

### Indicadores

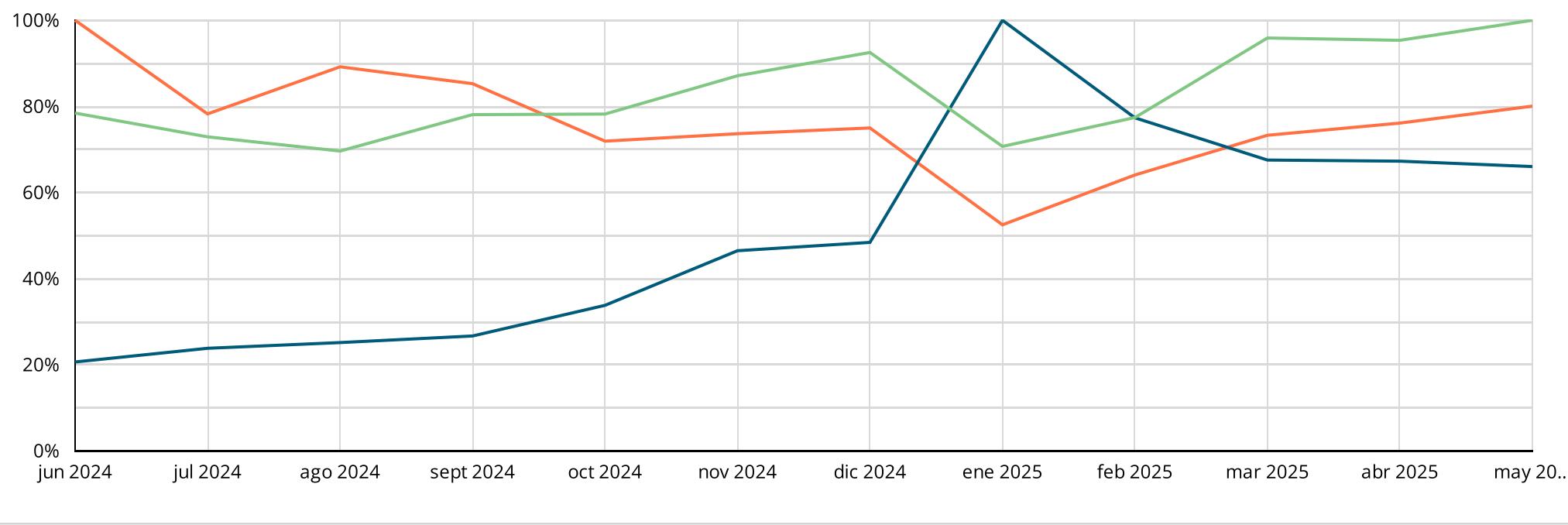
- **CPL (Costo por Lead):** Costo promedio por cliente potencial.
- **CPC (Costo por Clic):** Costo promedio por cada vez que una persona hace clic en un anuncio.
- **CPM (Costo por Mil Impresiones):** Costo promedio por cada 1.000 veces que un anuncio es mostrado a los usuarios, sin importar si hacen clic o no.

### Gráficos

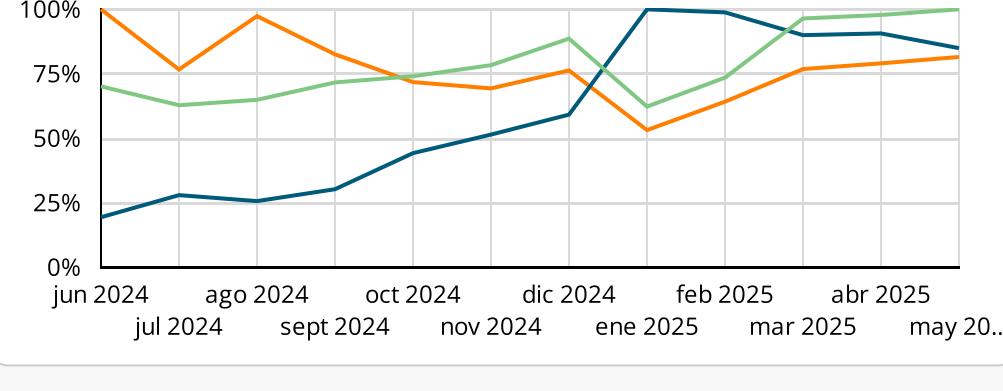
Porcentaje del máximo: El 100% representa al máximo valor de ese indicador en los últimos 12 meses.

Este informe es elaborado por la consultora Digital Meet, especialistas en marketing digital inmobiliario. Se basa en una inversión mensual superior a **\$27MM** en campañas de generación de leads para proyectos inmobiliarios.

