

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

КОМУНІКАТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ RETENTION MARKETING
(на прикладі мережі магазинів “Будинок іграшок”)

Кваліфікаційна робота

на здобуття першого (бакалаврського) освітнього рівня

«Допускається до захисту»

Завідувач кафедри
реклами та зв'язків з громадськістю
доктор іст. наук,
проф. Новохатько Л. М.

(підпис)

«_____» _____ 20__ р.

Оцінка з урахуванням усного захисту

Члени комісії:

«_____» _____ 20__ р.

Студентки групи РЗГб-1-21-4.0д.
денної форми навчання
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.02
“Реклама і зв'язки з громадськістю”

Поночовна Аліна Юріївна

Науковий керівник

Кузнєцова Тетяна Василівна
*професор, доктор наук із соціальних
комунікацій*

КИЇВ 2025

ЗМІСТ

Частина I. РЕКЛАМНИЙ ПРОДУКТ, КОМУНІКАТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ

Анотація проєкту 3

Рекламні та digital продукти 4

Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

ВСТУП 5

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ 8

1.1 Роль комунікативних інструментів у retention marketing 8

1.2 Аналіз основних конкурентів та SWOT- аналіз 10

1.3 Дослідження ринку та цільової аудиторії проєкту 12

1.4 SWOT-аналіз компанії “Будинок іграшок” 14

РОЗДІЛ 2. ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ, РЕАЛІЗАЦІЯ ТА ДИЗАЙН РЕКЛАМНИХ ПРОДУКТІВ 16

2.1 Розробка та оновлення тригерних та промо email-розсилок 16

2.2 Створення та написання унікальних web та mob push-сповіщень 21

2.3 Розробка віджетів для сайту, їх наповнення та логіка розміщень 25

2.4 Розробка App In-Box повідомлення 26

2.5 Загальна характеристика рекламних та digital продуктів 27

ВИСНОВКИ 29

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

31

ДОДАТКИ

34

АНОТАЦІЯ ПРОЄКТУ (на прикладі мережі магазинів "Будинок іграшок")

Запропонований проєкт представлений та виконаний у бакалаврській роботі для найбільшої української мережі магазинів іграшок “Будинок іграшок”. Компанія заснована в 1998 році та 26 років працює на ринку України. У 2024 році я долучилась до digital-marketing команди компанії та до розвитку retention напрямку для впровадження нових персоналізованих комунікацій з постійними клієнтами. Особливість бренду полягає у цілі робити батьків героями для своїх дітей, а також, доводити, що дорослих не існує. Тому мережа активно створює комфортне середовище для покупок як онлайн так, і офлайн.

Мета проєкту полягає в удосконаленні комунікативних інструментів retention напрямку компанії шляхом розроблення нових каналів взаємодії та оновлення візуального оформлення інформаційних листів та сповіщень. Основними завданнями були: провести аналіз ринку та конкурентного середовища проєкту; визначити сильні та слабкі сторони компанії “Будинок іграшок”; провести аналіз цільової аудиторії компанії; розробити нові канали комунікативної взаємодії з цільовою аудиторією (мобільні та веб push-сповіщення, App In Box); удосконалити наявні канали комунікативної взаємодії з цільовою аудиторією (email, віджети).

Бакалаврський проєкт складається з двох розділів: Розділ 1. “Теоретичне обґрунтування проєкту” містить аналіз цільової аудиторії, SWOT-аналіз, аналіз головних конкурентів бренду та загальні теоретичні поняття retention інструментів — результати цих досліджень, дозволяють успішно зрозуміти та сформулювати ефективну комунікаційну стратегію retention marketing. **Розділ 2.** “Технічні характеристики та дизайн комунікативних інструментів” містить опис, деталі впроваджених та

розроблених digital-інструментів та інформаційних матеріалів, що використовувались для взаємодії з існуючими клієнтами бренду.

РЕКЛАМНІ ПРОДУКТИ ТА DIGITAL-ПРОДУКТИ ПРОЄКТУ

Проект, включає рекламні продукти та інструменти для розробки digital-рішень, що були застосовані для підтримки та покращення комунікації з постійними клієнтами мережі магазинів “Будинок іграшок”:

- Серія тригерних email-розсилок
- Промо email-розсилки (інформаційні)
- Мобільні push-сповіщення
- Веб push- сповіщення
- Серія віджетів на сайті та логіка їх розміщення
- App-In-Box (тригерні)
- App-In-Box (промо)

ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

ВСТУП

Актуальність проєкту. “Будинок іграшок” — одна з найбільших національних мереж магазинів іграшок в, яка функціонує в Україні з 1998 року. Її унікальна торгова пропозиція (далі — УТП) полягає у поєднанні широкого асортименту, омніканальної присутності (офлайн-магазини, інтернет-магазин, мобільний застосунок), а також акценті на тому, що дорослих не існує тому, асортимент магазину «Будинок іграшок» настільки широкий, що знайти підходящу іграшку можна як для новонародженої дитини, так і для дорослого. Місія - робити батьків героями для дітей, тому мережа пропонує широкий асортимент іграшок та подарунків, приносить першими тренди на ринок та забезпечує сервіс вище очікування. Мережа охоплює 22 міста та вже відкрила 61 магазин по всій Україні. У 2023–2024 роках компанія розпочала активний перехід до нових форматів комунікації з клієнтом із фокусом на retention marketing, що зробило тему проєкту надзвичайно актуальною.

Окрім УТП, актуальність полягає також у недостатньому рівні розвитку retention-marketing у конкурентів — зокрема, візуального оформлення та змістового наповнення email-розсилок, системи push-повідомлень, персоналізованої взаємодії через сайт і застосунок. Це створило можливості для глибшої роботи з лояльною існуючою вже аудиторією та оновлення цифрових каналів у рамках єдиної стратегії.

У межах проєкту було реалізовано комплексне оновлення комунікацій бренду в digital-середовищі з акцентом на персоналізацію, послідовність tone of voice, впровадження нових інструментів взаємодії.

Новизна проєкту полягає у практичному розробленні та впровадженні авторського комплексу комунікативних інструментів retention marketing для мережі магазинів “Будинок іграшок”.

Мета проєкту - удосконалення комунікативних інструментів retention напрямку компанії (на прикладі мережі магазинів “Будинок іграшок”) шляхом розроблення нових каналів взаємодії та оновлення візуального оформлення інформаційних листів та сповіщень.

Для досягнення поставленої мети необхідно було вирішити такі завдання:

- 1) провести аналіз ринку та конкурентного середовища проєкту;
- 2) визначити сильні та слабкі сторони компанії “Будинок іграшок”;
- 3) провести аналіз цільової аудиторії проєкту;
- 4) розробити нові канали комунікативної взаємодії з цільовою аудиторією (мобільні та веб push-сповіщення, App In Box);
- 5) удосконалити наявні канали комунікативної взаємодії з цільовою аудиторією (email, віджети).

Бакалаврський проєкт може бути застосовано у практичній діяльності компаній, що працюють у сфері роздрібної торгівлі, для розроблення retention-кампаній із використанням сучасних digital-інструментів. Результати проєкту можуть слугувати основою для вдосконалення клієнтських комунікацій, побудови лояльності та підвищення повторних продажів у конкурентному середовищі.

Апробація проєкту. Участь у III Міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів, молодих вчених та практиків “Креативні індустрії: сучасні тренди” (Київ, 14 травня 2025 р.). Проходження переддипломної практики у департаменті маркетингу компанії “Будинок іграшок”, де були реалізовані завдання з розроблення та впровадження

digital-інструментів. Практичні результати лягли в основу дипломної роботи та демонструють можливості retention-підходів на прикладі конкретного бренду.

Структура роботи. Проєктна робота “Комунікативні інструменти retention marketing на прикладі мережі магазинів “Будинок іграшок” складається зі Вступу, 2 розділів (“Теоретичне обґрунтування проєкту”, “Технічні характеристики та дизайн комунікативних інструментів”), Висновків, Списку використаних джерел та Додатків. Обсяг роботи – 61 сторінка.

1.1 Комунікативні інструменти у retention marketing та їхня роль

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

У сучасному світі та великому конкурентному середовищі, де увага клієнта розділяється між безліччю брендів, здатність утримати клієнта та підтримувати гарну комунікацію стає ключовим фактором довготривалого успіху компанії. Retention marketing все більше виходить на перший план у стратегіях більшості компаній, оскільки дає можливість не тільки зменшити витрати на залучення нових клієнтів, але й підвищити загальний прибуток за рахунок вже лояльної, існуючої аудиторії.

“Retention-маркетинг — це набір інструментів та дій, спрямованих на утримання клієнтів компанії та формування їхньої лояльності до бренду, мета цієї маркетингової стратегії – задоволені та зацікавлені клієнти, готові до покупки” [1].

Комунікативні інструменти - це не лише засоби інформування, а перш за все - це міст довіри між брендом та споживачем. Вони забезпечують постійну присутність бренду в житті клієнта, формують емоційний зв'язок та довіру, підкреслюють турботу та персоналізацію бренду до клієнта, тим самим це є стимулом до повторної покупки. Саме завдяки таким комунікативним інструментам, клієнт не лише починає асоціювати себе з брендом, а також, рекомендувати його іншим, стаючи амбасадором у своєму середовищі.

Особливістю є персоналізація комунікацій - коли кожне повідомлення враховує інтереси, дії, історії покупок. Саме це дозволяє персоналізувати комунікацію з кожним клієнтом. Ключовими інструментами комунікації, що формують основу retention-стратегії, можна виокремити: email-

маркетинг, push-сповіщення (web та mob), повідомлення у мобільному застосунку, віджети на сайті, а також канал для миттєвої комунікації Viber або Telegram. Кожен з інструментів виконує свою особливу функцію під час взаємодії з клієнтом - від оперативного інформування та до побудови персоналізації.

Email-маркетинг - доволі класичний, але один з найефективніших інструментів комунікації. У рамках retention-marketing використовується для тригерних розсилок, промо-кампаній, персоналізованих комунікацій та листів на основі історій покупок, дій та уподобань.

“Також відіграє ключову роль у маркетинговій стратегії із залученням потенційних клієнтів, підвищенням впізнаваності бренду, побудовою відносин або підтримкою залучення клієнтів між покупками за допомогою різних типів маркетингових електронних листів” [2].

Push-сповіщення - цей інструмент забезпечує миттєву комунікацію з клієнтом. Push-повідомлення можуть бути тригерними (покинутий кошик, перегляд тощо) та інформаційними (нагадування про акції та бонуси). Особливістю є їхня швидкісна реакція, короткий формат, без зайвих слів та навантаження на клієнта, а також висока видимість.

“Згідно з проведеними дослідженнями, частота підписки на push повідомлення на пристроях Android становить 91%, а на пристроях iOS — 44%, при цьому кількість переходів в 7 разів вище, ніж у email. Це означає, що push повідомлення — ефективний канал для взаємодії з аудиторією” [3].

App Inbox - це повідомлення у мобільному застосунку, що є частиною взаємодії з клієнтом та водночас дозволяє зберігати історію комунікацій, тим самим клієнт може повернутись до неї будь якої миті. Цей інструмент використовується для інформування про акції, бонуси та нові товари, працює ненав'язливо, проте забезпечує присутність та комунікацію у мобільному застосунку. “Він надає можливість доставляти користувачам різноманітний, індивідуально налаштований контент безпосередньо на сайт

або у додаток. Повідомлення, надіслані до центру сповіщень, зберігаються в кабінеті користувача до моменту, коли вони втратить актуальність” [4].

