

# ГЕНЕРАЦИЯ ЧЕРЕЗ КВИЗ-ЛЕНДИНГ

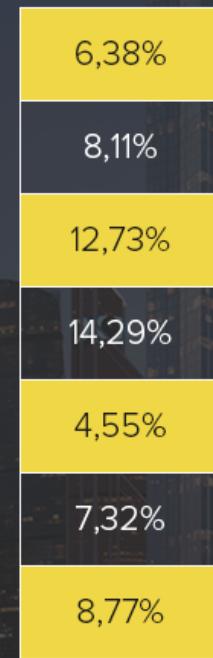
Пошаговая инструкция по настройке  
квиз-лэндинга и настройке трафика

**Квиз-лендинг** – это один из самых классических и проверенных способов генерации лидов. Он позволяет получать заявки до 400 рублей в объеме до 50 лидов в сутки.

Потенциал данной связки – **огромнейший**. Но тут имеются свои подводные камни. Если просто запустить рекламную кампанию на квиз-лендинг, то, скорее всего, мы начнём получать много заявок, но целевыми из них окажутся **не более 40%**.

Как улучшить конверсию в целевые заявки?  
Сегодня мы об этом тоже поговорим.

## Конверсия



Пример конверсии  
квиз-лендинга за месяц

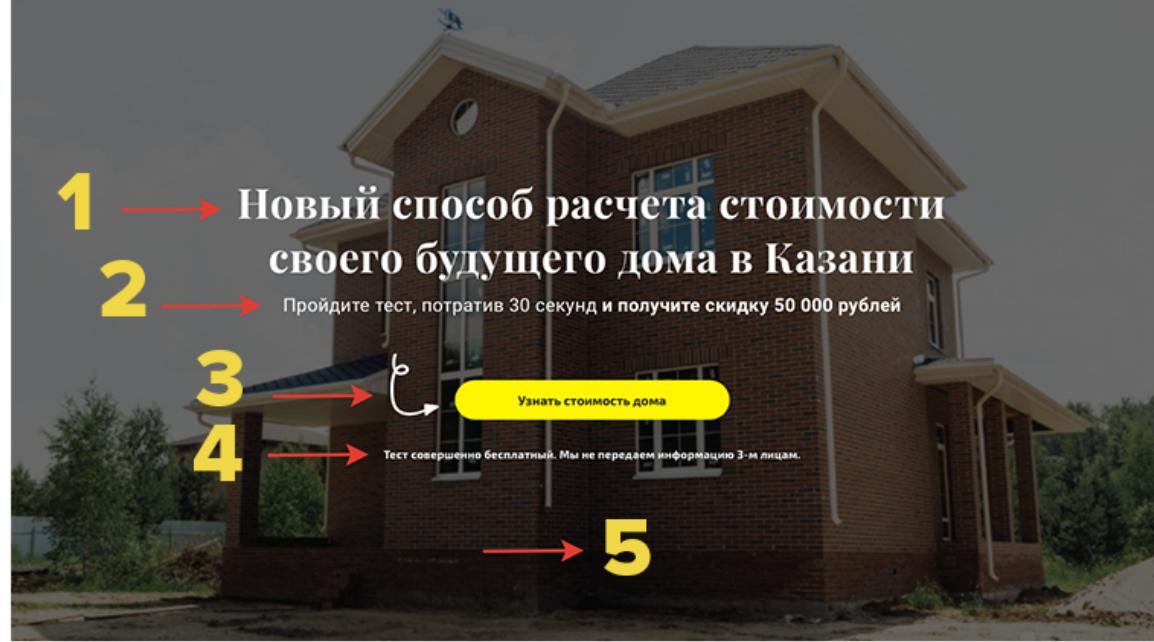
# Шаг 1. Создание посадочной страницы

<https://flexbe.ru> – один из самых **удобных конструкторов** под наши задачи.

Пример: <https://трипрораба.рф/> – он дан для моделирования под ваш продукт и оффер

