

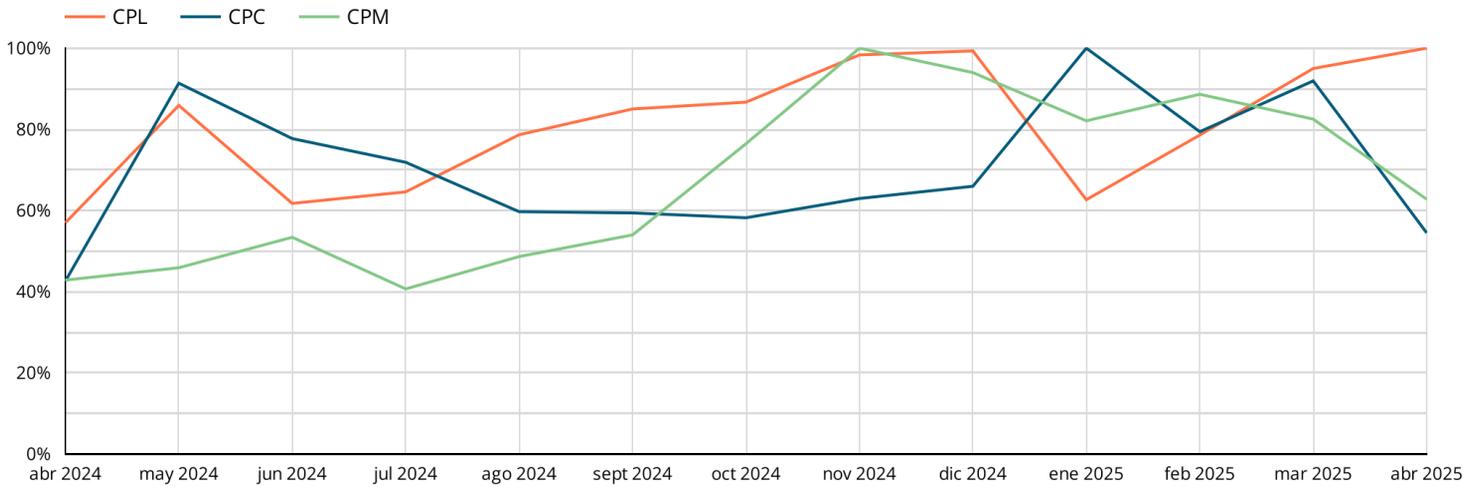
Indicadores

- **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.