Як відомо, “віджет — це додатковий елемент інтерфейсу сайту, який дозволяє збирати дані відвідувачів, показувати їм контент, залучати до взаємодії і вести на конкретні сторінки. Віджети можуть бути вбудованими в інтерфейс сайту або спливати поверх інших елементів, блокувати контент або не впливати на його відображення” [5].

Таким чином, роль комунікативних інструментів у retention marketing відіграють дуже важливу роль, тому що, вони дозволяють брендам підтримувати “справжній” контакт з клієнтом, бути поряд у важливі моменти його споживацького шляху та формувати довіру до бренду. У світі, де клієнт обирає не лише товар, а й емоцію - правильна комунікація перетворює клієнта з покупця у прихильника бренду.

1.2 Дослідження ринку та цільової аудиторії проєкту

У ході проведеного дослідження цільових груп відвідувачів сайту bi.ua, проведено, визначення цільової аудиторії даного проєкту та взагалі мережі магазинів іграшок “Будинок іграшок”.

Аудиторію можна сегментувати на кілька основних груп з метою ретельного вивчення їхніх захоплень, звичок задля більш ефективного результату (див. Таблицю 1.2).

Таблиця 1.2

Цільова аудиторія проєкту

Who? (Хто є нашою ЦА?)	Ключову аудиторію формують батьки дітей віком від 0 до 15 років, а також категорія “дарувальників” - це тітки, хрещені, бабусі й дідусі, які беруть активну участь у виборі та придбанні дитячих товарів. Основу аудиторію становлять мами дітей віком 3–8 років. Частина з них працює, інша — займається домогосподарством і вихованням. Ці жінки, як правило, проживають у великих містах, де відчувають себе матеріально стабільно. Виховання дитини, її розвиток та побудова стосунків із нею займають важливе місце в їхньому житті, тому вони активно шукають якісні та перевірені продукти, а також зручні сервіси для здійснення покупок.
What? (Що представники ЦА хочуть зробити завдяки проєкту?)	Отримувати актуальні й персоналізовані комунікації, які будуть допомагати не пропустити вигідні пропозиції, знижки, додаткові бонуси. Їм важливо відчувати зв’язок з брендом, зручність у користуванні сайтом.
Where? (Де можна знайти ЦА?)	Веб та моб версії сайту, мобільний застосунок мережі магазинів Будинок іграшок, соціальні мережі (Instagram, Facebook), Viber, email та пуш канали.

When? (Як часто представники ЦА хочуть взаємодіяти з проєктом?)	Переважно у періоди підготовки до свят (жовтень-грудень), під час акцій або розпродажів.
Why? (Чому представники ЦА мають взаємодіяти з цим проєктом?)	Щоб економити час на пошук подарунків, бути впевненими у своєчасності покупки та 12 отримувати вигідні персональні пропозиції. Завдяки якісним комунікаціям ЦА частіше повертається до бренду та підвищує довіру.

Усі цільові групи взаємодіють з digital-рекламою в екосистемі бренду «Будинок іграшок», а також з офлайн-комунікаціями. Основні точки дотику включають:

- віджети на сайті;
- мобільні та веб-push-сповіщення;
- App Inbox і email-розсилки;
- месенджери (Viber);
- внутрішня реклама у торгових залах магазинів мережі;
- POS-матеріали та екрани у ТРЦ, де розміщені магазини.

1.3 Аналіз основних конкурентів кампанії

Для аналізу конкурентів проведено моніторинг основних трьох конкурентів «Будинок іграшок», а саме:

Як відомо, такий моніторинг «дозволяє оцінити, як кампанії взаємодіють з цільовою аудиторією, які унікальні пропозиції вони використовують та які

канали обирають для їх просування [6]”. У Таблиці 1.2. наведено результати проведеного аналізу.

Таблиця 1.2

Аналіз конкурентів

Назва	Переваги (УТП)	Недоліки
Антошка	- впізнаваність бренду; - зручне розташування магазинів у багатьох містах; - активна комунікація в соціальних мережах; - постійні акційні пропозиції для відвідувачів сайту; - впровадження оновленого сайту з новим та зручним дизайном;	- відсутність мобільного додатку; - відсутність унікального та сучасного оформлення сайту; - мало персоналізованих каналів комунікації - неактивний email-маркетинг;
Чудо Острів	- інформативний сайт та соціальні мережі; - власна бонусна програма лояльності; - популярний бренд серед дітей; - розвиток та збільшення офлайн магазинів;	- низький рівень гейміфікації та комунікативних retention-інструментів; - слабка персоналізація пропозицій; - застралій мобільний застосунок з помилками;
Rozetka	- широкий асортимент; - високий рівень автоматизації всіх процесів;	- відсутність фокусного позиціонування на дітях; - не проводять подій або інтеграцій, орієнтованих

	- сильна система рекомендацій та ремаркетингу; - висока швидкість обробки замовлень;	виключно на батьків та дітей;
--	---	-------------------------------

У результаті проведеного аналізу трьох основних конкурентів – **“Антошка”**, **“Чудо Острів”** та **Rozetka** – було виявлено як сильні, так і слабкі сторони їхніх комунікаційних стратегій.

“Антошка” демонструє високу впізнаваність бренду, активність у соціальних мережах та регулярні акції. Проте серед недоліків – відсутність мобільного додатку та низький рівень персоналізації комунікацій, зокрема слабо розвинений email-маркетинг.

“Чудо Острів” вирізняється бонусною програмою та розвитком офлайн-магазинів, однак йому бракує сучасних retention-інструментів, гейміфікації та персоналізованих пропозицій. Застарілий мобільний застосунок також знижує ефективність взаємодії з клієнтами.

Rozetka має значні технологічні переваги: автоматизацію, швидке обслуговування, ефективні інструменти ремаркетингу. Проте, як мультикатегорійна платформа, вона не має чіткої фокусної комунікації, орієнтованої на аудиторію дітей та батьків, що знижує емоційний контакт із цільовою аудиторією.

Загалом, жоден з аналізованих конкурентів не використовує повноцінний комплекс персоналізованих комунікацій, що відкриває можливості для ТМ **“Будинок іграшок”** посилити свої позиції через розробку цілісної retention-стратегії з акцентом на сучасні digital-інструменти: мобільний застосунок, гейміфікацію, email- та чат-бот-комунікацію.

1.4 SWOT-аналіз компанії “Будинок іграшок”

Для успішної реалізації проєкту було визначено ряд слабких і сильних сторін мережі, за допомогою даних GA4, SimilarWeb та візуального огляду було досліджено можливості та ризики.

Як відомо, “саме SWOT-аналіз дає змогу розробити стратегію дій, засновану на сильних і слабких сторонах організації, а також використовувати можливості, усуваючи загрози” [7].

Таблиця 1.4

SWOT-аналіз компанії “Будинок іграшок”

Сильні сторони	Слабкі сторони
- оновлений мобільний застосунок з push-сповіщення; - широка мережа магазинів у фізичних ТРЦ; - широкий асортимент іграшок та дитячих товарів; - високий рівень довіри клієнтів до бренду; - впровадження тригерних комунікацій;	- високі ціни на частину товарів; - низька відвідуваність у “не сезон” (теплі пори року); - військовий стан в Україні; - застарілий дизайн сайту, потреба технічного оновлення та SEO-оптимізації;
Можливості	Ризики
- запуск гейміфікації в мобільному застосунку та на сайті; - лояльна та велика аудиторія у мережі інтернет, велика кількість унікальних відвідувачів сайту; - збільшити прибуток у “несезон” (осінньо-літній період); - розвиток TikTok та YouTube;	- зниження народжуваності та військовий стан дорівнює втраті потенційних клієнтів; - зростання конкуренції з боку міжнародних маркетплейсів; - скорочення платоспроможного попиту через економічну ситуацію;

- створення окремих підкатегорій для підлітків;	
---	--

SWOT-аналіз дав змогу комплексно оцінити поточну ситуацію компанії “Будинок іграшок” та визначити напрямки подальшого розвитку з урахуванням внутрішніх ресурсів і зовнішнього середовища.

Як бачимо, слабкими сторонами залишаються застарілий дизайн сайту та потреба в його SEO-оптимізації. Можливості для розвитку полягають у запуску гейміфікації у мобільному застосунку та на сайті, активному використанні, розвитку соціальних мереж та активну роботу з існуючими клієнтами компанії.

Таким чином, стратегія компанії повинна орієнтуватися на цифрову трансформацію, активізацію retention-маркетингу, оновлення онлайн-ресурсів та розширення контент-маркетингової активності в нових комунікаційних каналах.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ, РЕАЛІЗАЦІЯ ТА ДИЗАЙН РЕКЛАМНИХ ПРОДУКТІВ

2.1 Розробка та оновлення тригерних та промо email-розсилок

Одним із основних напрямків роботи в межах проєкту стало оновлення та наповнення системи email - тригерних та промо-розсилок. Email-маркетинг для мережі “Будинок іграшок” є важливими інструментом для підтримки комунікацій з постійними та існуючими клієнтами, тому було вирішено, провести аудит усіх існуючих тригерних, промо листів та сценаріїв, візуального оформлення і створити нову структуру розсилок.

До початку оновлення всі листи не відповідали візуальному стилю бренду та брендбуку, листи були застарілими та не повністю відкривались на пошті у клієнтів, не відповідали чіткій логіці, а деякі тригери взагалі не

запускались та не були впроваджені. Частина шаблонів листів залишалась з попередніх років, неактуальних для теперішнього функціонування рітейлу.

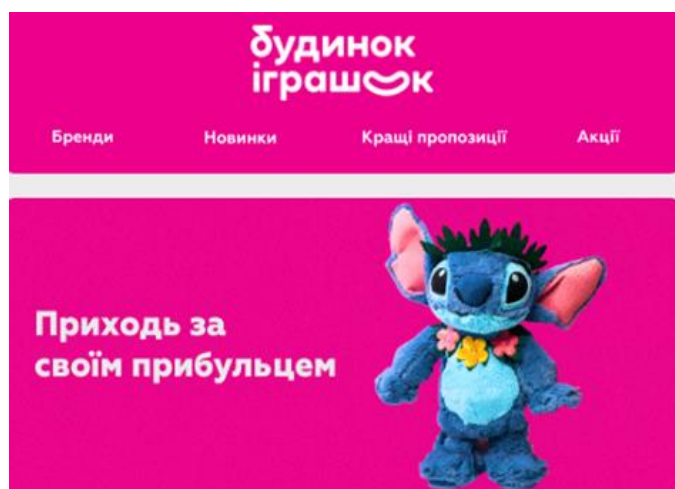
Після аналізу та брейншторму з командою було сформовано оновлений перелік ключових тригерних, промо сценаріїв та їхній вигляд. У новому шаблоні email-розсилок застосовано модульний підхід, який забезпечує чітку інформацію та високу гнучкість при формуванні як тригерних, так і промо-листів. Перший блок, або шапка листа, виконує роль хедера - на фоні суцільного рожевого кольору розміщено логотип і лаконічні текстові посилання на ключові розділи сайту. Ці елементи відразу формують впізнаваність бренду і допомагають користувачу орієнтуватися ще до ознайомлення з деталями пропозиції. Нижче розташований головний банер із великим заголовком та динамічним графічним акцентом, який відразу привертає увагу користувача та задає тон усій розсилці. Далі йде блок з картками товарів, кожна картка містить зображення товару, його назву, основну характеристику, ціну та посилання на сам товар. В тригерах цей блок автоматично підставляє товари, що клієнт переглядав, залишив у кошику або додав у список бажань, тим самим це стимулює клієнта до повторного переходу на сайт.

