: قرارات أسرع وأكثر ذكاءً عبر جميع القنوات.

المهمة

طوّر حلاً يربط الظهور التسويقي (الإعلانات، العروض الترويجية) بـ التوفّر الفعلي للمخزون بهدف تقليل نفاد المنتجات وهدر الإنفاق الإعلاني.

المدخلات: بيانات مبيعات افتراضية حسب الصنف والمتجر/القناة، لقطات مخزون، سجلات العروض الترويجية والإعلانات.

المقاييس:

- خطأ التنبؤ (sMAPE)
- نسبة نفاد المخزون
- نسبة التخفيضات (Markdown %)
- هامش المساهمة
- عائد الإنفاق الإعلاني (ROAS) المرتبط بتوفّر المنتجات

المخرجات:

نموذج بيانات (مع دفتر تحليل)، لوحة متابعة مباشرة، و"دليل قرارات" يوضح ما يجب تعديله مع بداية الأسبوع.

4

Smarter last-mile delivery & returns

Problem

E-commerce profitability is hurt by failed deliveries, long routes, and high return rates. This challenge invites you to design tools that recommend better delivery options, optimize routes, and manage returns more efficiently. The outcome should improve customer experience while reducing costs for retailers.

Your task

- Build an optimizer that recommends pickup points vs. home delivery, locker coverage, promise windows, and returns triage (resell/local refurb vs. return-to-vendor).

Inputs: order density map, courier rates, return reasons, warehouse/store nodes.

Metrics: cost/order, on-time %, return rate, refund cycle time, carbon proxy.

Deliverables: optimization tool + policy suggestions for retailer terms & UX wording.

٤ تحسين التوصيل للعميل وإدارة الإرجاع بذكاء أكبر

المشكلة

تتأثر ربحية التجارة الإلكترونية بسبب فشل التوصيل، وطول مسارات السائقين، وارتفاع معدلات الإرجاع. يدعوك هذا التحدّي إلى ابتكار أدوات تقترح خيارات توصيل أفضل، وتحسّن مسارات التوصيل، وتدير عمليات الإرجاع بكفاءة أعلى.

النتيجة المتوقعة: تحسين تجربة العميل وتقليل التكاليف على تجّار التجزئة.

المهمة

طوّر حلاً يقترح نقاط الاستلام مقابل التوصيل للمنزل، وتوزيع الخزائن الذكية (Lockers) ونوافذ تسليم مناسبة، بالإضافة إلى آليات فرز الإرجاعات (إعادة البيع/إعادة التأهيل المحلي مقابل إرجاعها للمورّد).

المدخلات: خريطة كثافة الطلبات، أسعار شركات التوصيل، أسباب الإرجاع، مواقع المستودعات والمتاجر.

المقاييس:

- التكلفة لكل طلب
- نسبة التسليم في الوقت المحدد
- معدل الإرجاع
- مدة دورة استرداد المبلغ
- مؤشر انبعاثات الكربون (تقديري)

المخرجات:

أداة تحسين + مقترحات سياسات لشروط المتاجر وصياغات تجربة المستخدم (UX)

5 Fixing the economics of QSR & fast casual

Context

Saudi Arabia's QSR market is crowded and highly competitive, with operators facing rising costs, discount pressure, and inconsistent footfall. Your mission is to build solutions that improve unit economics—such as smarter staffing, dynamic pricing, delivery optimization, or "digital twin" models that simulate store performance.

The Challenge

How might we help QSR and fast casual operators achieve sustainable unit economics through smarter capacity, pricing, and demand orchestration?
Teams can design:

- Dynamic utilization tools (predictive staffing, off-peak menu pricing, micro-promotions tied to traffic).
- Aggregator margin optimizer — route delivery orders to lower-cost channels or in-house apps.
- "Smart kitchen" dashboards integrating prep-to-demand to reduce waste and optimize scheduling.
- Store digital twin models simulating what-if scenarios (pricing, labor, delivery mix) to hit margin targets.

Additional context: Riyadh alone has >4,000 licensed QSR outlets and >100 new entrants yearly—most under 10% EBITDA. Solving this could redefine how Saudi F&B brands scale sustainably and export regionally.

Metrics: Cost/order, staff utilization %, delivery aggregator dependency %, waste %, and daily revenue consistency index.

Deliverables: Prototype + operational model + impact simulation (store-level economics before/after).

٥

تحسين اقتصاديات مطاعم الخدمة السريعة

السياق

يشهد سوق مطاعم الخدمة السريعة في المملكة ازدحامًا ومنافسة عالية، حيث يواجه المشغّلون ارتفاعًا في التكاليف، وضغوط الخصومات، وتذبذب الإقبال. مهمتك هي ابتكار حلول تعزّز اقتصاديات كل فرع، مثل تحسين جداول الموظفين، والتسعير الديناميكي، وتحسين عمليات التوصيل، أو نماذج "التوأم الرقمي" التي تُحاكي أداء الفروع.

التحدي

كيف يمكننا مساعدة مطاعم الخدمة السريعة والمطاعم العصرية السريعة في تحقيق اقتصاديات تشغيل مستدامة لكل فرع عبر تحسين السعة التشغيلية، والتسعير، وتنظيم الطلب؟

يمكن للفرق تصميم ما يلي:

أدوات الاستخدام الديناميكي: التوظيف التنبؤي، تسعير القائمة في الأوقات الهادئة، العروض الدقيقة المرتبطة بحركة العملاء.

مُحسِّن هوامش المجمّعين (Aggregators) توجيه طلبات التوصيل إلى القنوات الأقل تكلفة أو التطبيقات الداخلية.

لوحات تحكّم "المطبخ الذكي": دمج إعداد الطلبات مع التنبؤ بالطلب لتقليل الهدر وتحسين جداول العمل.

نماذج التوأم الرقمي للمتجر: محاكاة سيناريوهات "ماذا لو" (التسعير، العمالة، مزيج التوصيل) للوصول إلى هوامش مستهدفة.

سياق إضافي:

في الرياض وحدها أكثر من 4,000 منفذ خدمة سريعة مرخّص، وأكثر من 100 وافد جديد سنويًا — معظمهم بهامش ربح أقل من 10% (EBITDA). حل هذا التحدّي يمكن أن يُعيد تعريف طريقة توسّع العلامات السعودية في قطاع الأغذية والمشروبات محليًا وإقليميًا.

المقاييس:

- التكلفة لكل طلب
- نسبة الاستفادة من الموظفين
- الاعتماد على منصات التوصيل الخارجية
- نسبة الهدر
- مؤشر استقرار الإيرادات اليومي

المخرجات:

نموذج أولي + نموذج تشغيلي + محاكاة أثر (اقتصاديات الفرع قبل/بعد).

RLC GLOBAL FORUM

IN PARTNERSHIP WITH

جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن
وكالة الجامعة للدراسات العليا
والبحث العلمي
مركز الابتكار وريادة الأعمال

منشآت
monsha'at
الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة
Small & Medium Enterprises General Authority