

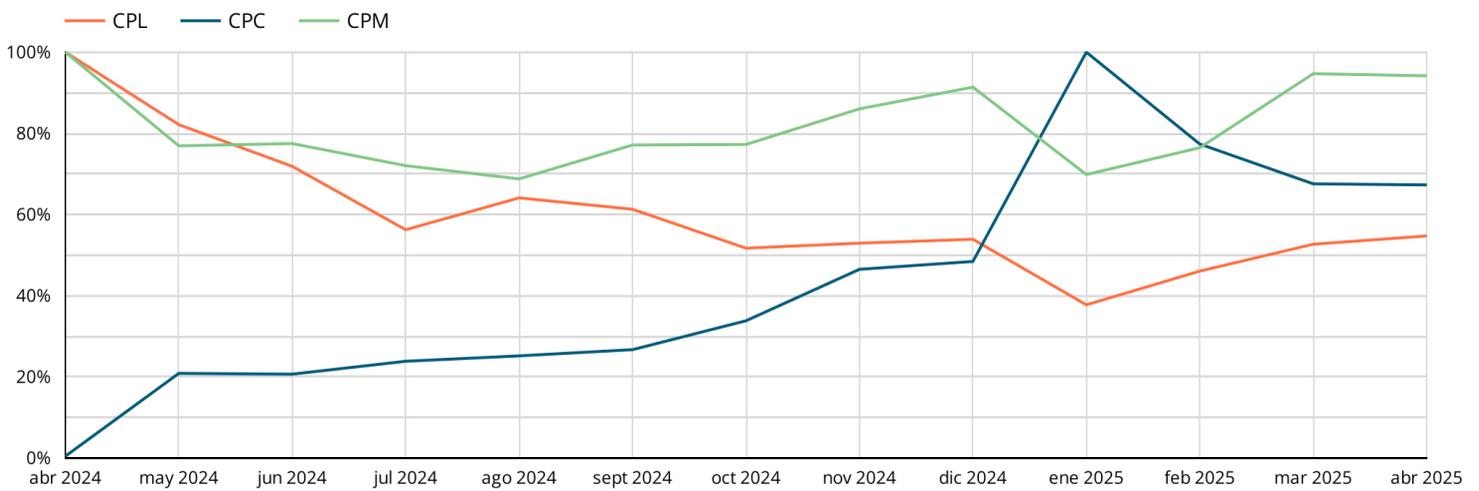
**Indicadores**

- **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.