Надалі йде блок “Переваги”, оформлений у вигляді чотирьох іконок з підписами - це переваги покупки для клієнта (акції, бонуси, тощо). Потім у тригерних листах слідує яскравий банер із закликом та нагадування для клієнта про швидкий самовивіз.

У нижній частині листа розміщено сітку з шести категорій товарів, які є найклікабельніми на сайті bi.ua за даними GA4, що дозволяє клієнтам швидко перейти до потрібного розділу, а завершальний футер містить контактні дані, часові рамки роботи call-центру та іконки соціальних мереж. Загалом, весь дизайн базується лише на двох корпоративних кольорах - насиченому рожевому та білому - і використовує шрифт Montserrat з поділом на заголовки 22-24 px і текстові блоки 16 px.

Промо листи запускаються щотижня, з підбіркою актуальних товарів, пропозицій, промо кампаній та знижок на всю базу клієнтів. Яскравим прикладом, є промо-лист (Рис. 2.1) запусканий до промо-кампаній “Lilo & Stitch”. Цей промо-лист мережі "Будинок іграшок" оформлений у фірмових кольорах бренду — насиченому рожевому і білому — та використовує шрифт Montserrat. Кампанія тематично присвячена персонажу Стічу, що одразу відображено в заголовку «Приходь за своїм прибульцем». Візуально лист розділено на два блоки: перший — це яскраве звернення з ілюстрацією, другий — це товари з цінами та кнопками «Купити». Контент поданий емоційно та з гумором, з акцентом на популярні товари та швидку дію, а нижній блок містить зручну навігацію по категоріях.

Рис. 2.1

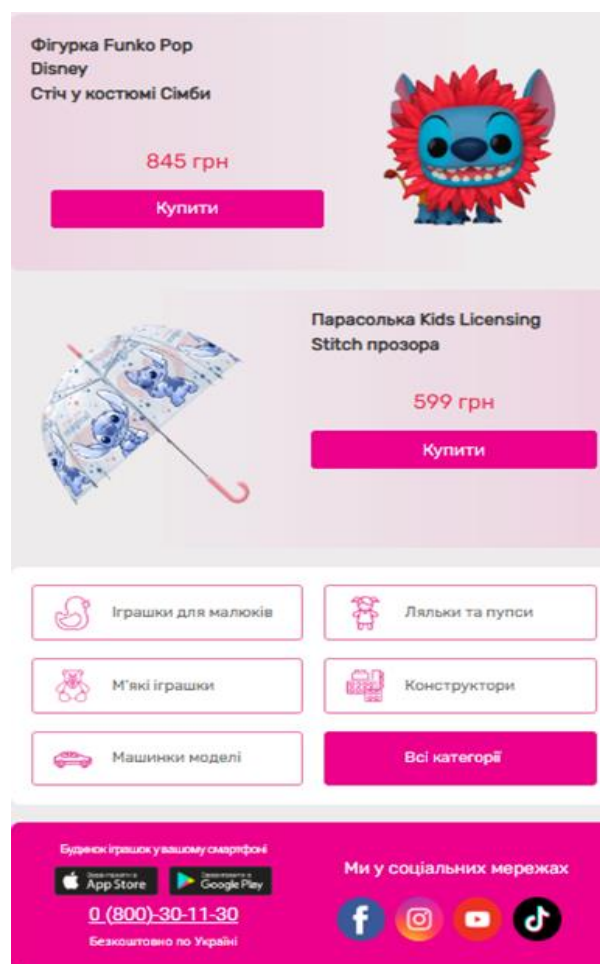


Тсс! Стіч знову заліг на дно, але досі шукає свою охану! Зубастого бешкетника шукають посіпаки з самої Галактичної федерації, але ти ще можеш його врятувати, якщо завітаєш у **Будинок Іграшок**, бо тут зараз справжній стічопад:

- 🌟 LEGO-набори з галактичними пригодами
- 🎒 рюкзаки та гаманці для секретних місій
- 🎨 набори для творчості
- 🧸 м'які Стічі — веселі та запальні
- 🧸 фігурки з різними емоціями
- 👾 ще купа галактичних прибуд.

Охана — це сім'я, а сім'ю не кидають і не забувають.
Білай і допоможи космічному прибульцю знайти свою охану!

[По іграшки](#)



Таблиця 2.1

Оновлені тригерні листи

Тригер	Опис події	Інтервал
Покинутий кошик	Клієнт додав товар до кошику, але не купив	Перший лист - одна година (див. додаток А)
		Другий лист - 1 день (див. додаток А1)
		Третій лист - 3 дні (див. додаток А2)
		Ціну знижено на товар у кошику - працює автоматично (див. додаток А3)
Покинутий перегляд	Клієнт переглянув товар, але не додав до кошику	Перший лист - одна година (див. додаток А4)
		Другий лист - 1 день (див. додаток А5)
		Третій лист - 3 дні (див. додаток А6)
		Ціну знижено на переглянутий товар - працює автоматично (див. додаток А7)
		Товар в наявності - працює автоматично (див. додаток А8)
Замовлення оформлене	Успішне проведення покупки	Одразу після підтвердження транзакції (див. додаток А9)
Замовлення скасоване	Скасоване замовлення	Одразу коли клієнт скасував замовлення (див. додаток А10)

Wishlist	Дія клієнта з списком бажань	Знижені ціни на додані товари у wishlist - працює автоматично (див. додаток A11)
		Товар в wishlist з'явився у наявності - працює автоматично (див. додаток A12)
		Зниження ціни на схожі товари в wishlist - працює автоматично (див. додаток A13)
Дайджест	Регулярні підбірки пропозицій	Новинки товарів (див. додаток A14)
		Personal-digest (див. додаток A15)
		Ідея подарунків - товари до 1000 грн (див. додаток A16)
		Реактивація - не було покупок останні 3 місяці (див. додаток A17)
Сервісні повідомлення	Супровід клієнта та технічна підтримка	Поділіться враженнями про товар - 7 днів після покупки (див. додаток A 18)
		Відновлення паролю - працює автоматично (див. додаток A 19)
		Відповідь на відгук про товар - працює автоматично (див. додаток A20)
День Народження	Нагадування клієнту про День народження дитини та про	Нагадування за 7 днів до Дня народження - працює автоматично (див. Додаток

	додаткову знижку 15%	A21)
		Нагадування в день народження дитини - працює автоматично (див. додаток A22)
		Нагадування три дні після Дня Народження - працює автоматично (див. додаток A23)

2.2 Створення та написання унікальних web та mob push-сповіщень

До початку роботи над проектом у мережі Будинок іграшок повністю були відсутні web та mobile push-сповіщення як окремий інструмент комунікації з клієнтами. Перегляд існуючих інструментів засвідчив, що маркетингова стратегія покладалась виключно на email-розсилки, через що ми втрачали можливість швидко інформувати користувачів про важливі події (покинуті кошики, повернення товару у наявність, акційні пропозиції тощо) та оперативно реагувати на їхні дії. Тому було прийняте рішення впровадити єдину систему web та mobile push-сповіщення.

Тригери мобільних push-сповіщень. У рамках реалізації інструменту мобільних push-сповіщень було відмічено ключові сценарії, для яких розроблено окремі шаблони з чітким заголовком, текстом і цільовим екраном у додатку. Кожен тригер запускається відразу після відповідної події в додатку. Тому спочатку було визначено структуру сповіщень за вимогами платформи eSputnik (сервіс для відправки та керування retention-інструментів) :

- Заголовок - до 20 символів, включає смайли та пробіли

- Текст - до 80 символів, інформування клієнта, включає смайли та пробіли
- Іконка - зображення логотипу бренда
- Зображення - головний банер
- Посилання - на відповідну акцію, товар чи лендінг на сайті/в додатку

Надалі визначили перелік та шаблони push-сповіщень. Приклади push-сповіщень (див.додаток Б)

Перелік та шаблони тригерних мобільних push-сповіщень

- Покинутий кошик ☐ Екран кошику

Заголовок: Кошик чекає ☐

Текст: Товари, які залишилися у кошику, все ще чекають на вас і хвилюються, чи заберете їх...

- Покинутий перегляд ☐ Екран оформлення замовлення

Заголовок: Ви дещо забули ☐

Текст: Залишилося кілька кроків до омріяних іграшок. Не відкладайте на потім!

- Замовлення оформлено ☐ Екран Мої замовлення

Заголовок: Чудовий вибір ☐

Текст: Дякуємо за покупку! Ваше замовлення вже в роботі ☐

- Замовлення скасовано ☐ Екран Акції

Заголовок: Успішно скасовано ☐

Текст: Ми скасували ваше замовлення. Можливо, вас зацікавить інший товар? Перегляньте акційні пропозиції

- Товар, яким ви цікавились: знижено ціну ☐ Картка товару

Заголовок: Знижено ціну ☐

Текст: Ціна на цей товар знижена. Не пропустіть вигідну пропозицію!

- Товар, яким ви цікавились: в наявності ☐ Картка товару

Заголовок: Знову в наявності ☐

Текст: Товар, яким ви цікавились можна замовити просто зараз!

- Товар із вішліста: знижено ціну ☐ Картка товару

Заголовок: Саме той момент ☐

Текст: Ціна на товар з вашого wishlist знижена! Скористайтесь можливістю, зробіть замовлення сьогодні

- Товар із вішліста: в наявності ☐ Картка товару

Заголовок: Реалізуємо плани? ☐

Текст: Товар з вашого wishlist доступний для замовлення! Замовляйте зараз

- Після реєстрації в кабінеті: Доеднуйтесь до ПЛ ☐ Екран ПЛ

Заголовок: Ще один крок ☐

Текст: Приєднуйтесь до програми лояльності та отримуйте вигоду з кожної покупки!

