Informe mensual de KPI's de Marketing Digital Inmobiliario Chile

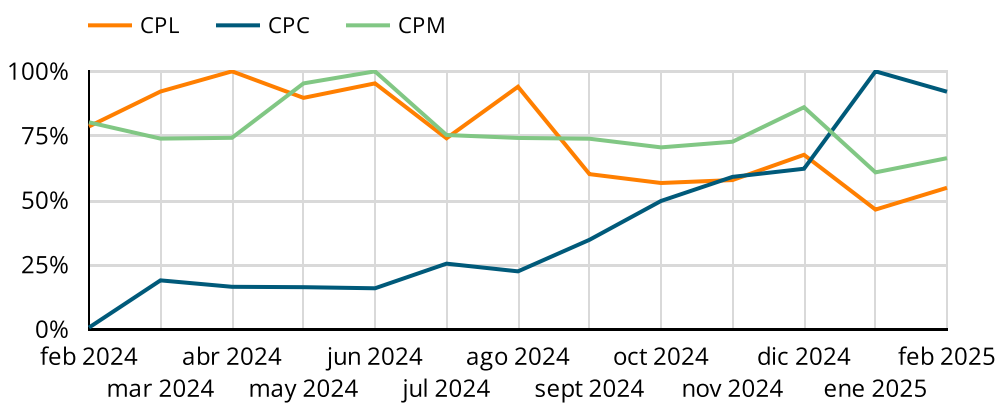
Edición N° 5 - Marzo 2025

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.

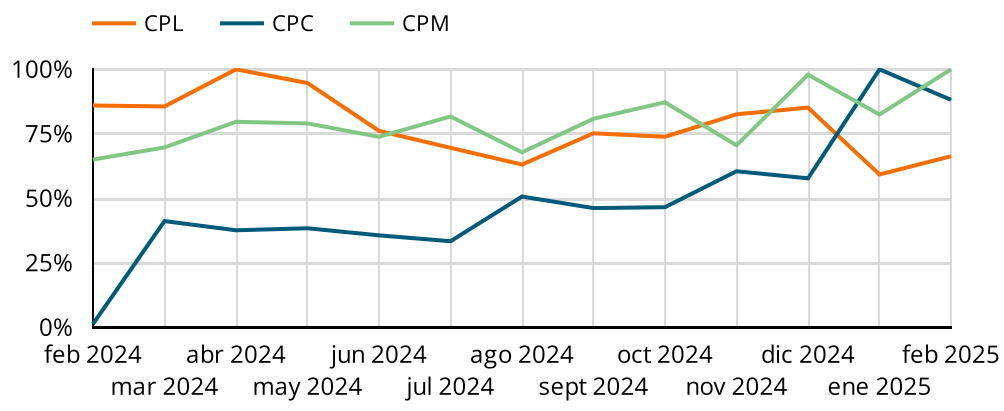
Gráficos
Porcentaje del máximo: El 100% representa al máximo valor de ese indicador en los últimos 12 meses.