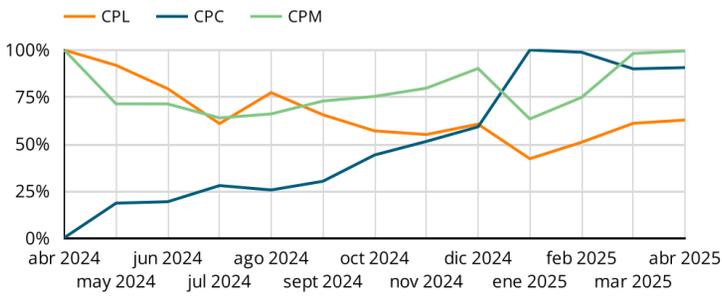
**Gráficos**

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

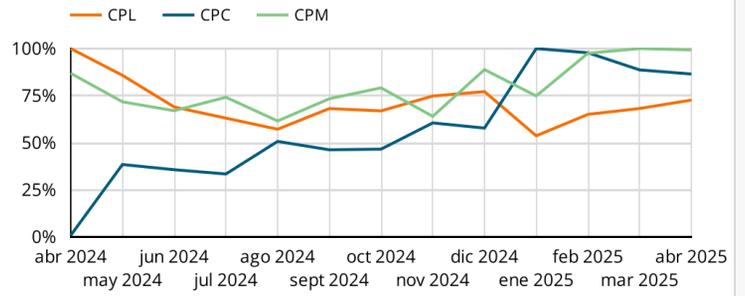
## Industria Inmobiliaria Chilena



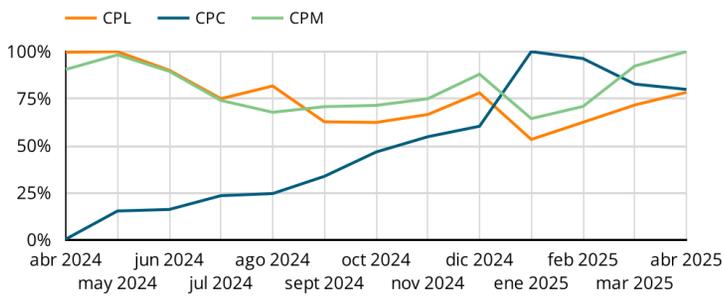
## Santiago



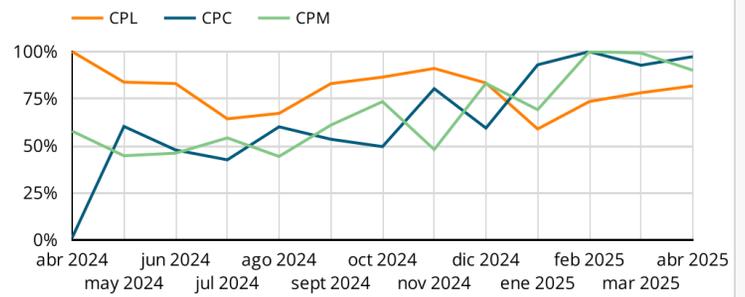
## Regiones



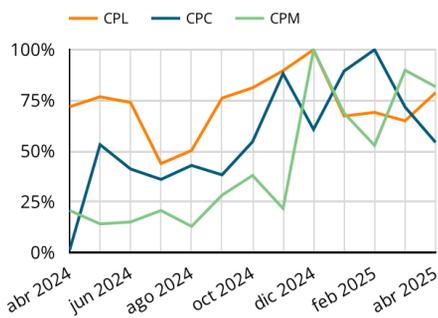
## Propiedades



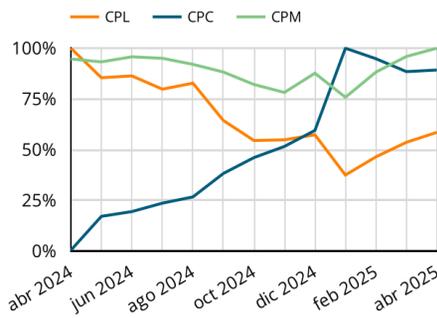
## Terrenos



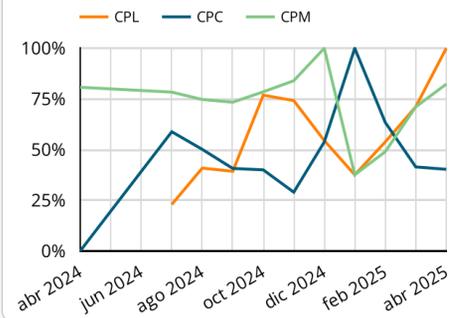
## Google



## Meta



## Tiktok



Abril fue un mes de estabilización en costos de campañas, algo que habíamos adelantado y que es esperable dada la estacionalidad gatillada principalmente por el "Efecto marzo", la vuelta masiva de personas de sus vacaciones, ingresos a colegios, universidades, trabajos, donde el cumplimiento de obligaciones de todo tipo suelen toparse y se ve reflejado en una abundancia de campañas digitales como permisos de circulación, seguros, retail, ofertas "black", etc.

Esas aguas turbulentas en abril se calmaron y nos permiten tener mayor claridad para tomar decisiones estratégicas como cambios en el contenido, reestructuración de inversión, revisión de keywords, entre otras. De esta manera podremos evaluar de mejor forma qué está afectando el rendimiento y podemos optimizar aquello que corresponda, y evitar cambios innecesarios por una lectura incorrecta del problema y sus efectos.

Esta prudencia y conocimiento de los tiempos ideales para hacer modificaciones correctas en las campañas digitales no es algo que se obtenga con data por si sola, sino que requiere de un equipo experimentado y altamente especializado para su análisis, en Digital Meet llevamos años construyendo estas herramientas y podemos ponerlas al servicio de tus campañas.



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.