- Після реєстрації в кабінеті: Створіть перший вішліст ☐ Екран Мої бажання

Заголовок: Створіть wishlist ✨

Текст: Зберігайте улюблені товари та ідеї для подарунків на будь-який привід

- Ваші бонуси скоро згорять □ Екран ПЛ

Заголовок: Бонуси згорають □

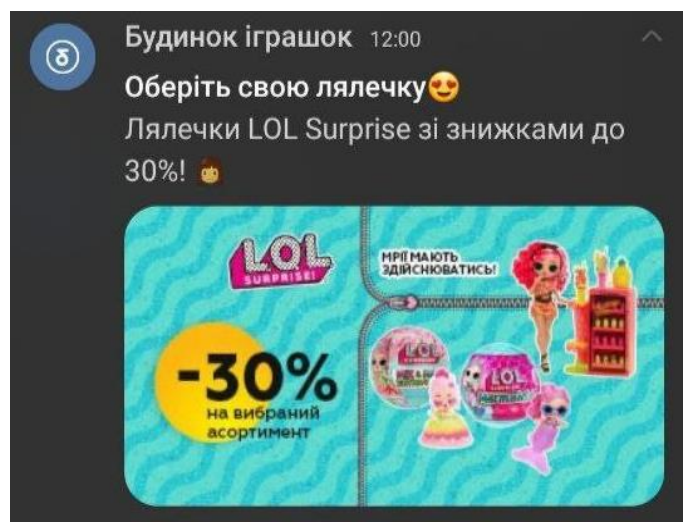
Текст: Не втрачайте свої бонуси! Використайте їх для вигідних покупок

Акційні промо (push) сповіщення. Окрім тригерів, для підтримки продажів і збільшення охоплення було визначено таймінг та структуру промо пуш сповіщень:

- Заголовок - до 40 символів, включає смайли та пробіли
- Текст - до 80 символів, чіткий заклик і основна унікальна торгова пропозиція
- Іконка - зображення логотипу бренду
- Зображення - головний банер
- Посилання - на відповідну акцію, товар чи лендінг на сайті та в додатку

Налаштування акційних промо (push) сповіщення відбувається вручну та з таймінгом та відправкою щотижня на актуальні пропозиції та акції. Можна поглянути приклад промо (push) сповіщення (див. Рис. 2.2), що реалізувався для залучення користувачів мобільного додатка та повторного повернення на сайт. Пуш повідомляє про актуальну акцію – знижки до 30% на ляльки LOL Surprise.

Рис. 2.2



2.3 Розробка віджетів для сайту, їх наповнення та логіка розміщень

Для утримання уваги користувачів на сайті bi.ua була створена система віджетів. Кожен віджет реалізовано окремо, що асинхронно завантажується на різних сторінках сайту й отримує контент через API. Управління банерами, категоріями та розкладом публікацій здійснюється мною. Тому розробила такі віджети:

- **Категорійні акційні слайдери (див. додаток В)**

Назви: «Ляльки та пупси», «Машини та моделі».

Призначення: відображення банерів актуальних акцій у відповідній категорії.

Контент: до 4 банерів.

Розміщення: на сторінках каталогу відповідних категоріях.

- **Рекламний/інформаційний (див. додаток В1)**

Призначення: відображення банерів для важливих маркетингових приводів — оплата частинами, просування мобільного застосунку, спеціальні пропозиції партнерів.

Контент: статичні або анімовані банери з описом акції.

Логіка: графік публікацій налаштовується (старт/кінець акції);

Віджет активується на всіх сторінках сайту або лише на головній сторінці залежно від типу акції.

- **Віджет редакційного контенту (див. додаток B2)**

Призначення: показує банери статей та просуває їх наприклад, стаття Minecraft (див. Додаток) для залучення трафіку в блог або розділ новин.

Контент: банер із заголовком статті.

Логіка: вручну оновлюється із посиланням на URL статті.

Розміщення: у розділі з товарами, до яких дотична стаття.

2.4 Розробка App In-Vox повідомлення

App In-Vox - це вбудовані повідомлення у мобільному застосунку, які доповнюють push-сповіщення й дозволяють зберігати важливі повідомлення в інтерфейсі користувача довше, ніж одноразовий push. Повідомлення відкладаються в окремому розділі (див. додаток Г) та мають вищу ймовірність перегляду в момент повторного запуску клієнтом застосунку.

Таблиця 2.4

App In-Vox повідомлення

Пріоритет	Промо/Тригер	Цільовий екран
1	Промо-сповіщення	Екран акції
	Замовлення оформлено	Мої замовлення
	Замовлення скасовано	Екран акції
	Після реєстрації: доєднуйтеся до програми лояльності	Карта лояльності
	Ціна знижена на переглянутий товар	Картка товару
	Ціна знижена на товар із wishlist	Картка товару

2	Товар в наявності	Картка товару
	Товар із wishlist в наявності	Картка товару
	Ваші бонуси скоро згоряють	Карта лояльності
3	Покинутий кошик	Кошик
	Покинутий чекаут	Екран оформлення замовлення
	Створіть перший wishlist (після реєстрації)	Мої бажання

2.5 Загальна характеристика рекламних та digital продуктів

Таблиця 2.5

Digital продукти

Продукт	Значення	Кількість
Email-шаблони (тригерні)	Автоматизовані листи на ключові дії користувача для підтримки комунікації та підвищення конверсії	21
Email-шаблони (промо)	Масові розсилки з анонсом акцій, промо кампаній, новинок для залучення уваги	220
Mob-push (тригерні)	Автоматизовані сповіщення на ключові дії користувача, що забезпечують швидку реакцію та повернення користувача	11
Mob-push (промо)	Рекламні push-сповіщення з	200

	інформацією про акції для стимулювання додаткових продажів у додатку	
Web-push (промо)	Рекламні push-сповіщення з інформацією про акції, які дозволяють активно залучати веб аудиторію	200
App In-Box (промо)	Тривале зберігання промо-сповіщення у додатку - підвищує ймовірність прочитання та реакції, оскільки повідомлення не зникає після одного показу	157
App In-Box (тригерні)	Автоматизовані сповіщення, які зберігаються в додатку і відповідають на ключові дії користувача, що забезпечує швидку реакцію та повернення користувача	11
Віджети	Динамічні банери на сайті (слайдери акцій, персональні акції), спрощують навігацію та стимулюють користувача до цільових дій	6

ВИСНОВКИ

У рамках кваліфікаційної бакалаврської роботи було розроблено та впроваджено комплекс комунікаційних інструментів retention-marketing, що

охоплює інтернет-магазин мережі “Будинок іграшок” — одного з провідних гравців українського ринку роздрібної торгівлі іграшками.

З огляду на зростання конкуренції з боку великих маркетплейсів та мультикатегорійних ритейлерів, зокрема Rozetka, Чудо Острів, Антошка, питання утримання постійних клієнтів та підвищення їх лояльності набуває для компанії стратегічного значення. Саме тому реалізація заходів, спрямованих на вдосконалення системи взаємодії з наявними клієнтами, є обґрунтованою та своєчасною.

У процесі реалізації проєкту були вирішені такі завдання:

- Проведено аналіз ринку та конкурентного середовища.

Було виявлено, що попри високий рівень впізнаваності бренду, компанія поступається конкурентам у рівні цифрової персоналізації та масштабах охоплення діджитал-комунікацій.

- Здійснено SWOT-аналіз компанії

Серед сильних сторін було визначено наявність офлайн-мережі, впізнавану торгову марку, фокус виключно на дитячих товарах. До слабких сторін віднесено обмежене використання персоналізованих технологій комунікації, нерегулярність контактів із клієнтами, а також фрагментарність візуальної презентації розсилок і push-сповіщень.

- Проведено аналіз цільової аудиторії

Встановлено ключові сегменти споживачів за демографічними та поведінковими ознаками, що дозволило обґрунтувати вибір інструментів комунікативної взаємодії та оптимізувати їх під специфіку запитів кожної групи.

- Розроблено нові канали комунікації з аудиторією:
 - мобільні push-сповіщення із запровадженням сегментації, релевантних тригерів та таймінгу;
 - web push як доповнення до мобільних кампаній;

- App In-Box для посилення присутності бренду у мобільному застосунку та покриття тих користувачів, які не відкривають push.
- Удосконалено наявні канали комунікацій:
 - оновлено візуальний стиль email-розсилок відповідно до айдентики бренду;
 - створено серію нових тригерних листів (за діями у wishlist, за статусом замовлення тощо);
 - структуровано систему віджетів на сайті з урахуванням логіки поведінки користувачів та пріоритетності контенту.

Результати цього проєкту підтвердили, що належним чином організована система retention marketing сприяє підвищенню ефективності взаємодії з клієнтами, зростанню кількості повторних покупок та формуванню довгострокової лояльності до бренду. Таким чином, поставлену мету — дослідити й удосконалити канали комунікативної взаємодії для стимулювання клієнтської лояльності — було успішно досягнуто.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Ліфіренко К. Retention-маркетинг. Як він працює і навіщо потрібний? Webpromo .09.06.2022 URL: <https://web->

[promo.ua/ua/blog/retention-marketing-kak-rabotaet-i-zachem-nuzhen/](https://webpromo.ua/ua/blog/retention-marketing-kak-rabotaet-i-zachem-nuzhen/)

дата звернення (28.04.2025).

2. Сомова О. Email-маркетинг. Що це? Цілі та елементи інструменту, особливості та переваги. *Webpromo*. 15.04.2022 URL: <https://webpromo.ua/ua/blog/email-marketing-cto-eto-celi-i-elementy-instrumenta-osobennosti-i-preimushhestva/> дата звернення (27.04.2025).
3. Push повідомлення. Дізнайтеся про види push повідомлень та як вони працюють. *SendPulse*. URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/push-notification> дата звернення (27.04.2025).
4. Устименко Н. App Inbox: чому ви оціните цей канал і як його ефективно використовувати. *eSputnik*. 13.01.2022 URL: <https://esputnik.com/uk/blog/app-inbox-chomu-vu-otsinete-tsey-kanal> дата звернення (25.04.2025).
5. Дмитрук О. Для чого потрібні віджети //eSputnik. 13.01.2022 URL: <https://esputnik.com/uk/blog/dlya-chogo-potribni-vidzheti> дата звернення (21.04.2025).
6. Божко Я. Що таке аналіз конкурентів і як його провести в рамках CRM-стратегії? *eSputnik*. 30.05.2025 URL: <https://esputnik.com/uk/blog/sho-take-analiz-konkurentiv-i-yak-jogo-provesti-v-ramkah-crm-strategiyi> дата звернення (21.03.2025).
7. Оголь А. SWOT-аналіз із прикладами. *eSputnik*. 18.05.2025 URL: <https://esputnik.com/uk/blog/swot-analiz-iz-prikladami> дата звернення (22.05.2025).
8. Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 2021. 80(6), 69–96. URL: <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420> дата звернення (24.03.2025).
9. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. *Digital Marketing* (7th ed.). Harlow: Pearson, 2019 URL:

<https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3413574>

дата звернення (28.03.2025).

10. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Hoboken: Wiley, 2021. URL:

<https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3413590>

дата звернення (15.04.2025).

11. Malthouse, E. C., Haenlein, M., Skiera, B., Wege, E., & Zhang, M. Managing Customer Relationships in the Social Media Era: Introducing the Social CRM House. *Journal of Interactive Marketing*, 2013. 27(4), 270–280. URL: <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.09.008> дата звернення (18.04.2025).

12. Шпак Н.О., Грабович І.В., Срока В.В. Цифровий та Інтернет-маркетинг: співвідношення понять. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління»*, 2022, 1(9), 143-156. URL:

<https://ena.lpnu.ua/items/3b8eb474-04d8-4edd-9743-86b8e4a75eff> дата

звернення (25.04.2025).

13. Digital Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою. Український інститут майбутнього. URL:

[https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-](https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html#6-2-3)

[ekonomikoyu.html#6-2-3](https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html#6-2-3). дата звернення (25.04.2025).

Додаток А1

будинок іграшок

Бренди Новинки Кращі пропозиції Акції

КОШИК ЧЕКАЄ НА ВАС!

Товари, які залишилися у кошику, все ще чекають на вас, сумують і хвилюються, чи заберете їх...

