Informe mensual de KPI's de Marketing Digital Inmobiliario Chile

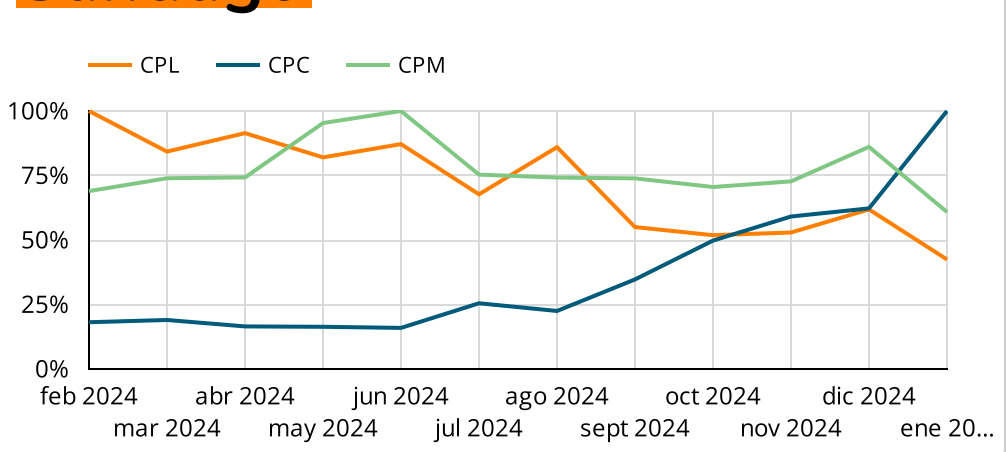
Edición N° 4 - Febrero 2025

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.

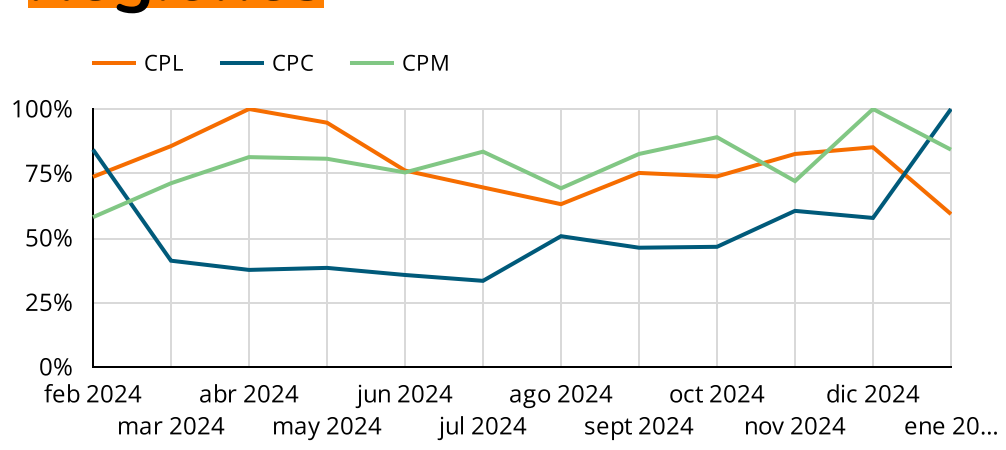
Gráficos
Porcentaje del máximo: El 100% representa al máximo valor de ese indicador en los últimos 12 meses.

