

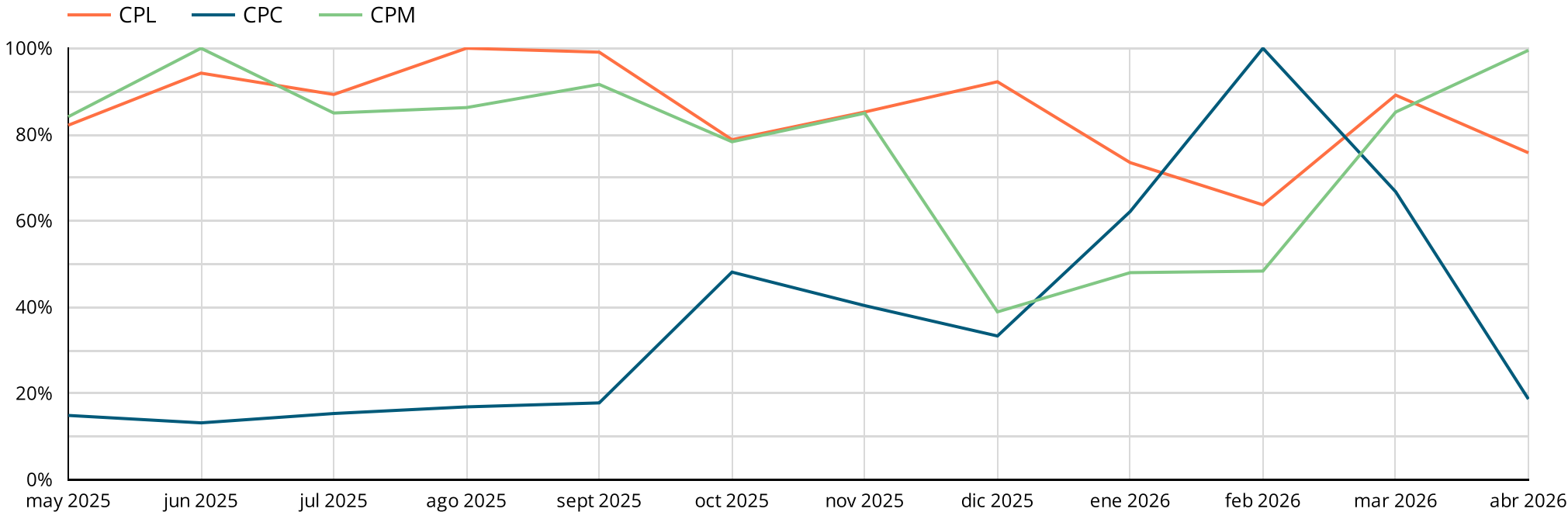
Indicadores

- **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.

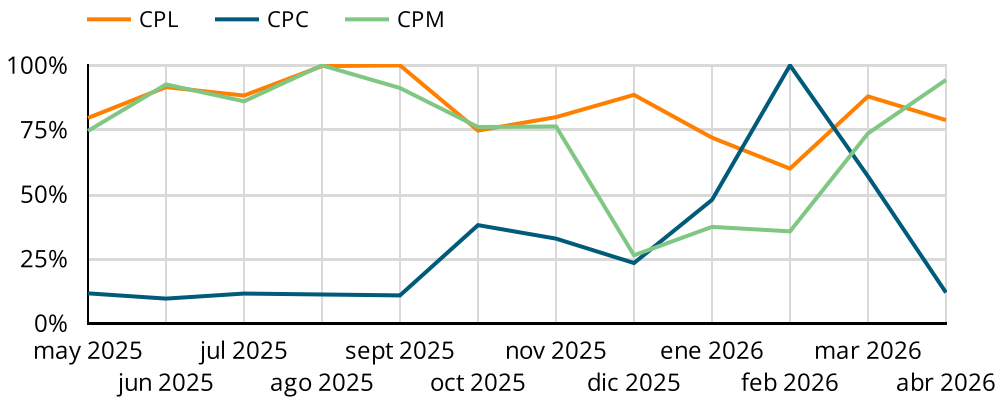
Gráficos

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.