Переходьте у кошик, завершіть покупку та радійте новій покупці

Іграшки, що досі чекають на вас:

Ляльковий набір LOL Surprise Big BB Hair Hair Hair Королева Сплеск

Код товару: 575947

Ціна: 2 999 грн ~~4 495 грн~~

Пазли Trefl Frozen 2 Марія крижаної землі 100 деталей

Код товару: 5505657

Ціна: 219 грн

Оформити замовлення

Долучайтесь до програми лояльності

Акції та розпродажі

Бонусна програма

До дня народження

Безкоштовна доставка*

bi.ua

ШВИДКИЙ САМОВИВІЗ!

ЗАМОВИВ – ЗАБРАВ
і все в один день

Іграшки для малюків

Ляльки та пупси

М'які іграшки

Конструктори

Машинки моделі

Всі категорії

Будинок іграшок у вашому смартфоні

Завантажити в App Store

Завантажити в Google Play

0 (800)-30-11-30

Безкоштовно по Україні

Ми у соціальних мережах

Додаток А2

будинок іграшок

Бренди Новинки Кращі пропозиції Акції

ОСТАННІЙ ШАНС ЗАМОВИТИ ТЕ, ЩО ВИ ДИВИЛИСЯ

Не відкладайте на потім!

Залишилося кілька кроків до омріяних іграшок. Оформлюйте замовлення просто зараз

Іграшки, що досі чекають на вас:

Ляльковий набір LOL Surprise Big BB Hair Hair Hair Королева Сплеск

Код товару: 575947

Ціна: 2 999 грн 4-495 грн

Пазли Trefl Frozen 2 Марія крижаної землі 100 деталей

Код товару: 5505657

Ціна: 219 грн

Оформити замовлення

Долучайтесь до програми лояльності

Акції та розпродажі

Бонусна програма

До дня народження -15%

Безкоштовна доставка*

bi.ua

ШВИДКИЙ САМОВИВІЗ!

ЗАМОВИВ – ЗАБРАВ і все в один день

Іграшки для малюків

Ляльки та пупси

М'які іграшки

Конструктори

Машинки моделі

Всі категорії

Будинок іграшок у вашому смартфоні

Завантажити в App Store

Завантажити в Google Play

0 (800)-30-11-30

Безкоштовно по Україні

Ми у соціальних мережах

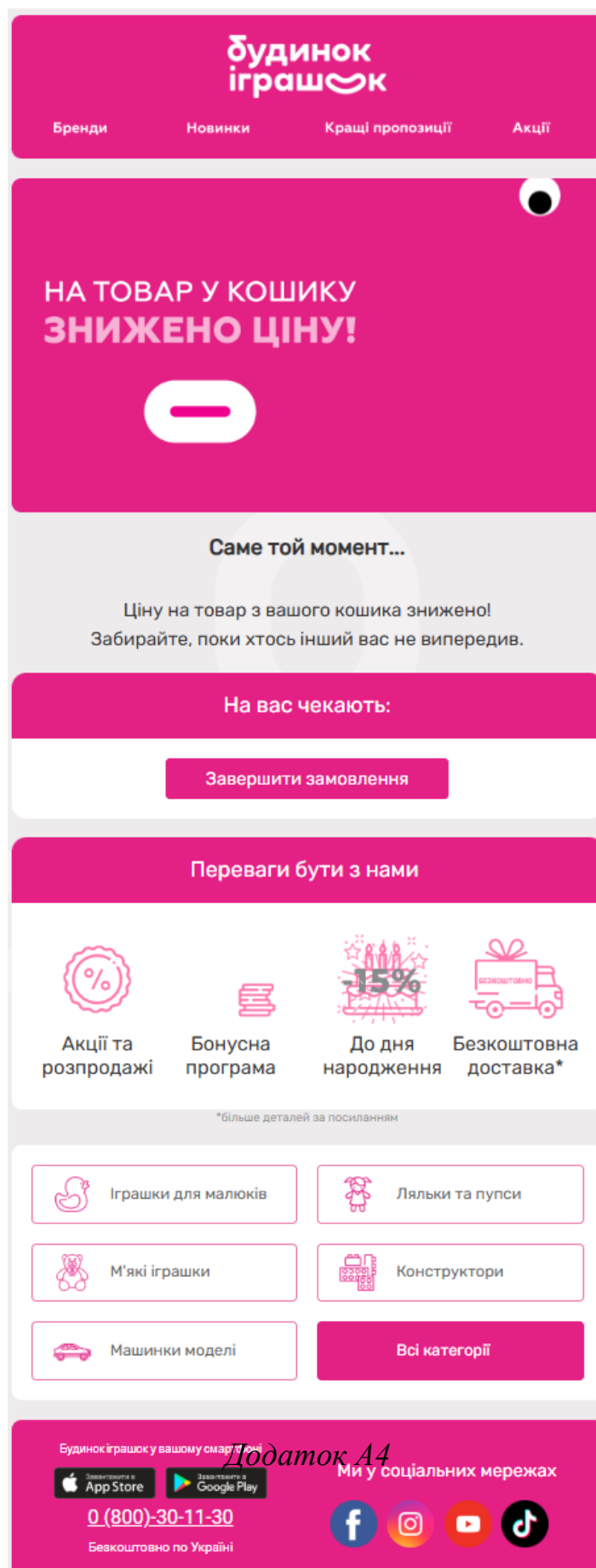
f

Instagram

YouTube

TikTok

Додаток А3



Додаток А4

будинок іграшок

БрендиНовинкиКращі пропозиціїАкції

товари, що ви дивилися,
ЧЕКАЮТЬ НА ВАС

Ми зберегли все, що ви переглядали на нашому сайті!

Не відкладайте дитячу радість на потім, купуйте найкращі іграшки вже зараз.

Іграшки, які ви дивилися:

Ляльковий набір LOL Surprise Big BB Hair Hair Hair Королева Сплеск

Код товару: 575947

Ціна: 2 999 грн 4 495 грн

Пазли Trefl Frozen 2 Магія крижаної землі 100 деталей

Код товару: 5505657

Ціна: 219 грн

Додати в кошик

Переваги бути з нами

Акції та розпродажі

Бонусна програма

До дня народження

Безкоштовна доставка*

ШВИДКИЙ САМОВИВІЗ!

ЗАМОВИВ – ЗАБРАВ
і все в один день

Іграшки для малюків

Ляльки та пупси

М'які іграшки

Конструктори

Машинки моделі

Всі категорії

Будинок іграшок у вашому смартфоні

Завантажити в App Store

Завантажити в Google Play

0 (800)-30-11-30

Безкоштовно по Україні

Ми у соціальних мережах

Додаток А5

будинок іграшок

Бренди Новинки Кращі пропозиції Акції

ВСЕ ЩЕ ЧЕКАЮТЬ

Повертайтеся до нас!

Товари, які ви дивилися, то дійсно скарби!
Не хвилюйтеся, ми все зберегли.
Повертайтеся на сайт і забирайте їх до себе в кошик.

Іграшки, які ви дивилися:



Ляльковий набір LOL Surprise
Big BB Hair Hair Королева
Сплеск

Код товару: 575947

Ціна: 2 999 грн 4 495 грн



Пазли Trefl Frozen 2 Марія
крижаної землі 100 деталей

Код товару: 5505657

Ціна: 219 грн

Додати в кошик

Переваги бути з нами

Акції та розпродажі Бонусна програма До дня народження Безкоштовна доставка*

*більше деталей за посиланням

ШВИДКИЙ САМОВИВІЗ!
ЗАМОВИВ — ЗАБРАВ
і все в один день

Іграшки для малюків Ляльки та пупси
М'які іграшки Конструктори
Машинки моделі Всі категорії

Будинок іграшок у вашому смартфоні

Завантажити в App Store Завантажити з Google Play

Ми у соціальних мережах

0 (800)-30-11-30
Безкоштовно по Україні

будинок іграшок

Бренди

Новинки

Кращі пропозиції

Акції

ОСТАННІЙ ШАНС ЗАМОВИТИ ТЕ, ЩО ВИ ДИВИЛИСЯ

Ви дещо забули 😊

Ми зберегли все, що ви переглядали на нашому сайті. Ви можете легко оформити замовлення ↓

Іграшки, які ви дивилися:

Ляльковий набір LOL Surprise Big BB Hair Hair Hair Королева Сплеск

Код товару: 575947

Ціна: 2 999 грн ~~4 495 грн~~

Пазли Trefl Frozen 2 Марія крижаної землі 100 деталей

Код товару: 5505657

Ціна: 219 грн

Додати в кошик

Переваги бути з нами

Акції та розпродажі

Бонусна програма

До дня народження

Безкоштовна доставка*

*більше деталей за [посиланням](#)

ШВИДКИЙ САМОВИВІЗ!

ЗАМОВИВ — ЗАБРАВ і все в один день

Іграшки для малюків

Ляльки та пупси

М'які іграшки

Конструктори

Машинки моделі

Всі категорії

Будинок іграшок у вашому смартфоні

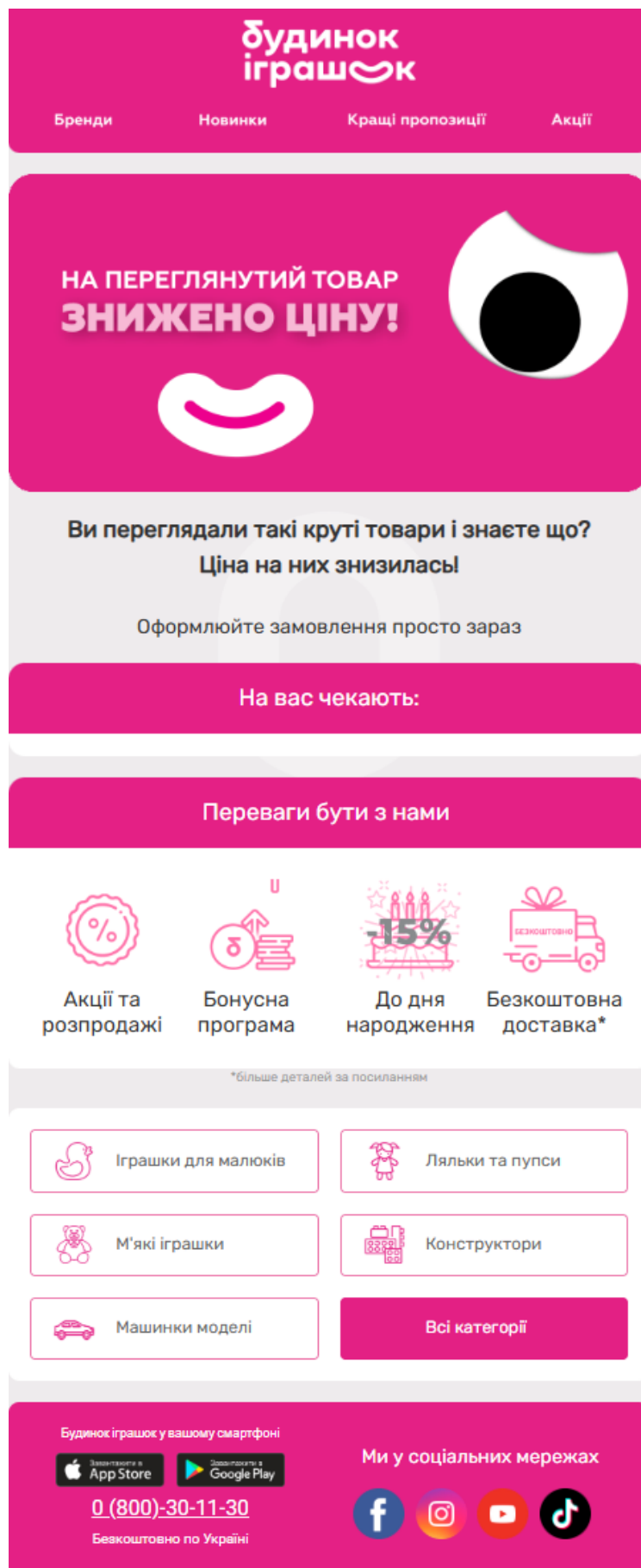
Завантажити в App Store

Завантажити в Google Play

0 (800)-30-11-30

Безкоштовно по Україні

Ми у соціальних мережах



Будинок іграшок

БрендиНовинкиКращі пропозиціїАкції

ТОВАР В НАЯВНОСТІ

Доброго дня!