Industria Inmobiliaria Chilena

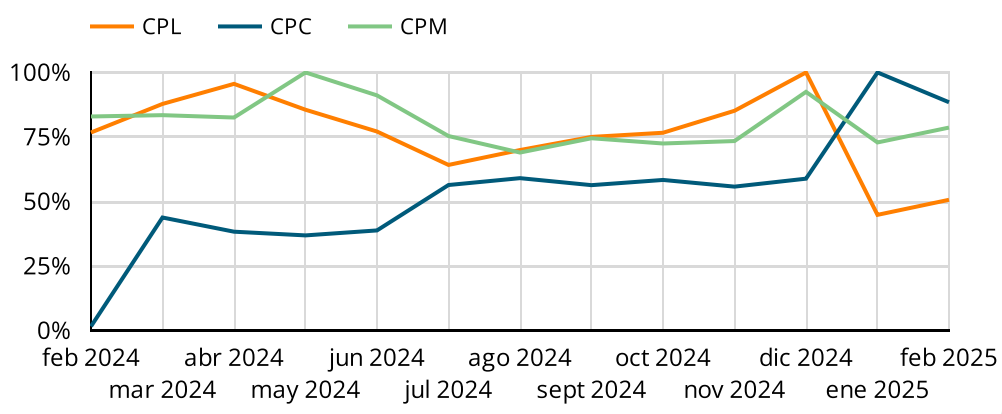
Santiago



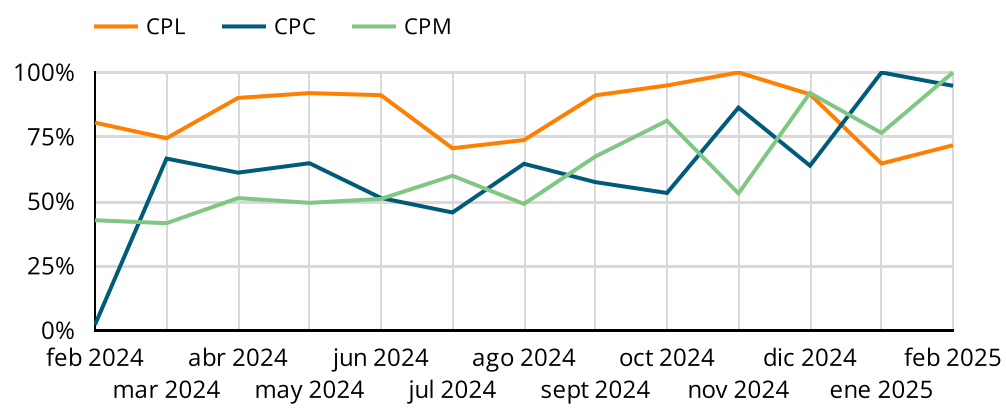
Regiones



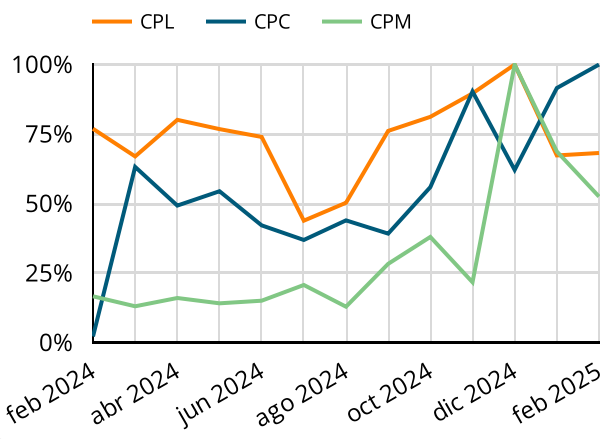
Propiedades



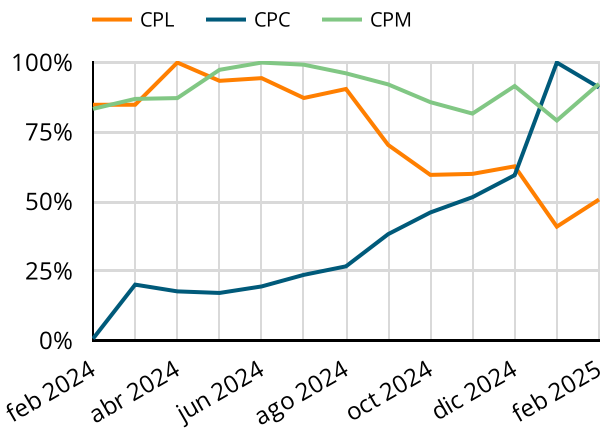
Terrenos



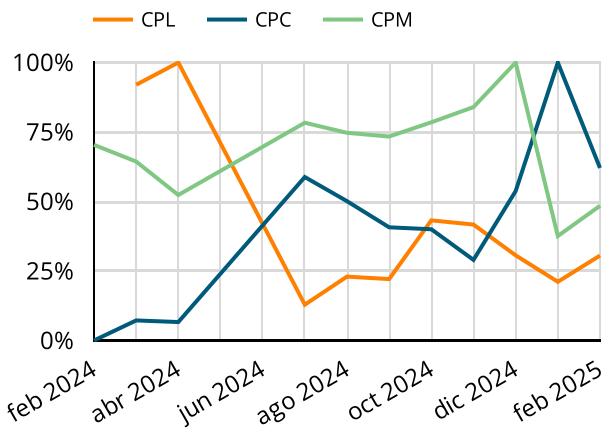
Google



Meta



Tiktok



Febrero, aunque suele ser un mes de menor actividad, mostró solo una leve baja en volumen de leads y, en consecuencia, un aumento moderado en el CPL. ¿Qué significa esto?

Si bien pueden influir varios factores, hay uno que destaca: este mes hubo más personas "vitrineando" sin una intención real de compra a corto plazo. Esto se refleja en la caída del CPC, lo que indica que más usuarios hicieron clic en los anuncios, pero pocos completaron la conversión, como llenar un formulario o agendar una visita.

Sin una lectura integral y una correcta interpretación de los datos por parte de un equipo experto, esta información podría parecer solo cifras sin contexto o, peor aún, llevar a decisiones erróneas. Sin embargo, con la consultoría adecuada, se transforma en una oportunidad para mejorar la segmentación, reducir costos y generar un impacto positivo en el presupuesto y las ventas.

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.