

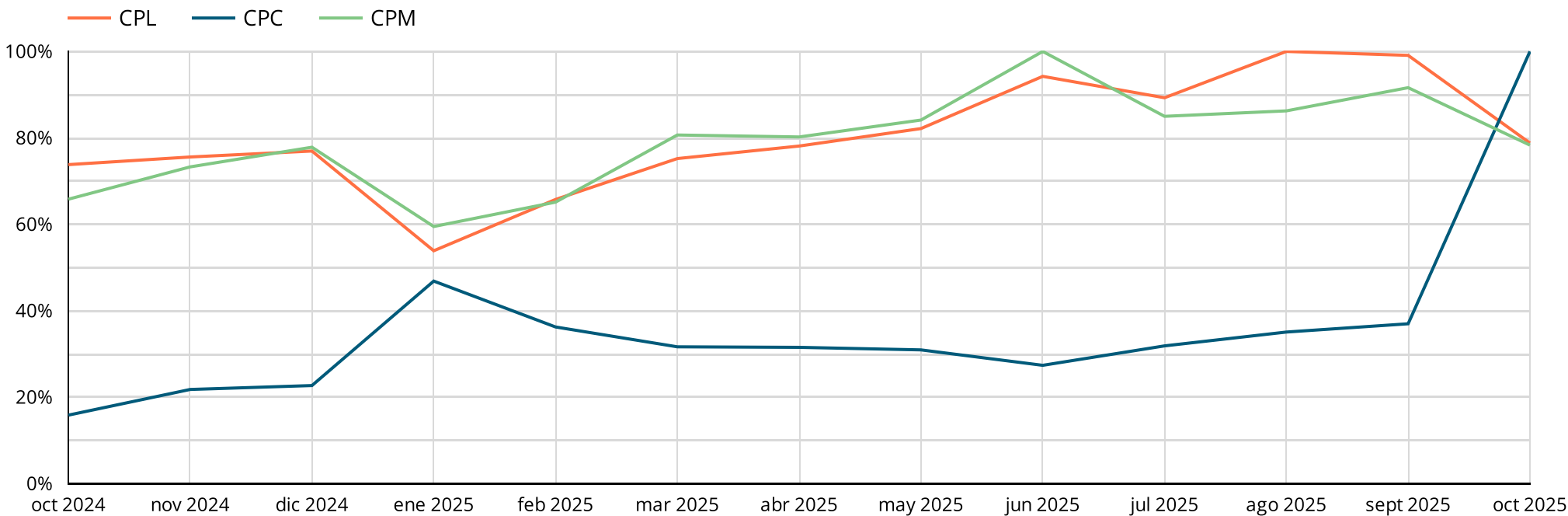
Indicadores

- **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.

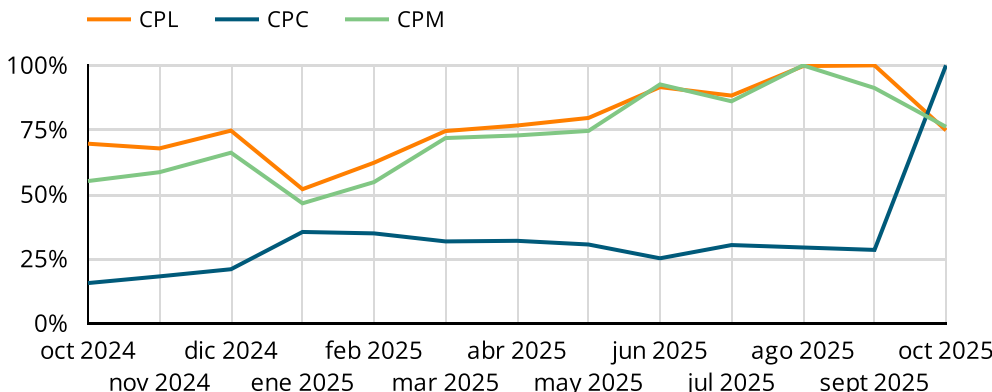
Gráficos

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.