Товар, яким ви цікавились, знову в наявності

Купити

Переваги бути з нами

Акції та розпродажі

Бонусна програма

15%

До дня народження

БЕЗКОШТОВНО

Безкоштовна доставка*

*більше деталей за посиланням

Іграшки для малюків

Ляльки та пупси

М'які іграшки

Конструктори

Машинки моделі

Всі категорії

Будинок іграшок у вашому смартфоні

Завантажити в App Store

Завантажити в Google Play

0 (800)-30-11-30

Безкоштовно по Україні

Ми у соціальних мережах

будинок іграшок

Бренди

Новинки

Кращі пропозиції

Акції

ВАШЕ ЗАМОВЛЕННЯ ОФОРМЛЕНЕ

Вітаємо

Ваше замовлення за № успішно оформлене. Наші менеджери вже оформили його.

Деталі вашого замовлення:

Одержувач:

Контактний номер:

Спосіб оплати:

Спосіб доставки:

Адреса доставки:

Ваше замовлення №:

Вартість доставки:

грн

Загальна сума:

грн

Перевірити статус замовлення >

Ваші бонуси:

Нараховано бонусів:

50

Використано бонусів:

50

Переваги бути з нами

%

Акції та розпродажі

₴

Бонусна програма

15%

До дня народження

ВІСКОШТОВНО

Безкоштовна доставка*

Іграшки для малюків

Ляльки та пупси

М'які іграшки

Конструктори

Машинки моделі

Всі категорії

Будинок іграшок у вашому смартфоні

Завантажити в App Store

Завантажити в Google Play

0 (800)-30-11-30

Безкоштовно по Україні

Ми у соціальних мережах

f

Instagram

YouTube

TikTok

будинок іграшок

Бренди Новинки Кращі пропозиції Акції

**ВАШЕ ЗАМОВЛЕННЯ
СКАСОВАНО**

На жаль, ваше замовлення № скасовано.

Проте не засмучуйтеся! Ми підібрали іграшки, які можуть вам сподобатися.

Товари які можуть вас зацікавити



Лялька Barbie
Моя перша Barbie
білявка з кошеням

1 199 грн ~~1 799 грн~~

Купити



Трек Hot Wheels
Track builder
Турботрюки

1 199 грн

Купити

Більше іграшок

Переваги бути з нами



Акції та розпродажі



Бонусна програма



До дня народження



Безкоштовна доставка*



Іграшки для малюків



Ляльки та пупси



М'які іграшки



Конструктори



Машинки моделі

Всі категорії

Будинок іграшок у вашому смартфоні

Завантажити в App Store Завантажити в Google Play

0 (800)-30-11-30

Безкоштовно по Україні

Ми у соціальних мережах

f i y t

Додаток A11

будинок іграшок

Бренди Новинки Кращі пропозиції Акції

МРІЇ СТАЮТЬ БЛИЖЧИМИ

ЧАС ЗНИЖОК НА БАЖАНІ ТОВАРИ!

Ми точно знаємо, як сильно ви чекали на ці новини...

Ваші улюблені іграшки зі списку бажань тепер доступні за зниженими цінами!

Товари з вашого списку бажань

Лялька Barbie
Моя перша Barbie
білявка з кошеням

~~1 799 грн~~
1 199 грн

Купити

Трек Hot Wheels
Track builder
Турботрюки

~~1 799 грн~~
1 199 грн

Купити

Лялька Barbie
Моя перша Barbie
білявка з кошеням

~~1 799 грн~~
1 199 грн

Купити

Трек Hot Wheels
Track builder
Турботрюки

~~1 799 грн~~
1 199 грн

Купити

Більше іграшок

SCREECHERS LOL SURPRISE! HOT WHEELS

fisher-price LEGO Barbie

Іграшки для малюків

Ляльки та пупси

М'які іграшки

Конструктори

Машинки моделі

Всі категорії

Переваги бути з нами

Акції та розпродажі

Бонусна програма

До дня народження

Безкоштовна доставка*

*більше деталей за [посиланням](#)

Будинок іграшок у вашому смартфоні

Завантажити в App Store Завантажити в Google Play

0 (800)-30-11-30

Безкоштовно по Україні

Ми у соціальних мережах

f Instagram YouTube TikTok

Додаток A12

Будунок іграшок

Бренди

Новинки

Кращі пропозиції

Акції

Все, що ви хотіли, вже тут!

ЧАС ДІЯТИ!

Чудова новина для всіх маленьких мрійників!

Товар, який ви так довго чекали, нарешті знову в наявності. Не пропустіть свій шанс придбати його!

Товари, які з'явились в наявності

Лялька Barbie

Моя перша Barbie

білявка з кошеням

1 199 грн

1 799 грн

Купити

Трек Hot Wheels

Track builder

Турботрюки

1 199 грн

Купити

Лялька Barbie

Моя перша Barbie

білявка з кошеням

1 199 грн

1 799 грн

Купити

Трек Hot Wheels

Track builder

Турботрюки

1 199 грн

Купити

Лялька Barbie

Моя перша Barbie

білявка з кошеням

1 199 грн

1 799 грн

Купити

Трек Hot Wheels

Track builder

Турботрюки

1 199 грн

Купити

Більше іграшок

SCREECHERS

LOL SURPRISE!

HOT WHEELS

fisher-price

LEGO

Barbie

Іграшки для малюків

Ляльки та пупси

М'які іграшки

Конструктори

Машинки моделі

Всі категорії

Переваги бути з нами

Акції та розпродажі

Бонусна програма

До дня народження -15%

Безкоштовна доставка*

Будунок іграшок у вашому смартфоні

Завантажити в App Store

Завантажити в Google Play

0 (800)-30-11-30

Безкоштовно по Україні

Ми у соціальних мережах

f

Instagram

YouTube

TikTok

Додаток A13

будинок іграшок

Бренди Новинки Кращі пропозиції Акції

Схожі товари зі списку
ТЕПЕР ЗІ ЗНИЖКАМИ

Ваш список бажань стає реальністю!

Ми підібрали для вас схожі товари з вашого wishlist за зниженими цінами. Не втрачайте можливість!

Схожі товари в наявності



Лялька Barbie
Моя перша Barbie
білявка з кошеням

1 199 грн ~~1 799 грн~~

Купити



Трек Hot Wheels
Track builder
Турботрюки

1 199 грн

Купити



Лялька Barbie
Моя перша Barbie
білявка з кошеням

1 199 грн ~~1 799 грн~~

Купити



Трек Hot Wheels
Track builder
Турботрюки

1 199 грн

Купити



Лялька Barbie
Моя перша Barbie
білявка з кошеням

1 199 грн ~~1 799 грн~~

Купити



Трек Hot Wheels
Track builder
Турботрюки

1 199 грн

Купити

Більше іграшок

SCREECHERS **LOL SURPRISE!** **HOT WHEELS**

fisher-price **LEGO** **Barbie**

Іграшки для малюків Ляльки та пупси

М'які іграшки Конструктори

Машинки моделі Всі категорії

Переваги бути з нами

Акції та розпродажі Бонусна програма До дня народження Безкоштовна доставка*

*більше деталей за [посиланням](#)

Будинок іграшок у вашому смартфоні

Завантажити в App Store Завантажити в Google Play

Ми у соціальних мережах

0 (800)-30-11-30

Безкоштовно по Україні

Додаток A14

будинок іграшок

Бренди

Новинки

Кращі пропозиції

Акції

ДАВНО НЕ БАЧИЛИСЬ!

Перегляньте персональну підбірку новинок

Саме час здійснювати дитячі мрії

Ми підібрали найбажаніші хітові іграшки, найочікуваніші новинки, найзахопливіші ігрові набори та мільйон ідей для суперподарунку й незабутніх вражень.

Товари, які можуть вас зацікавити

Лялька Barbie

Моя перша Barbie білявка з кошеням

1 199 грн ~~1 799 грн~~

Купити

Трек Hot Wheels

Track builder Турботрюки

1 199 грн

Купити

Лялька Barbie

Моя перша Barbie білявка з кошеням

1 199 грн ~~1 799 грн~~

Купити

Трек Hot Wheels

Track builder Турботрюки

1 199 грн

Купити

Підберіть новий подарунок зручним способом

Хлопчику чи дівчинці?

ОБРАТИ

ОБРАТИ

Оберіть за віком

0-1 роки

2-3 роки

4-6 роки

7-10 роки

11-13 роки

від 14 років

Шукаєте щось конкретне?

Іграшки для малюків

Ляльки та пупси

М'які іграшки

Конструктори

Машинки моделі

Всі категорії

Переваги бути з нами

Акції та розпродажі

Бонусна програма

До дня народження

Безкоштовна доставка*

*більше деталей за посиланням

Будинок іграшок у вашому смартфоні

Завантажити в App Store

Завантажити в Google Play

0 (800)-30-11-30

Безкоштовно по Україні

Ми у соціальних мережах

Додаток A15

будинок іграшок

БрендиНовинкиКращі пропозиціїАкції



Персональна підбірка
КРАЩИХ ЗНИЖОК
за тиждень

Ми старанно стежили за тим, якими іграшками ви цікавитесь, і підібрали ось які крутезні товари!

Дивіться, який вийшов класний список!

Товари, які можуть вас зацікавити



Лялька Barbie
Моя перша Barbie
білявка з кошеням

1 199 грн ~~1 799 грн~~

Купити



Трек Hot Wheels
Track builder
Турботрюки

1 199 грн

Купити



Лялька Barbie
Моя перша Barbie
білявка з кошеням

1 199 грн ~~1 799 грн~~

Купити



Трек Hot Wheels
Track builder
Турботрюки

1 199 грн

Купити

Підберіть новий подарунок зручним способом

Хлопчику чи дівчинці?



ОБРАТИ



ОБРАТИ

Оберіть за віком

0-1 роки

2-3 роки

4-6 роки

7-10 роки

11-13 роки

від 14 років

Шукаєте щось конкретне?



