



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Чек-лист по созданию и оптимизации квиз-воронки

Подробный аудит-лист для создания или улучшения вашей квиз-воронки

1. Планирование и Целеполагание

Определена ли конкретная бизнес-цель квиза?

Цель может быть: генерация лидов, сегментация аудитории, повышение узнаваемости бренда, снижение стоимости лида. (Источник: RocketLab)

Сформулированы ли измеримые KPI?

Примеры: конверсия квиза (от 9% до 30% — эффективный квиз, Source: adsquiz.io), CPL (стоимость лида), доля прохождения квиза, количество сегментированных лидов.

Определена ли целевая аудитория и её основные боли/потребности?

Подумайте, с какими вопросами к вам чаще всего обращаются клиенты. (Источник: RocketLab)

Выбран ли подходящий тип квиза?

Развлекательный (для охвата), вовлекающий (для формирования потребности), продающий (для лидогенерации), образовательный (для демонстрации экспертизы), динамический (для персонализации). (Источник: RocketLab)

2. Разработка Сценария Квиза

Заголовок квиза цепляет внимание и обещает выгоду?

Используйте формулу 4U (Urgency, Uniqueness, Usefulness, Ultra-specificity). Пример: «Узнайте, как сэкономить до 30% на логистике». (Источник: 8-Web.ru, RocketLab)

Количество вопросов оптимально и не вызывает утомления?

Оптимально 5-10 вопросов. Меньше — недостаточно данных, больше — пользователь устанет. (Источник: adsquiz.io, Neiros, RocketLab)

Первый вопрос простой и вовлекающий, не требует личных данных?

Первый вопрос должен быть как крючок, интригующим и легким. (Источник: RocketLab)

Используется ли ветвление вопросов для персонализации?

Позволяет адаптировать следующие вопросы в зависимости от предыдущих ответов. (Источник: Marquiz, RocketLab)

Применяются ли изображения/видео для визуализации вопросов/ответов?

Тематические, привлекающие внимание изображения высокого качества. (Источник: Neiros)

Формулировки вопросов понятны, без сленга, ответы в один клик?

Максимально простые и очевидные ответы, минимум ползунков и полей для ручного ввода. (Источник: Neiros)

Предусмотрен ли механизм отсева нецелевых лидов?

Вопросы могут быть построены так, чтобы отсеивать нерелевантных пользователей. (Источник: Marquiz)

3. Результат и Призыв к Действию (СТА)

Результат квиза ценный и релевантный для пользователя?

Примеры: персональный расчет стоимости, подборка товаров, промокод на скидку, полезный чек-лист, бесплатная консультация. (Источник: RocketLab)

Результат показывается до запроса контактов?

Сначала дайте ценность, потом просите контакты. (Источник: RocketLab)

Сформулирован ли четкий и привлекательный СТА?

Пример: вместо «Отправить» используйте «Получить расчет» (повышает конверсию на 15-20%). (Источник: RocketLab)

Предлагается ли дополнительная ценность за оставление контактов?

Это может быть бонус, актуальный и желанный для клиента. (Источник: adsquiz.io, Neiros)

Разработана ли страница 'Спасибо' с дальнейшими шагами?

На странице благодарности могут быть материалы для ознакомления или ссылка на сайт. (Источник: 8-Web.ru)

4. Техническая Реализация и Интеграции

Выбран ли подходящий конструктор квизов с нужными функциями?

Учитывайте интеграции, дизайн, аналитику, ветвление, стабильность и техподдержку. (Источник: RocketLab)

Настроена ли интеграция с CRM-системой?

Лиды должны автоматически попадать в CRM (АмоCRM, Битрикс24) с заполненными полями. (Источник: RocketLab)

Настроена ли интеграция с сервисом email-рассылок?

Для автоматических цепочек писем (Unisender, SendPulse). (Источник: RocketLab)

Настроены ли цели и события в системах аналитики?

Яндекс.Метрика (Вебвизор 2.0), Google Analytics. (Источник: 8-Web.ru)

Обеспечено ли хранение персональных данных в соответствии с ФЗ-152?

Важно для соблюдения законодательства. (Источник: Artsoft Digital)

Квиз адаптирован под мобильные устройства?

Проверка полной и мобильной версий. (Источник: Neiros)

Квиз размещен на собственном домене?

Вызывает большее доверие у пользователей. (Источник: adsquiz.io)

5. Продвижение и Оптимизация

Разработана ли стратегия размещения квиза?

Отдельный лендинг, виджет/поп-ап на сайте, соцсети, мессенджеры, офлайн-мероприятия. (Источник: RocketLab)

Настроены ли рекламные кампании на квиз?

Контекстная (РСЯ, Google КМС), таргетированная реклама (VK Реклама). Учитывайте качество трафика: поисковая реклама и ретаргетинг дают наиболее целевые заявки. (Источник: 8-Web.ru, RocketLab)

Проводится ли А/В-тестирование элементов квиза?

Тестируйте заголовки, вопросы, офферы, изображения, ценность бонуса. (Источник: 8-Web.ru, RocketLab)

Анализируются ли точки 'отвала' пользователей в квизе?

Используйте Вебвизор для анализа поведения пользователей и упрощайте вопросы, на которых 'отваливаются'. (Источник: RocketLab)

Используются ли ИИ-инструменты для генерации или оптимизации?

Для автоматической генерации вопросов или автооптимизации комбинаций элементов квиза. (Источник: RocketLab)

Предусмотрена ли работа с 'частичными' лидами?

Сбор данных о тех, кто не дошел до конца, для последующего ретаргетинга или дожима. (Источник: RocketLab)

Оценка вашей квиз-воронки



Отметьте, на каком уровне находится ваша текущая квиз-воронка по шкале эффективности.

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу