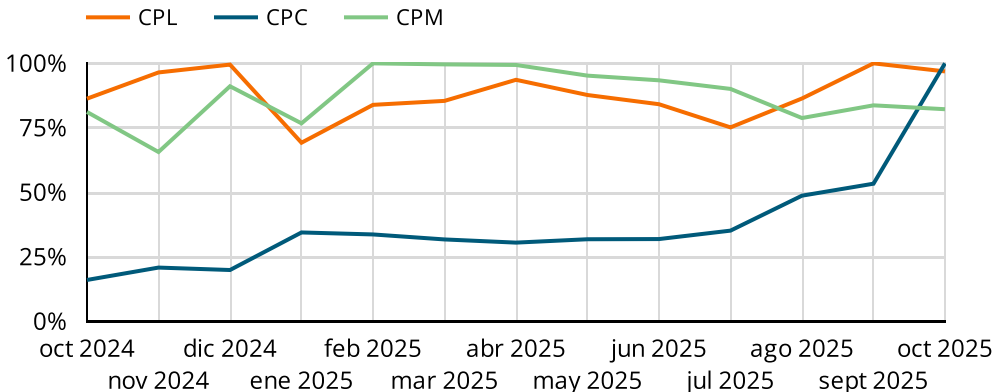
Industria Inmobiliaria Chile



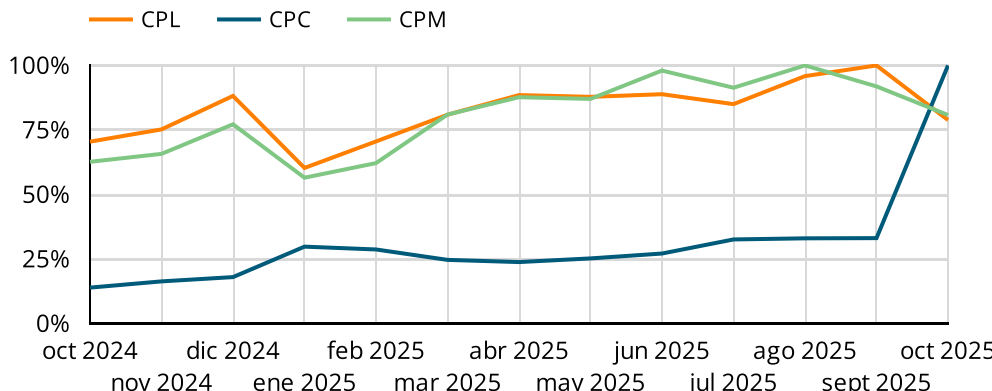
Santiago



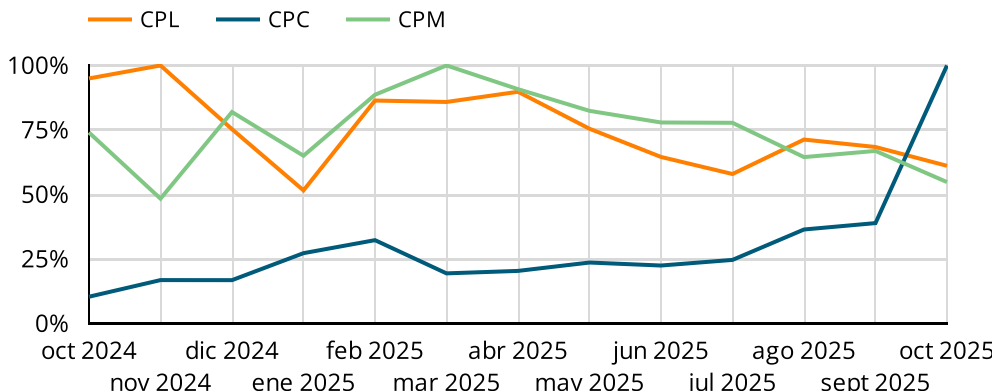
Regiones



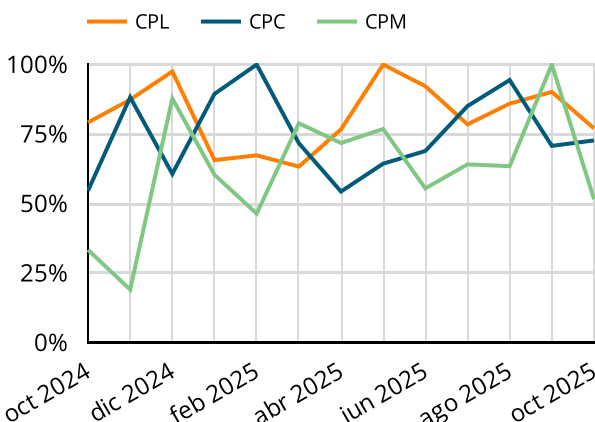
Propiedades



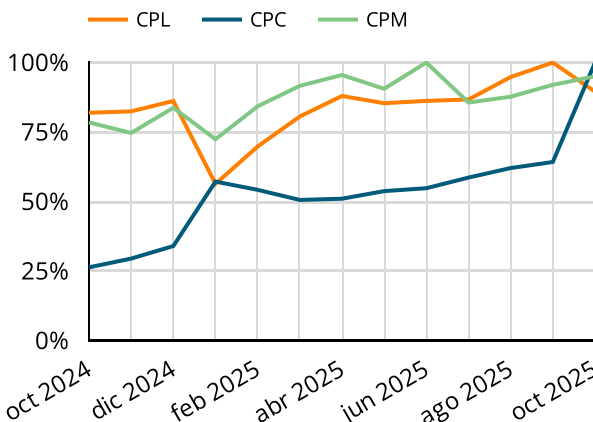
Terrenos



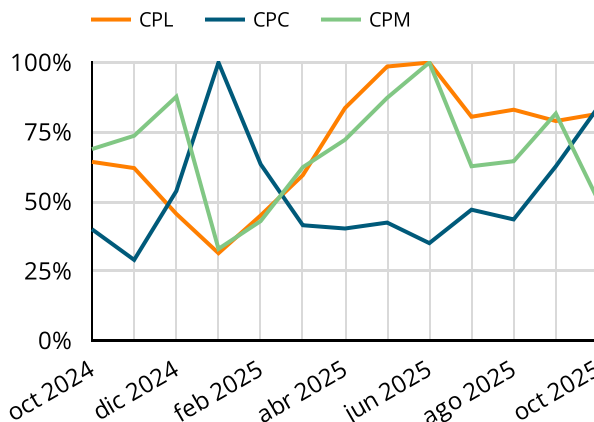
Google



Meta



Tiktok



En octubre encontramos un comportamiento que destaca por sobre los otros datos: Un alza en el CPC y una clara baja en el CPL. Ok, pero ¿qué significa esto?

En términos técnicos es bastante simple, se está llegando a una audiencia más cara pero con el upside de que es una audiencia menos curiosa y de mayor interés real en lo que se publicita, con una disposición más alta a una mayor tasa de conversión (Click a Lead).

En términos comerciales hay una lectura más profunda, si bien hay efectos ambientales como la economía, la industria y las políticas financieras (menor inflación, reducción del stock, baja de la tasa y subsidio a la tasa hipotecaria), con tanta competencia eso no dará ventas por si solo, es necesario contar con una estrategia de marketing digital que capitalice a través de mejores anuncios, segmentaciones precisas, automatizaciones que enfoquen a tu equipo y optimizaciones ejecutadas a tiempo, logrando así captar esa audiencia interesada antes que la competencia, en otras palabras: Contactos calificados a un menor costo.

Fin de año viene con elecciones, black, navidad y todos los eventos que suelen mover las aguas digitales, reaccionar a tiempo y asesorado hace la diferencia entre subirse a la ola o quedarse flotando en círculos ¿y tu inmobiliaria ya tiene su estrategia?



Cristóbal Castro
Líder Digital Meet Inmobiliario