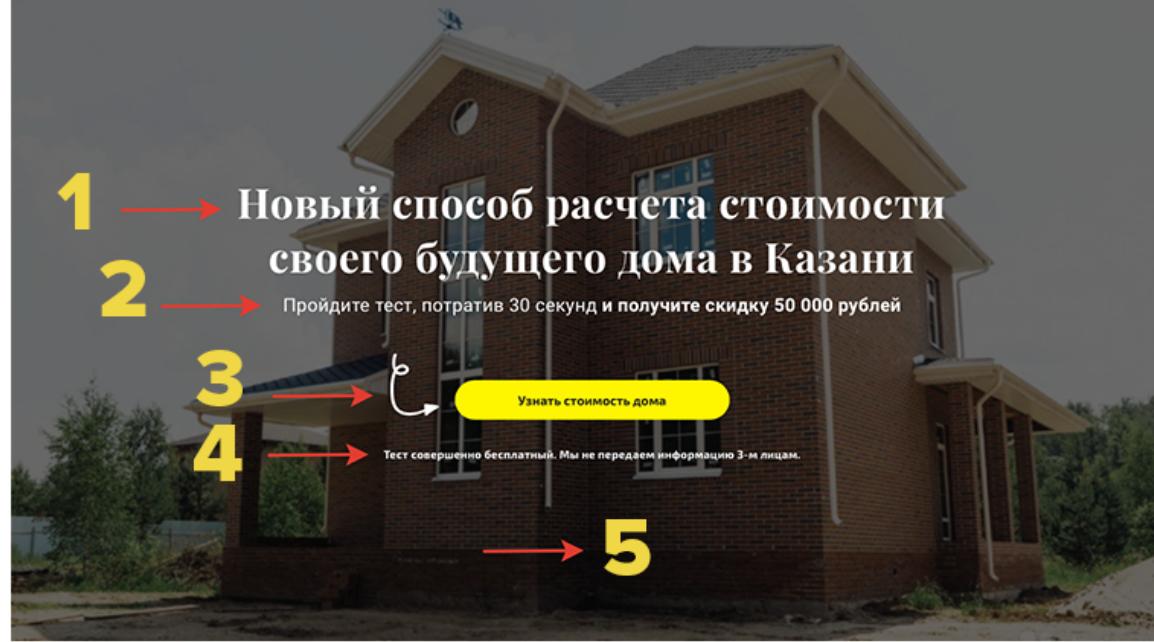
После регистрации нам нужно определиться с **обложкой** – первым и единственным блоком, который нам нужно заполнить. Для начала работы с квиз-лендингом нам нужно выбрать подходящую обложку (макет).





- 1.** Заполняем заголовок/оффер. Первое, что читает потенциальный клиент, – это заголовок. Наша задача – зацепить его внимание и оставить на посадочной странице.
- 2.** Описание – объяснить клиенту, что он должен сделать и в чём будет заключаться его польза.
- 3.** Кнопка – она должна побуждать человека нажать на неё. Какая у него задача, такой текст и должен быть на кнопке.





**4.** Текст под кнопкой – тут всё просто. Берём фразу и копируем её

**5.** Фон. Его задача – показать, что получит клиент, если обратится к вам. Что он действительно хочет. Возможно, он хочет не дом, а получить чувство безопасности, нахождение в крепости.

01

02

03

04

05

06

07

В идеале вы должны проработать боли клиента и под каждую ЦА создать свой квиз-лендинг для максимальной конверсии в продажу. И, уже основываясь на болях клиента, заполнять квиз. Но это уже следующий уровень.

Моя рекомендация – освоить сначала базу, после чего улучшать имеющуюся основу.



## Шаг 2. Настройка посадочной страницы

МНОГОШАГОВАЯ ФОРМА (QUIZ)

Шаги 5 Стиль 6 Цели

Список шагов

- Курс \*
- Тип занятий
- Выберите город
- Имя и фамилия **1**
- Телефон \*
- Email \*
- Отправка формы

+ Добавить шаг

Заголовок шага  Обязательное поле  
Выберите подходящий курс

Название поля   
Курс

Список вариантов  Показывать текстовое описание

- Food-съемка (20 часов)
- Wedding-съемка (20 часов) **3**
- Fashion-съемка (18 часов)
- Lifestyle-съемка (18 часов)

+ Добавить вариант

Вариант ответа  Один  Несколько

Формат изображений

2 3 4

Если вы следете по шагам, то вы уже создали оболочку для квиз-лендинга. Сейчас мы настроим внутреннюю его часть.

1. Мы составляем список вопросов, на которые хотим получить ответ. Чем легче ответить на вопросы, тем будет выше конверсия вашего квиза.
2. Выбираем для каждого вопроса отдельно варианты ответа в зависимости от ваших вопросов:
  - один;
  - несколько.
3. В списке вопросов прописываем варианты ответа.



