

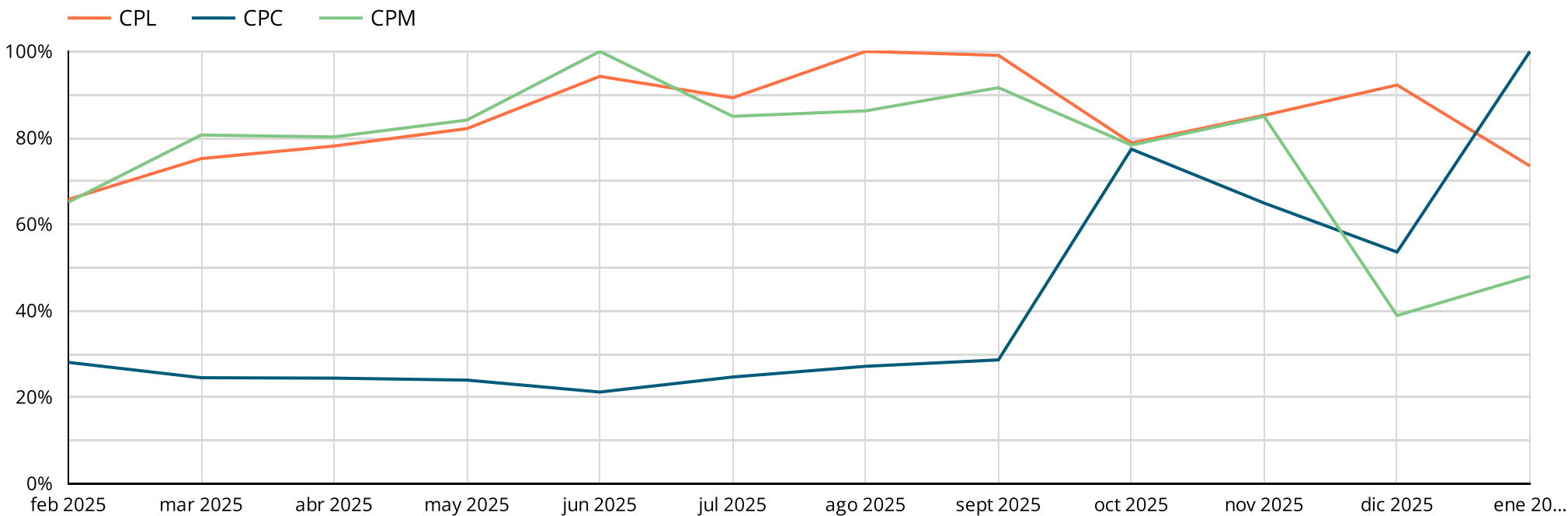
Indicadores

- **CPL (Costo por Lead):** Costo promedio por cliente potencial.
- **CPC (Costo por Clic):** Costo promedio por cada vez que una persona hace clic en un anuncio.
- **CPM (Costo por Mil Impresiones):** Costo promedio por cada 1.000 veces que un anuncio es mostrado a los usuarios, sin importar si hacen clic o no.

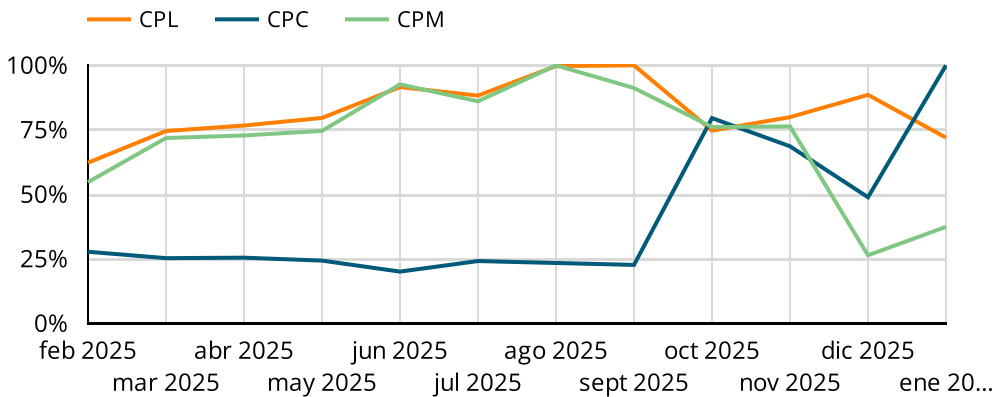
Gráficos

Porcentaje del máximo: El 100% representa al máximo valor de ese indicador en los últimos 12 meses.
Este informe es elaborado por la consultora Digital Meet, especialistas en marketing digital inmobiliario. Se basa en una inversión mensual superior a **\$30MM** en campañas de generación de leads para proyectos inmobiliarios.