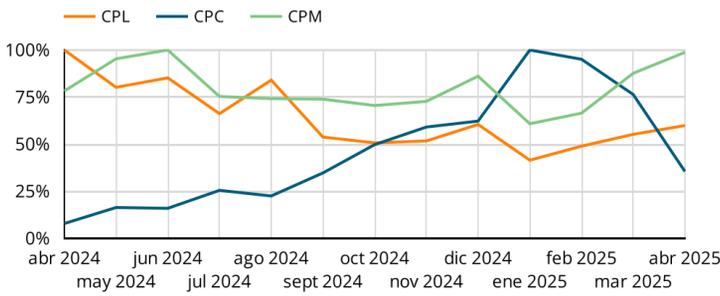
Gráficos

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

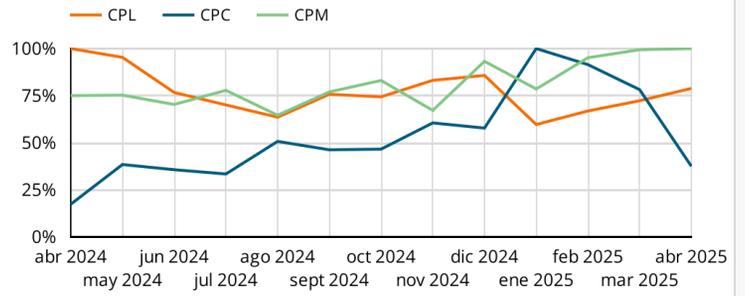
Industria Inmobiliaria Chilena



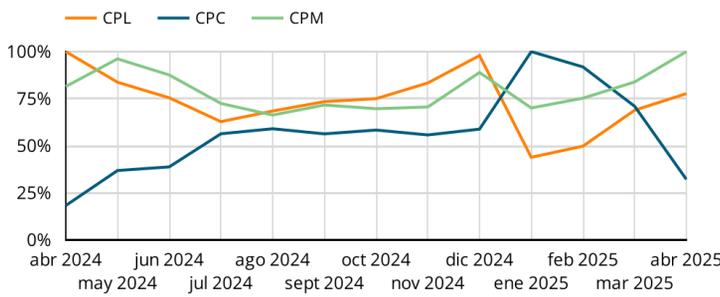
Santiago



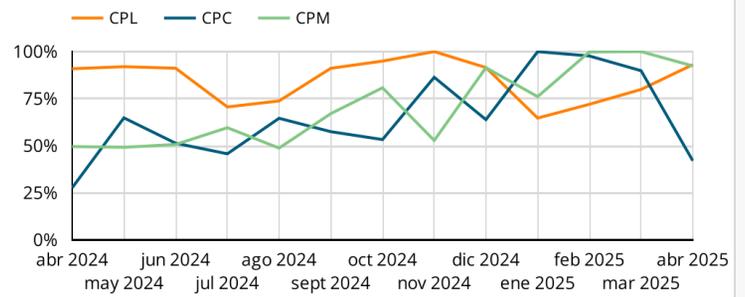
Regiones



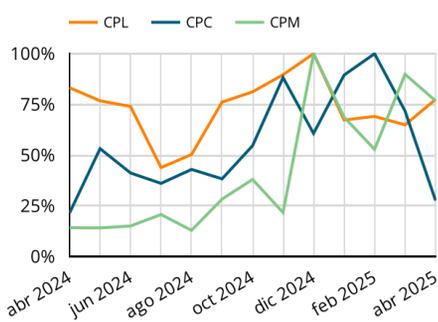
Propiedades



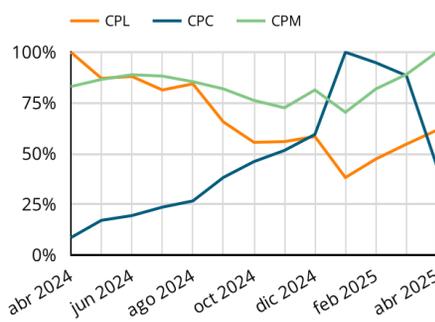
Terrenos



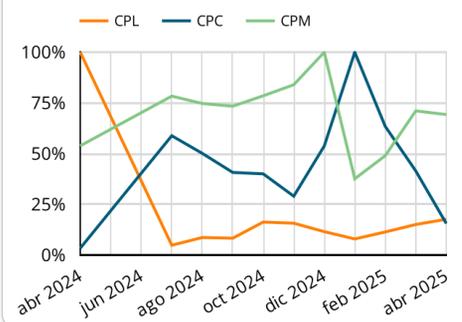
Google



Meta



Tiktok



Marzo es conocido por ser un mes de muchas actividades y obligaciones, que tienen como resultado pérdida de foco o poco tiempo para búsquedas y compras inmobiliarias, lo que empuja el alza del CPL y baja del CPC, efectos esperables y normales en esta época, siendo el mercado inmobiliario uno de pocos cambios abruptos y de patrones más bien cíclicos.

Ante esto no hay que caer en medidas desesperadas, se sugiere evitar tomar decisiones agresivas o golpes de timón abruptos, es momento de confiar en la estrategia, de lo contrario se podría arruinar el buen performance de una campaña digital bien estructurada. En este punto, la experiencia, manejo de plataformas y el conocimiento del marketing inmobiliario son claves para reaccionar adecuadamente y hacer los ajustes correctos, p. ej.: Ajustar la inversión según el caso, siempre cuidando el performance con visión integral, protegiendo aquello que funciona.

Abril suele ser un mes de mayor estabilización y un momento más adecuado para evaluar cambios de mayor profundidad, para ello es importante asesorarse con expertos para que las inversiones tengan los efectos que esperamos y su resultado no sean recursos perdidos.



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.