МНОГОШАГОВАЯ ФОРМА (QUIZ)

The screenshot shows a configuration interface for a multi-step form. At the top, there are tabs for 'Шаги' (Steps), '5 Стиль' (Style), and '6 Цели' (Goals). Step 2 is highlighted with a black box and the number '2'. Step 3 is highlighted with a black box and the number '3'. Step 5 is highlighted with a black box and the number '5'. Step 6 is highlighted with a black box and the number '6'. On the left, there's a sidebar with fields: 'Курс \*' (Course \*), 'Тип занятий' (Type of lessons), 'Выберите город' (Select city), 'Имя и фамилия' (Name and surname) with a value '1', 'Телефон \*' (Phone \*), 'Email \*', and 'Отправка формы' (Form submission). Below the sidebar is a button '+ Добавить шаг' (Add step). The main area contains sections for 'Заголовок шага' (Step title) with a required field indicator, 'Название поля' (Field name) with a placeholder 'Курс', 'Список вариантов' (List of options) with a 'Показывать текстовое описание' (Show textual description) toggle, and a list of four options: 'Food-съемка (20 часов)', 'Wedding-съемка (24 часа)', 'Fashion-съемка (18 часов)', and 'Lifestyle-съемка (18 часов)'. There's also a '+ Добавить вариант' (Add option) button. At the bottom, there are buttons for 'Один' (One) and 'Несколько' (Several) under 'Вариант ответа' (Answer variant), and a 'Формат изображений' (Image format) section with three icons.

4.

Выбираем для каждого вопроса отдельно формат отображения изображений:

- *прямоугольник*;
- *квадрат*;
- *вытянутый прямоугольник*.

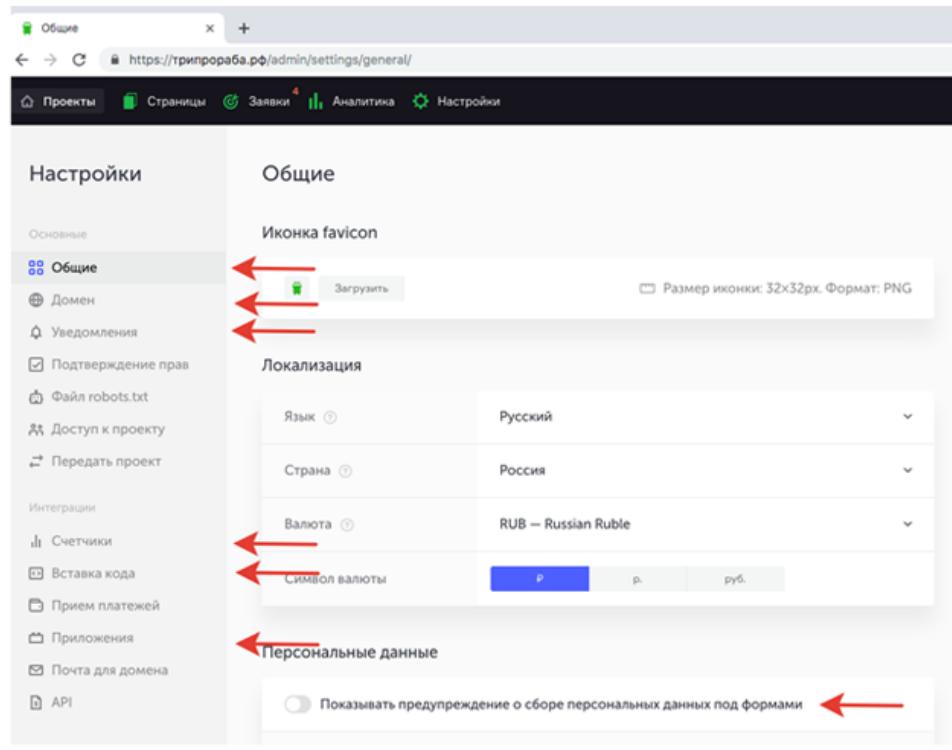
5.

Подбираем индивидуальный стиль.

6.

Проставляем цели. Например, если у вас несколько форм захвата контактной информации, вы можете понять, с какой формы пришёл лид, и дальше работать по выбранному скрипту продаж.