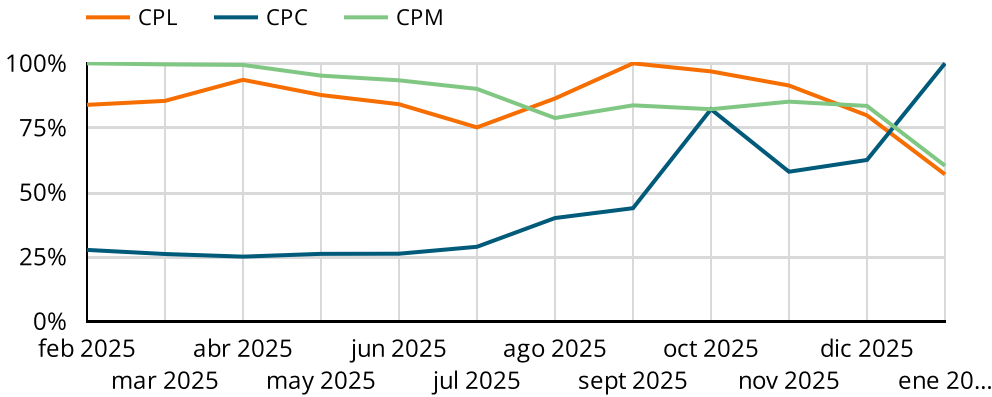
Industria Inmobiliaria Chile



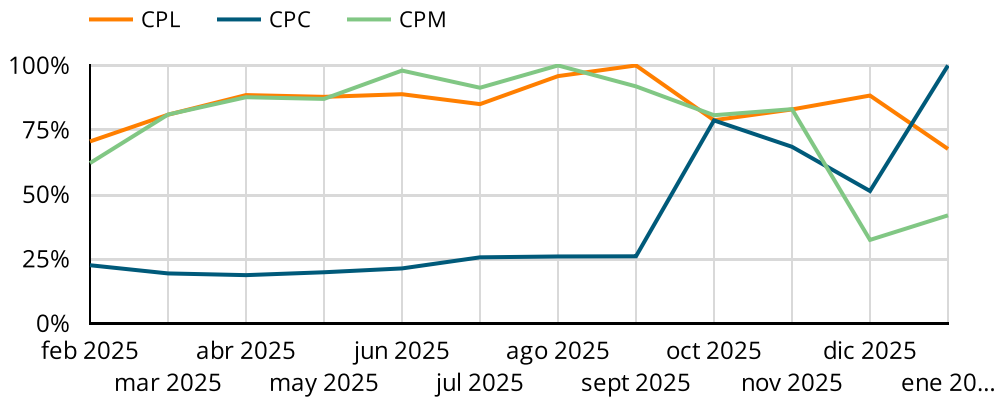
Santiago



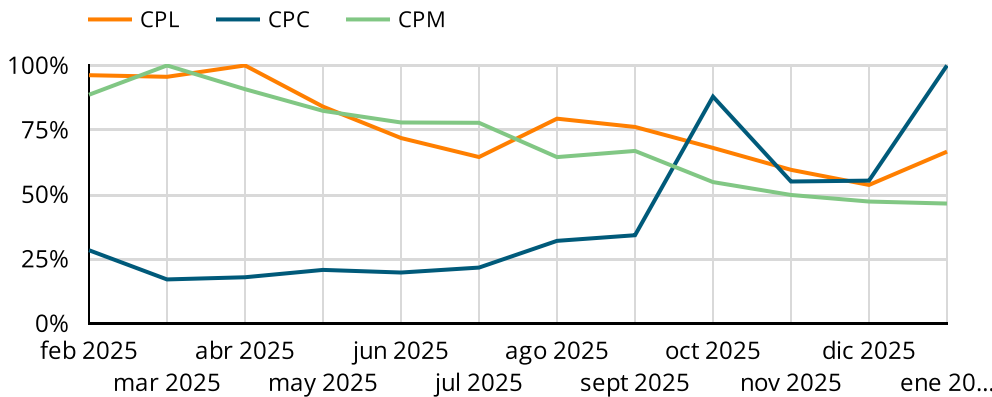
Regiones



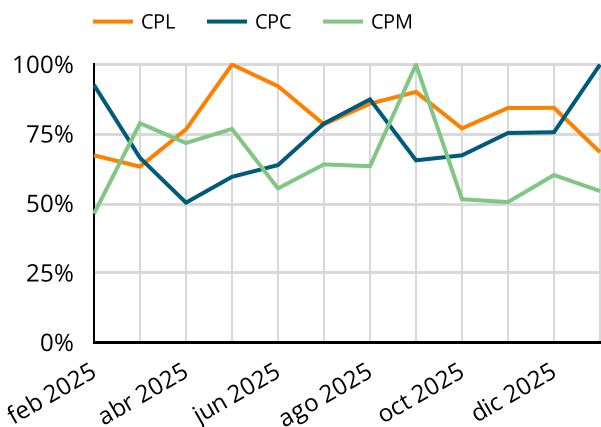
Propiedades



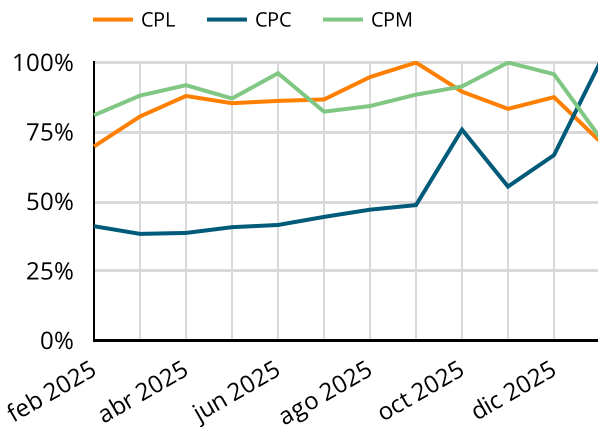
Terrenos



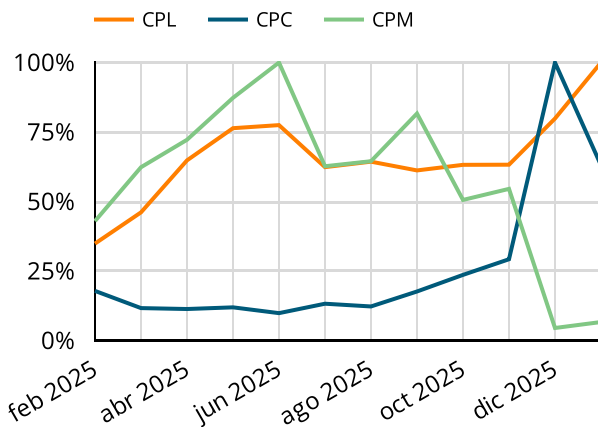
Google



Meta



Tiktok



El año comenzó con una fuerte activación en términos de búsquedas inmobiliarias, interacciones y clientes interesados que dejan sus datos. Esto se refleja principalmente en la baja del CPL a nivel general. Entre sus causas principales, se proyecta un año de reactivación para la industria inmobiliaria, que no será explosiva, pero sí sostenida. Esta baja en el costo se observa con excepción del segmento de terrenos, lo que se puede explicar por la estacionalidad de este tipo de proyectos, que, al estar en gran parte orientados a clientes de segunda vivienda, incrementan sus presupuestos en verano para capitalizar ese mayor volumen, generando un encarecimiento del segmento.

Con los cambios del último tiempo en Inteligencia Artificial, Agentes IA, comportamientos de búsqueda de los usuarios, funcionamiento de Meta Andromeda y políticas de seguridad y privacidad de WhatsApp (bloqueos), entre otros, hoy es más importante que nunca contar con una estrategia integral, basada en datos, que permita acelerar ventas de forma inteligente, sin desperdiciar presupuesto ni sobrecargar a los equipos comerciales.

Estamos comenzando un año que se ve con mejores perspectivas para la industria inmobiliaria, pero esta oportunidad no será para todos, sino para quienes sepan navegar bien esta hoja de ruta y no perderse en el camino. Y tu inmobiliaria ¿ya tiene su mapa de marketing inmobiliario?



Cristóbal Castro
Líder Digital Meet Inmobiliario