Іграшки для малюків



Ляльки та пупси



М'які іграшки



Конструктори



Машинки моделі

Всі категорії

Переваги бути з нами



Акції та розпродажі



Бонусна програма



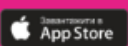
До дня народження



Безкоштовна доставка*

*більше деталей за посиланням

Будинок іграшок у вашому смартфоні



Завантажити в App Store



Завантажити в Google Play

0 (800)-30-11-30

Безкоштовно по Україні

Ми у соціальних мережах









Додаток A16

будинок іграшок

Бренди Новинки Кращі пропозиції Акції

Є ідеї

подарунків до 1000 грн

Шукаєте подарунок, що принесе яскраві емоції?

Завітайте на наш сайт bi.ua. Маємо безліч ідей для найкращого подарунку для дорослих і малих!

Товари, які можуть вас зацікавити

Лялька Barbie
Моя перша Barbie
білявка з кошеням

1 199 грн 1 799 грн

Купити

Трек Hot Wheels
Track builder
Турботрюки

1 199 грн

Купити

Лялька Barbie
Моя перша Barbie
білявка з кошеням

1 199 грн 1 799 грн

Купити

Трек Hot Wheels
Track builder
Турботрюки

1 199 грн

Купити

Більше іграшок

Підберіть новий подарунок зручним способом

Хлопчику чи дівчинці?

ОБРАТИ

ОБРАТИ

Оберіть за віком

0-1 роки

2-3 роки

4-6 роки

7-10 роки

11-13 роки

від 14 років

Шукаєте щось конкретне?

Іграшки для малюків

Ляльки та пупси

М'які іграшки

Конструктори

Машинки моделі

Всі категорії

Переваги бути з нами

Акції та розпродажі

Бонусна програма

До дня народження -15%

Безкоштовна доставка*

Будинок іграшок у вашому смартфоні

Завантажити в App Store

Завантажити в Google Play

Ми у соціальних мережах

0 (800)-30-11-30

Безкоштовно по Україні

f

ig

yt

td

*більше деталей за [посиланням](#)

Додаток A17

Будинок
іграшок

Бренди

Новинки

Кращі пропозиції

Акції



Куди ви зникли?

Вертайтеся...

Щось ми давно не бачили вас у нашому магазині...

А у нас там сті-і-ільки нового та цікавого з'явилося – ви
будете в захваті, правда-правда!
Ходімо дивитися, вибирати та дуріти разом!



Є ідеї

подарунків до 1000 грн



Підберіть новий подарунок зручним способом

Хлопчику чи дівчинці?



Оберіть за віком

0-1
роки2-3
роки4-6
роки7-10
роки11-13
рокивід 14
років

Шукаєте щось конкретне?



Іграшки для малюків



Ляльки та пупси



М'які іграшки



Конструктори



Машинки моделі

Всі категорії



ШВИДКИЙ САМОВИВІЗ!

ЗАМОВИВ — ЗАБРАВ
і все в один день



Переваги бути з нами



Акції та
розпродажі



Бонусна
програма



До дня
народження



Безкоштовна
доставка*

*більше деталей за посиланням

Будинок іграшок у вашому смартфоні



Ми у соціальних мережах

0 (800)-30-11-30

Безкоштовно по Україні



**Будинок
іграшок**

БрендиНовинкиКращі пропозиціїАкції

ПОДІЛІТЬСЯ ВРАЖЕННЯМИ
ПРО ТОВАР



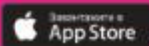
Ви вже переглянули своє замовлення?

Нещодавно ви здійснили онлайн-покупку на нашому сайті.
Мабуть, ви вже встигли роздивилися своє замовлення з усіх
боків.

Тому залишайте свій відгук, ми дуже хочемо знати, чи вам
все сподобалось.

Залишити відгук

Будинок іграшок у вашому смартфоні



0 (800)-30-11-30
Безкоштовно по Україні

Ми у соціальних мережах



Будинок іграшок

БрендиНовинкиКращі пропозиціїАкції

Доброго дня, !
Ви відновлюєте пароль на сайті **bi.ua**.



Для створення нового паролю натисніть:

Новий пароль

Або вставте це посилання в адресну стрічку браузера:

Якщо ви не робили запиту на відновлення пароля, ігноруйте цей лист.

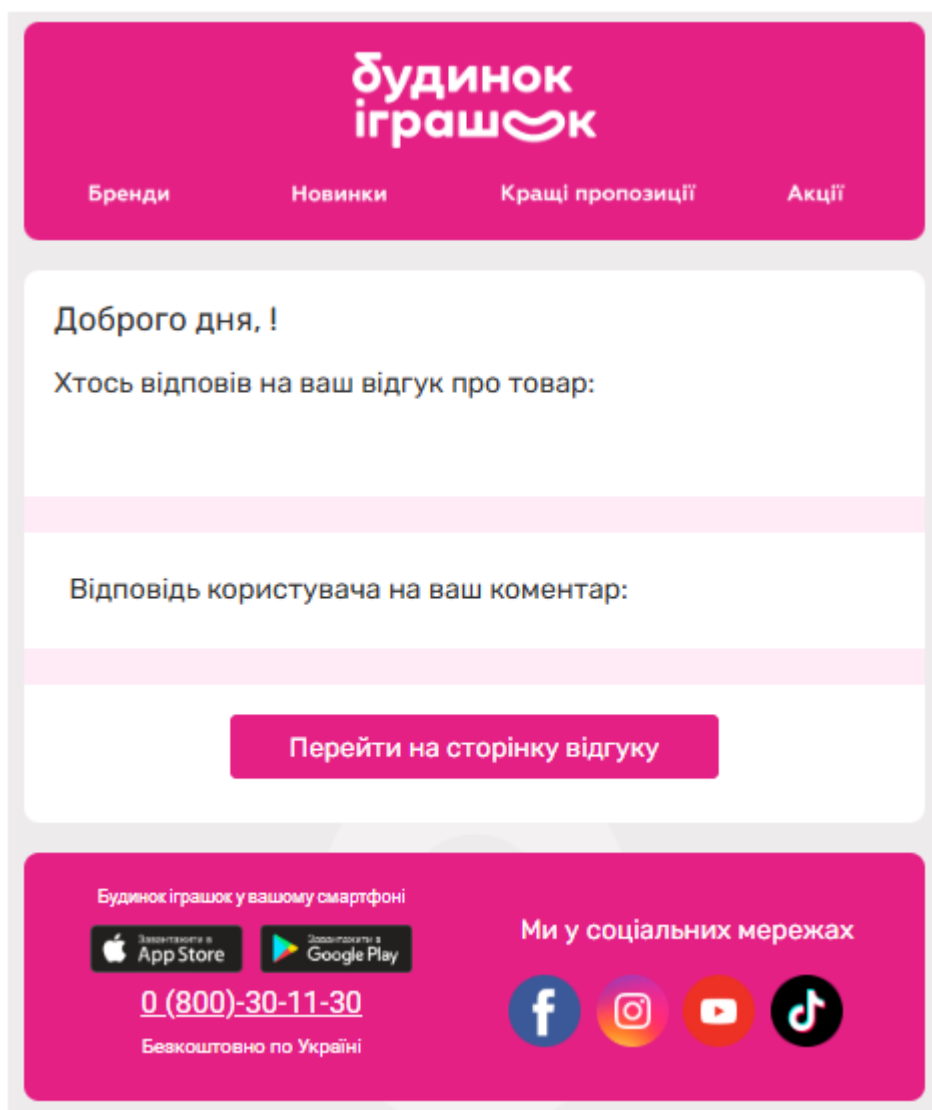
Будинок іграшок у вашому смартфоні



0 (800)-30-11-30
Безкоштовно по Україні

Ми у соціальних мережах





Будинок іграшок

Бренди

Новинки

Кращі пропозиції

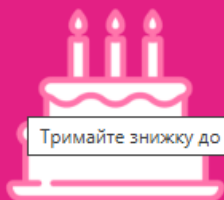
Акції



У кого скоро свято?

ТРИМАЙТЕ ЗНИЖКУ

15%



Тримайте знижку до дн

Ой-ой, скоро важливий День народження!

Час кликати друзів, купувати солодощі та... готувати подаруночок!

Обирайте найкраще, адже ми даруємо знижку 15%.

Знижка 15% діє аж 15 днів!



7 днів до ДН



У день свята



7 днів після

Як скористатися знижкою?

Онлайн

- Заходьте в свій акаунт на bi.ua
- Обирайте найкращі іграшки та оформлюйте замовлення
- Знижка* працює автоматично на товари в кошику

До магазину

Офлайн

- Вирушайте до найближчого [магазину](#).
- Обирайте крутезні іграшки з найбільшого асортименту
- Скануйте карту лояльності на касі, щоб застосувати знижку*

Адреси

ШВИДКИЙ
САМОВИВІЗ!ЗАМОВИВ — ЗАБРАВ
і все в один день

Переваги бути з нами

Акції та
розпродажіБонусна
програмаДо дня
народженняБезкоштовна
доставка*

*більше деталей за посиланням



Іграшки для малюків



Ляльки та пупси



М'які іграшки



Конструктори



Машинки моделі

Всі категорії

Будинок іграшок у вашому смартфоні



0 (800)-30-11-30

Безкоштовно по Україні

Ми у соціальних мережах



Будинок іграшок

Бренди

Новинки

Кращі пропозиції

Акції

ВІТАЙТЕ, ОБІЙМАЙТЕ
І ПРО ЗНИЖКУ НЕ ЗАБУВАЙТЕ

-15%

Сьогодні важливий день –
День народження особливої людинки!

Ми щиро вітаємо зі святом усю вашу родину! Скористайтеся
знижкою, щоб подарувати радість та посмішки.

Та нагадуємо, що у вас є знижка 15%

Як скористатися знижкою?

Онлайн

- Заходьте в свій акаунт на bi.ua
- Обирайте найкращі іграшки та оформлюйте замовлення
- Знижка* працює автоматично на товари в кошику

До магазину

Офлайн

- Вирушайте до найближчого [магазину](#).
- Обирайте крутезні іграшки з найбільшого асортименту
- Скануйте карту лояльності на касі, щоб застосувати знижку*

Адреси



ШВИДКИЙ САМОВИВІЗ!

ЗАМОВИВ — ЗАБРАВ
і все в один день



Переваги бути з нами



Акції та
розпродажі



Бонусна
програма



До дня
народження



Безкоштовна
доставка*

*більше деталей за посиланням



Іграшки для малюків



Ляльки та пупси



М'які іграшки



Конструктори



Машинки моделі

Всі категорії

Будинок іграшок у вашому смартфоні



0 (800)-30-11-30

Безкоштовно по Україні

Ми у соціальних мережах



Будинок іграшок

Бренди

Новинки

Кращі пропозиції

Акції

ЦЕ КРУУУУУТЬ
Знижка
ще діє **15%**

Залишилося кілька днів...

Не втрачайте нагоду скористатися **економією** та купити класний подарунок!

Ваша знижка 15% діятиме ще 4 дні

Як скористатися знижкою?