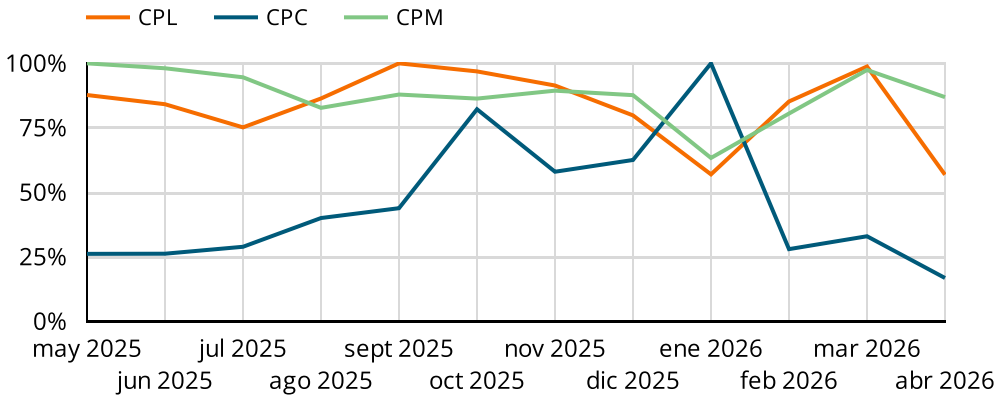
Industria Inmobiliaria Chile



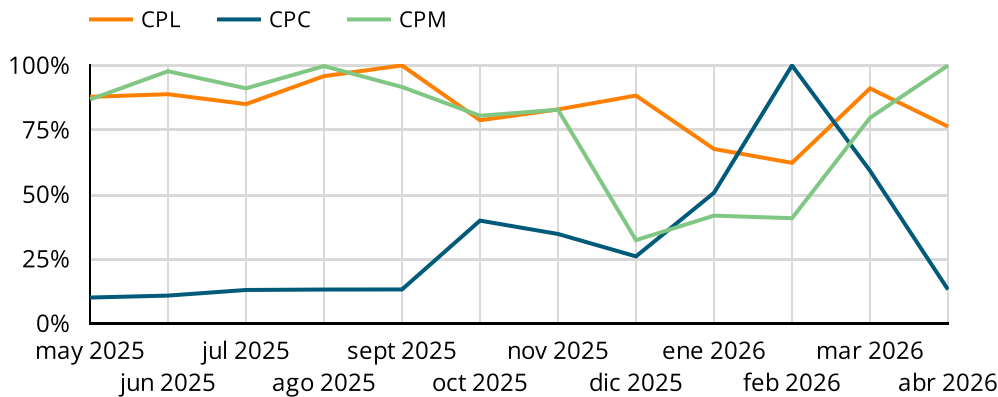
Santiago



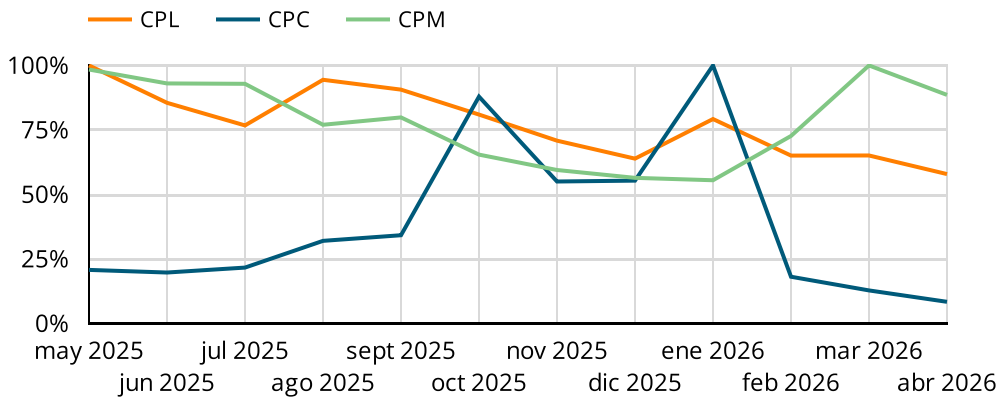
Regiones



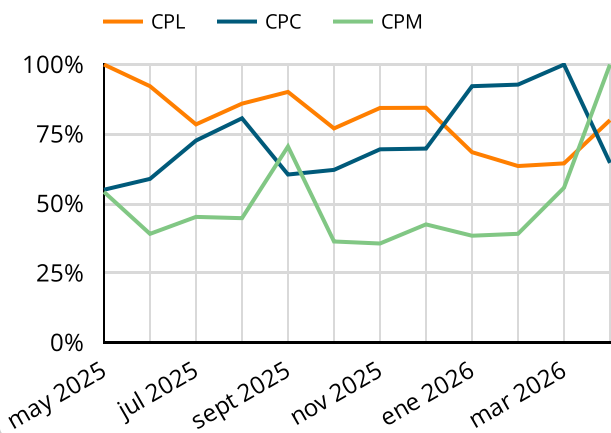
Propiedades



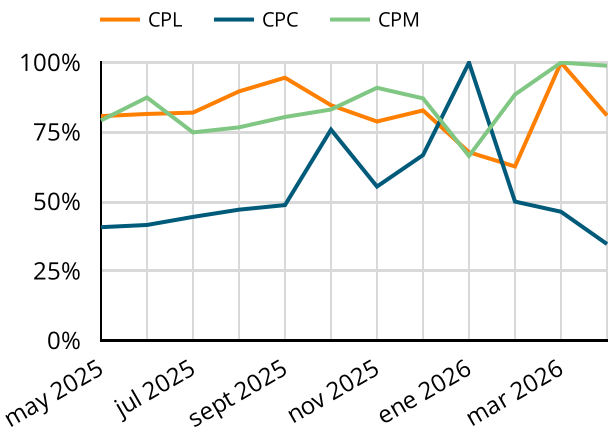
Terrenos



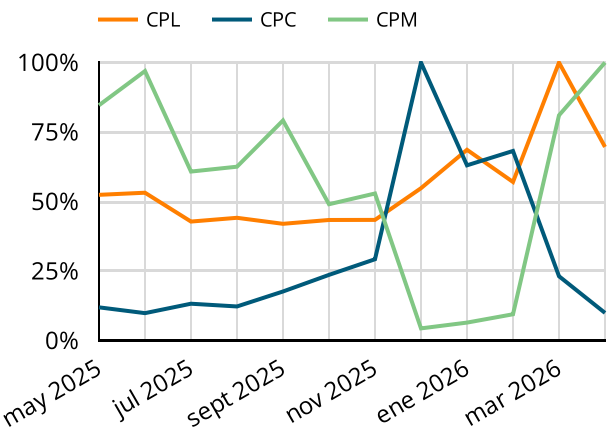
Google



Meta



Tiktok



Abril estuvo marcado por varios anuncios como ya ha sido la tendencia este año, tanto en términos de políticas públicas (suspensión del IVA, cambios en Plan Regulador General, ampliación DFL2 y renovación subsidio tasa hipotecaria) como en términos de herramientas y plataformas donde vimos avances notorios en IA y una continuidad de cambios en Meta y su modelo de segmentación.

El mercado ha interpretado las señales con una visión mixta, por el lado positivo se espera en el mediano plazo una mejora en las condiciones de compraventa de bienes raíces, impulsando la venta y el desarrollo de nuevos proyectos, por otra parte hay una visión menos alegre ante la incertidumbre que se ha generado en el corto plazo por la falta de claridad en la implementación de algunos anuncios. En sumatoria, la sensación es favorable y así lo han demostrado los indicadores de marketing inmobiliario: Baja en CPL y CPC.

Si lo anterior no se ha reflejado en las visitas y ventas de tu proyecto inmobiliario, una razón puede ser que tu marketing no esté aprovechando las nuevas herramientas ni esté adaptado a los cambios en plataformas, perdiendo así la oportunidad de sacar partido a este periodo inmobiliario que se ve más favorable que los años recientes.



Cristóbal Castro
Líder Digital Meet Inmobiliario