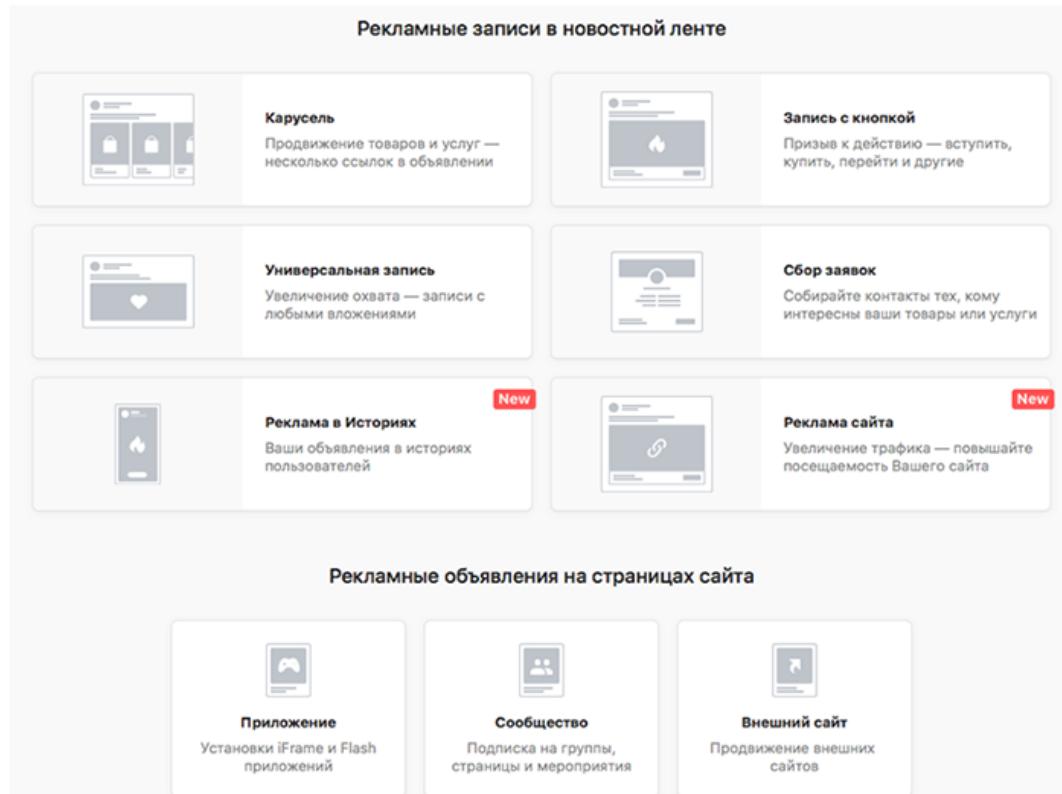


Сейчас ваш лендинг готов. Осталось всё украсить «вишенкой».

1. Очень важно настроить «Персональные данные» – вы же не хотите платить штраф? :)
2. Покупаем и настраиваем домен. Как вариант, можно сделать на первый год тут: <https://www.reg.ru>  
Это дёшево, и интерфейс простой и очень удобный.
3. Настраиваем уведомление (почта/смс).
4. Настраиваем счётчики – как минимум, Яндекс.Метрика.
5. Настраиваем пиксель от социальной сети для сбора аудитории для дальнейшего использования.
6. В приложениях настраиваем вашу CRM-систему, если она есть. Если нет, тогда через сервис Albato ведём лиды в Google-таблицы (мини-CRM).



# Шаг 3. Выбор формата



«ВКонтакте» имеет **9 различных вариантов** рекламной кампании.

Но далеко не все из них дают желаемый результат. Прокрутив миллионные бюджеты в сфере недвижимости, я выявил основные форматы:

- карусель;
- универсальная запись;
- реклама в Историях;
- запись с кнопкой.

Это 4 основных формата, которые будут **эффективны** и нам подойдут.

01

02

03

04

05

06

07

# Шаг 4. Выбор аудитории

География  
Страна, города, местоположение

География:  Города и регионы  Выбрать на карте

Страна: Россия

Города и регионы: Введите название города или региона

За исключением: Введите название города или региона

Демография  
Пол, возраст, день рождения, семейное положение

Пол:  Любой  Мужской  Женский

Возраст: Любой Любой

День рождения:  Сегодня  Завтра  В течение недели

Семейное положение: Выберите статусы

Интересы  
Интересы, поведение, сообщества, приложения

Интересы и поведение: Выберите категорию

Сообщества: Введите название сообщества

За исключением: Продажа недвижимости | SMM | Market...

Активность в сообществах: Введите название сообщества

Приложения и сайты: Введите название приложения или сайта

За исключением: Введите название приложения или сайта

Сейчас мы разберём настройку только для квиз-лендинга в социальной сети «ВКонтакте».

1. Определяемся с нашим ГЕО (страна, город).
2. Демография. Рекомендую разделить на 2 ЦА (М и Ж).
3. Возраст. Ядро – 25–38 лет.
4. Интересы: недвижимость, покупка жилья.
5. Сообщества. В том случае, если вы хотите показывать РК по конкурентам, а не по интересам. Но тут лучше всего воспользоваться парсерами и почистить ботов. В сообществах по недвижимости – до сих пор большое количество ботов.