Industria Inmobiliaria Chilena

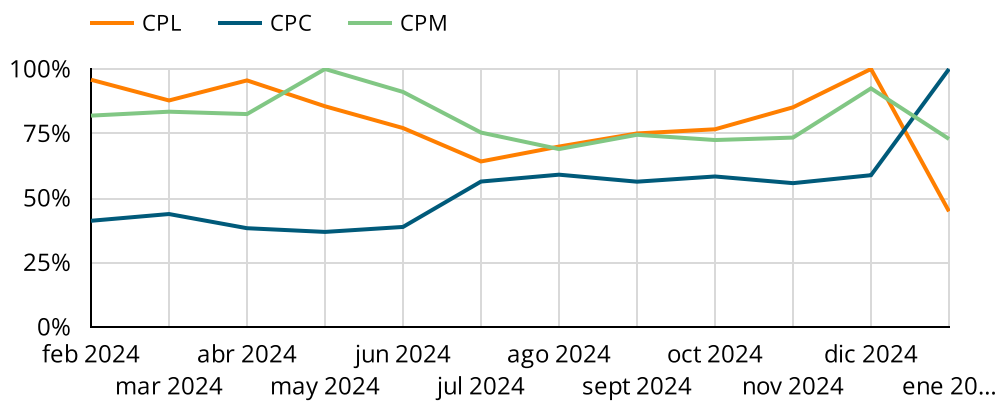
Santiago



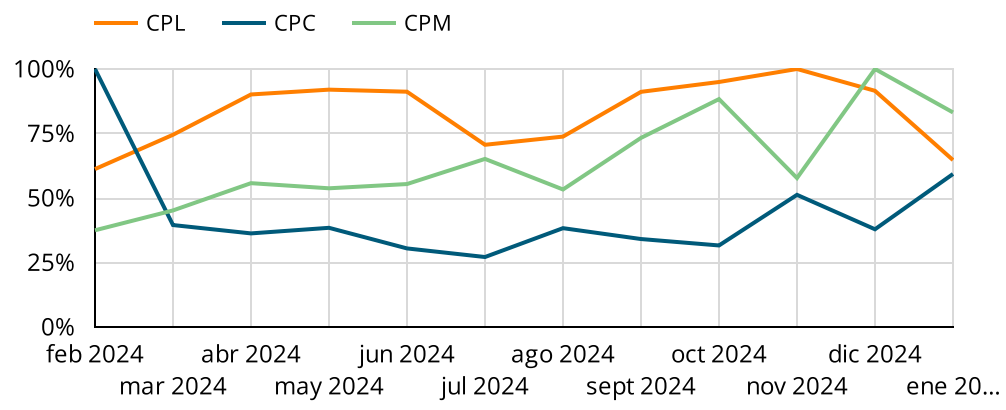
Regiones



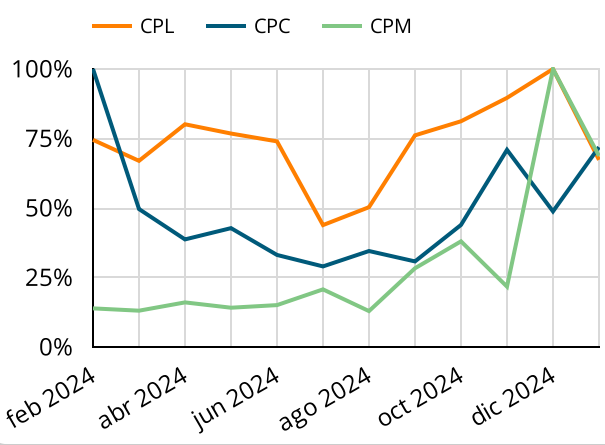
Propiedades



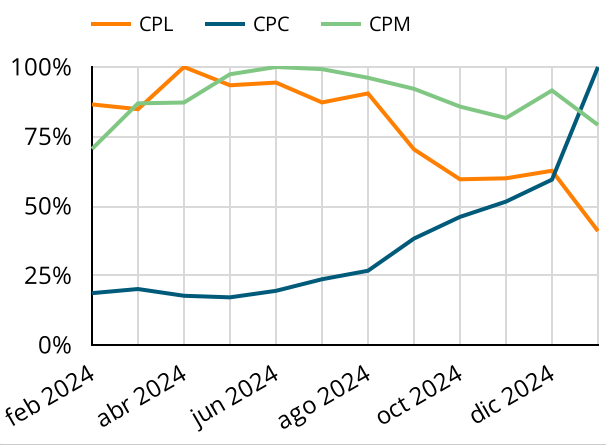
Terrenos



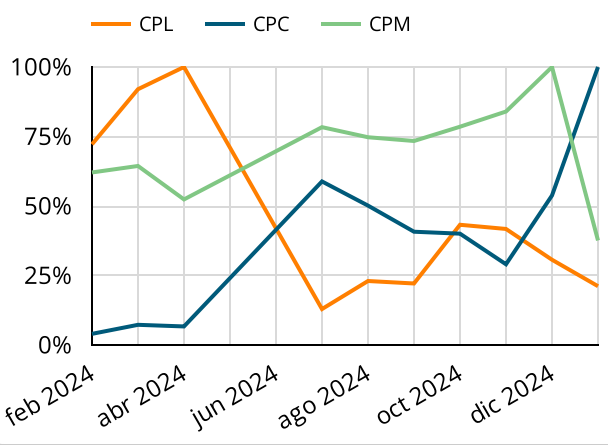
Google



Meta



Tiktok



De acuerdo a los observado en meses anteriores, enero fue la consolidación de la tendencia a un mayor volumen de búsquedas por inmuebles, continúa el aumento en intención de compra y captación de leads en proyectos inmobiliarios, tanto de departamentos dentro y fuera de Santiago, como de proyectos de terrenos, los cuales se encuentran en temporada alta. El año empezó muy fuerte en captación de leads, empujando los CPL a bajar considerablemente, y junto a una correcta planificación y estrategia de Marketing Digital, se optimiza la inversión y empuja el tráfico de visitas a las salas de venta.

Como hemos dicho anteriormente, el CPL es un indicador, pero no un fin en sí mismo, en Digital Meet sabemos que en el rubro inmobiliario la calidad de los leads es lo principal, para así no saturar ni frustrar a la fuerza de venta con prospectos que difícilmente veremos convertidos a venta, restando tiempo de seguimiento a los que sí tienen reales posibilidades de comprar. Por esto es fundamental que las inmobiliarias se asesoren con una correcta y sólida estrategia de Performance Marketing.

Cristóbal Castro
Líder Digital Meet Inmobiliario

Este informe es elaborado por la consultora Digital Meet, especialistas en marketing digital inmobiliario. Se basa en una inversión mensual superior a $20MM en campañas de generación de leads para proyectos inmobiliarios.