Онлайн

- Заходьте в свій акаунт на bi.ua
- Обирайте найкращі іграшки та оформлюйте замовлення
- Знижка* працює автоматично на товари в кошику

До магазину

Офлайн

- Вирушайте до найближчого [магазину](#).
- Обирайте крутезні іграшки з найбільшого асортименту
- Скануйте карту лояльності на касі, щоб застосувати знижку*

Адреси



**ШВИДКИЙ
САМОВИВІЗ!**

ЗАМОВИВ — ЗАБРАВ
і все в один день



Переваги бути з нами



Акції та
розпродажі



Бонусна
програма



До дня
народження



Безкоштовна
доставка*

*більше деталей за посиланням



Іграшки для малюків



Ляльки та пупси



М'які іграшки



Конструктори



Машинки моделі

Всі категорії

Будинок іграшок у вашому смартфоні



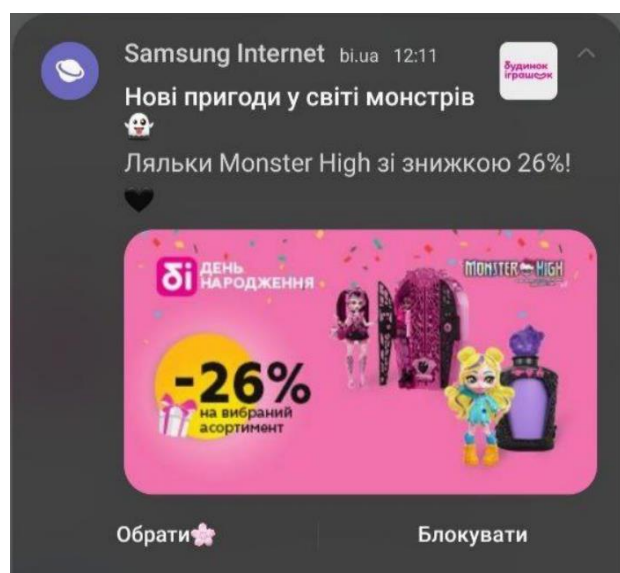
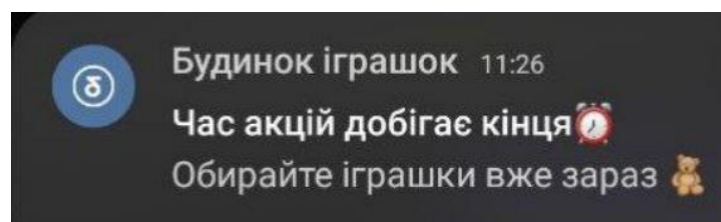
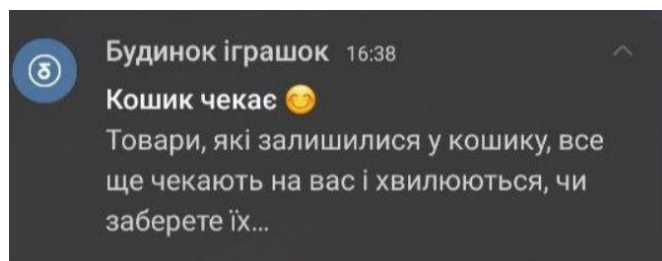
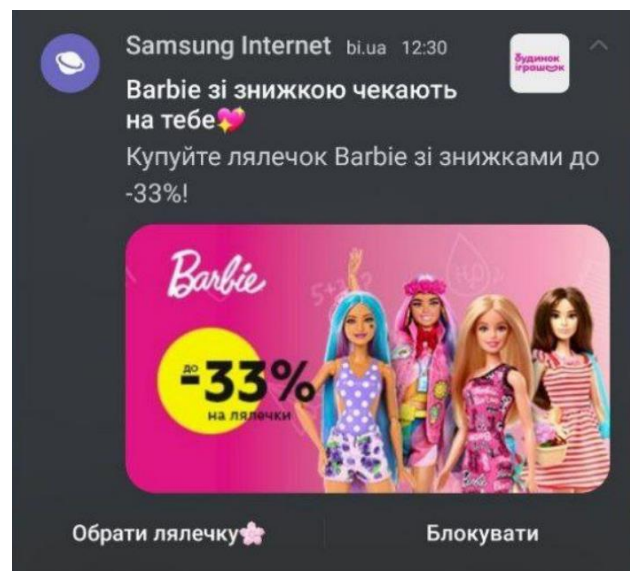
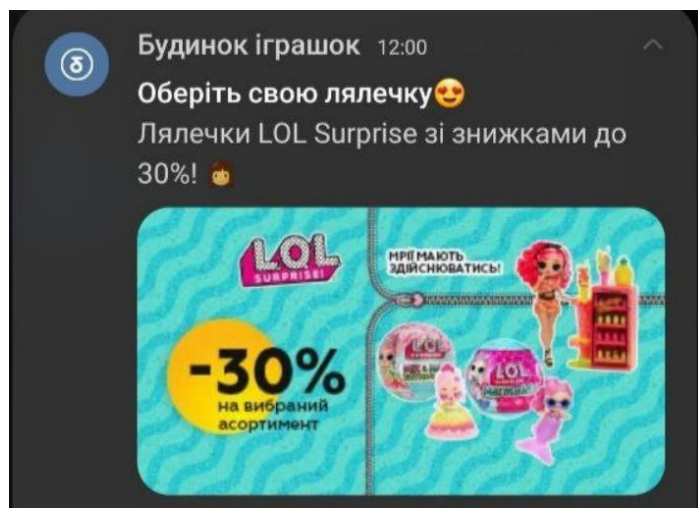
0 (800)-30-11-30

Безкоштовно по Україні

Ми у соціальних мережах



Додаток Б



ДОСТАВКА ЗА ГРИВНЮ на будь-що від 399 грн

Більше Магазины Оплата і доставка Контакти [Русский](#)

будинок іграшок Що ви шукаєте? **Пошук** 0 (800) - 30 - 11 - 30 0 2 Вхід

Каталог Герої Бренди Акції Вибір за віком Найкращі пропозиції LEGO

> Ляльки та пупси

Ляльки і пупси

Ляльки
 Пупси
 Транспорт і улюбленці
 Меблі та будиночки
 Одяг та аксесуари

Ляльки LOL Surprise
 Ляльки Baby Born

до -59%
Чудове для дівчаток

ДОСТАВКА ЗА ГРИВНЮ на будь-що від 399 грн

Більше Магазины Оплата і доставка Контакти [Русский](#)

будинок іграшок Що ви шукаєте? **Пошук** 0 (800) - 30 - 11 - 30 0 2 Вхід

Каталог Герої Бренди Акції Вибір за віком Найкращі пропозиції LEGO

> Машинки, моделі, техніка

Машинки, моделі, дитяча техніка

Автомоделі
 Паркінги і гаражі
 Автотреки
 Транспорт і спецтехніка
 Радіокеровані моделі

Залізничні та потяги
 Машинки для малюків
 Акумулятори і батарейки
 Машинки TechnoDrive

Пара для перегонів:
друга машинка — за півціни!

ДОСТАВКА ЗА ГРИВНЮ на будь-що від 399 грн

Більше Магазины Оплата і доставка Контакти [Русский](#)

будинок іграшок Що ви шукаєте? **Пошук** 0 (800) - 30 - 11 - 30 0 2 Вхід

Каталог Герої Бренди Акції Вибір за віком Найкращі пропозиції LEGO

🏠 > Акції > Святкуй дитинство зі знижками до -50%

Грають всі!

-50%
на вибрані іграшки

Перейти до товарів

ДОСТАВКА ЗА ГРИВНЮ
на будь-що від 399 грн

-25%

1+1=3

ДОСТАВКА ЗА ГРИВНЮ на будь-що від 399 грн

Більше Магазины Оплата і доставка Контакти [Русский](#)

будинок іграшок Що ви шукаєте? **Пошук** 0 (800) - 30 - 11 - 30 0 2 Вхід

Каталог Герої Бренди Акції Вибір за віком Найкращі пропозиції LEGO

🏠 > Акції

Акції

☒ Всі акції

☐ Іграшки для малюків

☐ М'які та інтерактивні іграшки

☐ Конструктори

☐ Дитячі машинки

☐ Ігрові фігурки

☐ Для активного відпочинку

☐ Настільні ігри

☐ Іграшки для розвитку

☐ Дитячі книги

☐ Подарунки

☐ Іграшкова зброя

☐ М'які іграшки

☐ Товари для школи

☐ Машинки, моделі, техніка

☐ Ляльки та пупси

☐ Творчість і розвиток

☐ Настільні ігри та пазли

Грають всі!

-50%
на вибрані іграшки

01 Травень - 23 Червень
Святкуй дитинство зі знижками до -50%

Залишилось 17 днів 13 годин

Хаос зубатий

01 Травень - 11 Червень
Приєднуйся до Стіча у його захопливих пригодах!

Залишилось 5 днів 13 годин

-20%

Кожен день — нова історія

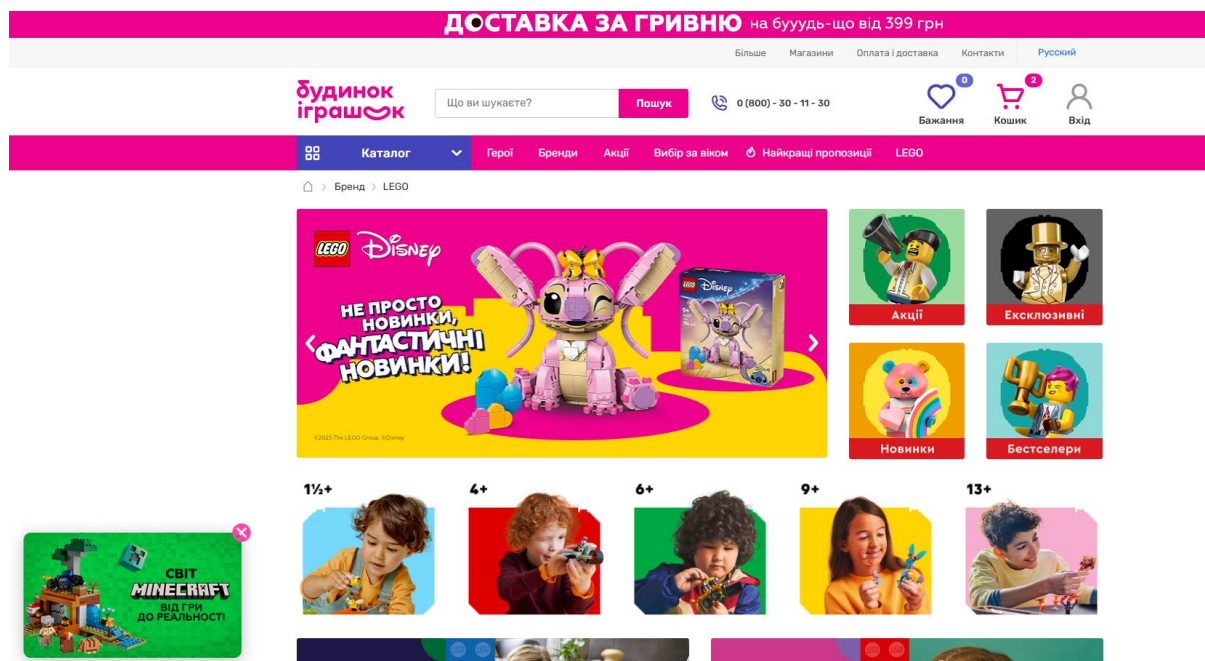
13 Травень - 23 Червень
До -20% на машинки BRUDER

1+1=3

Цілий Барбіленд в мініатюрі!

13 Травень - 23 Червень
1+1=3 на серію ляльок Mini Barbie Land

Додаток В2



Додаток Г