# Шаг 5. Создание продающего креатива

**Креатив** – самый важный элемент, именно по нему ЦА и решает, потратить своё время или нет.

Поэтому я просто покажу реально работающие креативы, а ваша задача – смоделировать или скопировать, но чтобы **не было один в один**.

Иначе ни у кого нормально он работать не будет.





Пример видео можно посмотреть [здесь](#)



## Шаг 6. Написание продающего текста

Работая с квиз-лендингами, я протестировал более **20 абсолютно разных вариантов**. Сотни креативов и текстов. И вот самый рабочий продающий текст.

«Хотите купить квартиру в Санкт-Петербурге, но тяжело найти жильё по вашим критериям? Пройдите тест и получите подборку из 5 квартир по вашим критериям всего за 2 минуты! Переходите по ссылке сейчас и получите ПОДАРОК!»

Копируйте и пользуйтесь на здоровье.



## Шаг 7. Рекомендации

- Устанавливать ввод номера по маске 8 (909)-588-75-00.
- Обрабатывать заявки в течение **5 минут** после их получения.
- Добивать заявки в течение **1–2 недель** и потом отправлять в базу для прозвона, если не ответили.
- Как вариант, использовать лид-магнит для получения контактов.
- Тестировать различные варианты креативов.
- Создавать квизы под конкретные ЦА – конверсия и качество сильно вырастут.
- Иметь **CRM-систему**, хотя бы минимальную.

Верно применив все, что я расписал выше, вы сможете получать заявки до **400 рублей и до 50 шт** в день.

01

02

03

04

05

06

07

## Мои контакты

«ВКонтакте»: <https://vk.com/vladislav.tereshev>

«Instaram»: @tereshev\_smm

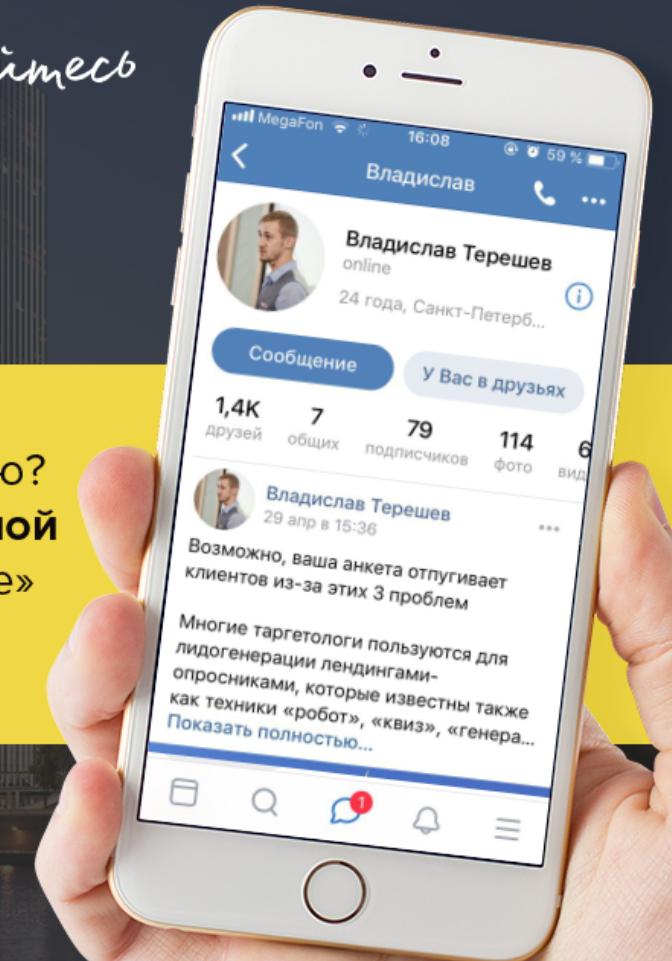
Группа: [https://vk.com/smm\\_nedvizka](https://vk.com/smm_nedvizka)

Телефон: +7 (909) 588 75 00

У вас остались вопросы? Или вы хотите получить консультацию?

У вас есть такая возможность. Я предлагаю **15 минут бесплатной консультации**. Для этого вам нужно написать мне в «ВКонтакте» с пометкой «Хочу 15-минутную консультацию».

Подписывайтесь





Если данное руководство оказалось для вас  
полезным, пожалуйста, оставьте свой  
отзыв [ЗДЕСЬ](#)

и получите **дополнительную персональную  
консультацию в формате «вопрос-ответ»**