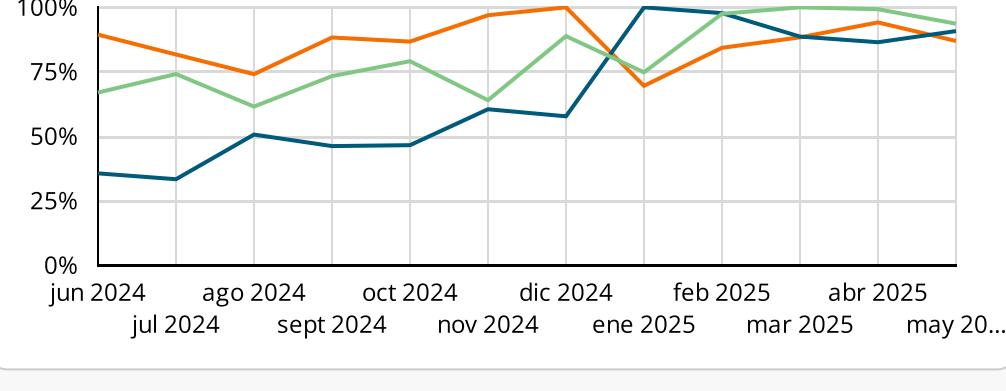
## Industria Inmobiliaria Chilena



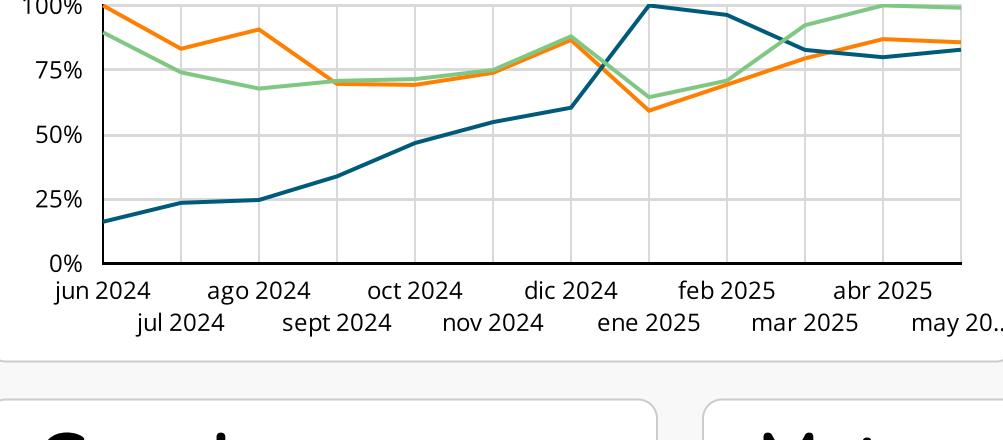
## Santiago



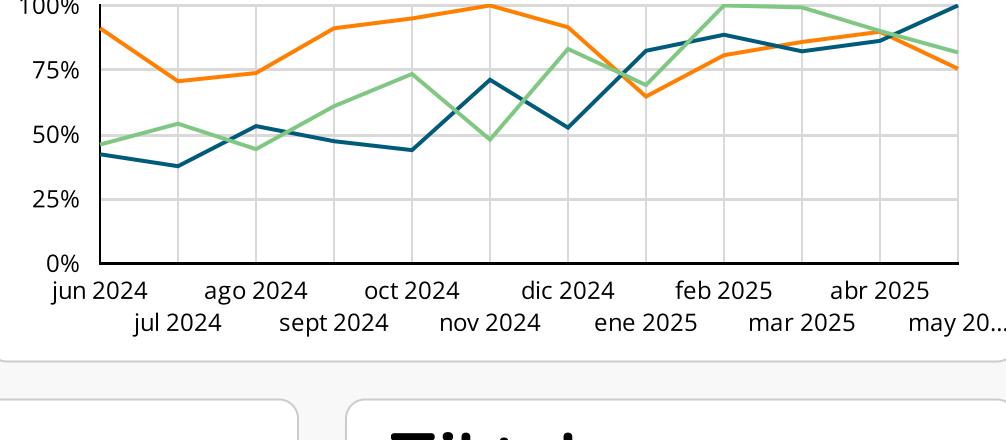
## Regiones



## Propiedades



## Terrenos



## Google



## Meta



## Tiktok



En mayo logramos identificar un leve alza en el CPL en el pleno general, continuando con la tendencia de abril, como así también obedeciendo a la estacionalidad de alza de CPL con un peak esperado generalmente entre los meses de junio/julio.

Al hacer doble click podemos ver que el alza se explica mayormente por búsquedas en Google, información muy relevante ya nos da señales de que hay keywords muy competitivas y muchos proyectos inmobiliarios pujando por ellas, por lo que es muy importante hacer un análisis profundo de la estrategia de keywords para optimizar las campañas antes de apostar por palabras clave que puedan estar trayendo pocos resultados a un alto precio.

En proyectos en Santiago hay un alza de CPL, mientras que existe una baja de CPL en proyectos y terrenos en Regiones, ambos efectos esperados y correlacionados dado los tipos de proyecto, el comportamiento del comprador y el momento del año.

Es muy importante antes de invertir en marketing digital, asesorarse con quienes tengan el conocimiento de estos efectos, ya que con experiencia y la metodología adecuada, gran parte son predecibles y controlables, y se pueden afrontar con mucho mejor resultado en costos y venta.



Cristóbal Castro

Líder Digital Meet Inmobiliario