

Проверьте за 15 минут

27

27 ошибок квиза, которые сливают заявки

Пройдите по пунктам и отметьте то, что уже сделано. Всё, что осталось пустым, — ваш список правок на ближайшую неделю.

1 Оффер и первый экран

- ☐ **Заголовок говорит о выгоде клиента, а не о вас** ★ важно
Что человек получит и за сколько времени, а не «Мы — лучшая компания».
- ☐ **Есть конкретный бонус за прохождение** ★ важно
«Расчёт за 5 минут», «чек-лист», «скидка до пятницы» — вместо расплывчатого «подарок».
- ☐ **Первый экран совпадает с рекламой или статьёй, из которой пришёл человек**
Объявление обещает одно, квиз встречает другим — часть людей уходит сразу.
- ☐ **Понятно, сколько займёт квиз**
«5 вопросов, 1 минута» снимает страх длинной анкеты.
- ☐ **На первом экране один заголовок и одна кнопка**
Без лишних блоков, меню и отвлекающих ссылок.

2 Вопросы

- ☐ **Первый вопрос лёгкий и «про клиента»** ★ важно
Простой выбор из 3–4 вариантов, без личных данных и бюджета.
- ☐ **Всего 5–8 вопросов, и каждый влияет на цену или решение**
Если ответ вы не используете, вопрос лучше убрать.
- ☐ **У каждого вопроса есть подходящий вариант ответа**
Добавьте «Другое» или «Пока не знаю», чтобы человек не застрял.
- ☐ **Там, где это уместно, ответы с картинками**
Выбор по изображению быстрее и приятнее, чем читать список.
- ☐ **Нет вопросов-дублей и вопросов «для галочки»**
Пройдите квиз как клиент и вычеркните всё лишнее.
- ☐ **Бюджет и объёмы спрашиваются диапазонами**
«От 50 до 100 тыс.» отвечать проще, чем называть точную цифру.

3 Структура и логика

- ☐ **Сценарий подстраивается под ключевые ответы**
Если аудитории разные, добавьте ветвление: следующий вопрос зависит от предыдущего.
- ☐ **Виден прогресс: полоса или «шаг 3 из 7»**
Человек должен понимать, сколько ещё осталось.
- ☐ **Можно вернуться на предыдущий вопрос**
Кнопка «Назад» уменьшает страх ошибиться.
- ☐ **Итог связан с ответами**
Расчёт, подборка или рекомендация, а не одинаковая «спасибо» для всех.

4 Контакт и форма

- ☐ **Контакт запрашивается в конце, после ценности** ★ важно
Сначала человек вложился в вопросы и видит результат — потом оставляет номер.
- ☐ **В форме только необходимые поля**
Обычно хватает имени и телефона или мессенджера.
- ☐ **Можно выбрать способ связи**
Звонок, мессенджер, письмо — не все готовы отвечать на звонки.
- ☐ **Есть согласие на обработку данных и ссылка на политику**
Проверьте требования, которые действуют для вашего бизнеса и страны.

5 Дизайн и мобильная версия

- ☐ **Квиз проверен на телефоне** ★ важно
Откройте с реального смартфона: кнопки нажимаются, ничего не обрезано.
- ☐ **Текст крупный, контраст достаточный**
Читается на солнце и без напряжения для глаз.
- ☐ **Картинки лёгкие, квиз грузится быстро**
Сожмите изображения: долгая загрузка отсекает людей до первого вопроса.

6 Интеграции и аналитика

- ☐ **Заявка сразу попадает в CRM и уведомление приходит менеджеру** ★ важно
Отправьте тестовую заявку и пройдите весь путь до звонка.
- ☐ **Настроены цели по каждому шагу**
Иначе вы не узнаете, на каком вопросе люди уходят.
- ☐ **Событие «лид» уходит в рекламные системы**
Пиксель или цель в аналитике помогают оптимизировать кампании.

7 Запуск и тестирование

☐ **Тестируются 2–3 варианта оффера, а не один**
Меняйте за раз что-то одно: оффер, первый вопрос или длину.

☐ **Выводы делаются по достаточному числу посетителей**
Не решайте по десятку кликов: результат будет случайным.

Подведите итог

Сложите отмеченные пункты. Особое внимание — пунктам со значком «важно»: с них удобнее начать правки.

23–27

Квиз в хорошей форме.
Переходите к тестам офферов и вариантов.

15–22

База есть, но заявки теряются.
Исправьте пропуски, начиная с «важно».

0–14

Квиз теряет много людей.
Пересоберите по гайду «Квиз с нуля».

✓ Мой план правок на неделю

☐
☐
☐

Больше разборов — на почту

Раз в неделю: один разбор, один инструмент и одна идея для теста. Гайд «Квиз с нуля» и сравнение конструкторов — на сайте QuizMentor.

[Читать гайды →](#)