

Перевірте за 15 хвилин

27

27 помилок квізу, які зливають заявки

Пройдіться за пунктами й позначте те, що вже зроблено. Усе, що залишилося порожнім, – ваш список правок на найближчий тиждень.

1 Оффер і перший екран



Заголовок говорить про вигоду клієнта, а не про вас ★ важливо

Що людина отримає і за який час, а не «Ми – найкраща компанія».



Є конкретний бонус за проходження ★ важливо

«Розрахунок за 5 хвилин», «чек-лист», «знижка до п'ятниці» – замість розпливчастого «подарунок».



Перший екран збігається з рекламою чи статтею, з якої прийшла людина

Оголошення обіцяє одне, квіз зустрічає іншим – частина людей іде одразу.



Зрозуміло, скільки займе квіз

«5 питань, 1 хвилина» знімає страх довгої анкети.



На першому екрані один заголовок і одна кнопка

Без зайвих блоків, меню та посилань, що відволікають.

2 Питання



Перше питання легке й «про клієнта» ★ важливо

Простий вибір із 3–4 варіантів, без особистих даних і бюджету.



Усього 5–8 питань, і кожне впливає на ціну чи рішення

Якщо відповідь ви не використовуєте, питання краще прибрати.



У кожного питання є відповідний варіант відповіді

Додайте «Інше» або «Поки не знаю», щоб людина не застрягла.



Там, де доречно, відповіді з картинками

Вибір за зображенням швидший і приємніший, ніж читати список.



Немає питань-дублів і питань «для галочки»

Пройдіть квіз як клієнт і викресліть усе зайве.



Бюджет і обсяги питаються діапазонами

«Від 50 до 100 тис.» відповісти простіше, ніж назвати точну цифру.

3 Структура й логіка

- ☐ **Сценарій підлаштовується під ключові відповіді**
Якщо аудиторії різні, додайте розгалуження: наступне питання залежить від попереднього.
- ☐ **Видно прогрес: смуга або «крок 3 з 7»**
Людина має розуміти, скільки ще лишилося.
- ☐ **Можна повернутися на попереднє питання**
Кнопка «Назад» зменшує страх помилитися.
- ☐ **Підсумок пов'язаний із відповідями**
Розрахунок, добірка чи рекомендація, а не однакове «дякуємо» для всіх.

4 Контакт і форма

- ☐ **Контакт запитується наприкінці, після цінності** ★ важливо
Спершу людина вклалася в питання й бачить результат — потім залишає номер.
- ☐ **У формі лише необхідні поля**
Зазвичай вистачає імені та телефону чи месенджера.
- ☐ **Можна обрати спосіб зв'язку**
Дзвінок, месенджер, лист — не всі готові відповідати на дзвінки.
- ☐ **Є згода на обробку даних і посилання на політику**
Перевірте вимоги, що діють для вашого бізнесу та країни.

5 Дизайн і мобільна версія

- ☐ **Квіз перевірено на телефоні** ★ важливо
Відкрийте зі справжнього смартфона: кнопки натискаються, нічого не обрізано.
- ☐ **Текст великий, контраст достатній**
Читається на сонці та без напруження для очей.
- ☐ **Картинки легкі, квіз вантажиться швидко**
Стисніть зображення: довге завантаження відсікає людей до першого питання.

6 Інтеграції та аналітика

- ☐ **Заявка одразу потрапляє в CRM, і сповіщення приходить менеджеру** ★ важливо
Надішліть тестову заявку й пройдіть увесь шлях до дзвінка.
- ☐ **Налаштовано цілі за кожним кроком**
Інакше ви не дізнаєтеся, на якому питанні люди йдуть.
- ☐ **Подія «лід» іде в рекламні системи**
Піксель або ціль в аналітиці допомагають оптимізувати кампанії.

7 Запуск і тестування

- ☐ **Тестуються 2–3 варіанти оффера, а не один**
Змінюйте за раз щось одне: оффер, перше питання чи довжину.
- ☐ **Висновки роблять за достатньою кількістю відвідувачів**
Не вирішуйте за десятком кліків: результат буде випадковим.

Підбийте підсумок

Складіть позначені пункти. Особлива увага — пунктам зі значком «важливо»: з них зручніше почати правки.

23–27

Квіз у хорошій формі.
Переходьте до тестів офферів і варіантів.

15–22

База є, але заявки губляться.
Виправте пропуски, починаючи з «важливо».

0–14

Квіз втрачає багато людей.
Перезбирайте за гайдом «Квіз із нуля».

✓ Мій план правок на тиждень

☐☐☐

Більше розборів — у Telegram

Нові розбори, огляди сервісів та ідеї для тестів — у нашому каналі. Гайд «Квіз із нуля» й порівняння конструкторів — на сайті QuizMentor.

[Читати гайди →](#)