L'utilisation payante des réseaux sociaux gagne du terrain. Elon Musk a ouvert la voie avec Twitter Blue, suivi par Meta Verified sur Instagram et Facebook.

Plus récemment, **Instagram a lancé un flux spécialement réservé aux comptes vérifiés**. Cela signifie que seuls ceux qui sont associé à Meta Verified auront un flux *exclusif pour leur contenu*.

L'avantage principal réside dans la visibilité accrue qu'offre ce flux, **donnant aux comptes vérifiés un coup de boost supplémentaire.**

Rassurez-vous, Instagram continue d'afficher les comptes que vous suivez ainsi que des recommandations.

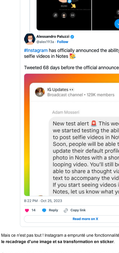
Mais, gardez le soumis : Instagram regorge encore de nouveautés pratiques. **Et, chaque semaine, je suis là pour vous les faire découvrir !**

Nouveaux stickers et projecteur sur les notes

Le mois d'octobre a apporté son lot de nouveautés passionnantes pour Meta, et via cette newsletter, vous savez ces évolutions en temps réel.

Comme je l'ai évoqué la semaine dernière, **les "Notes" sont remises au goût du jour pour mieux s'intégrer à votre profil**.

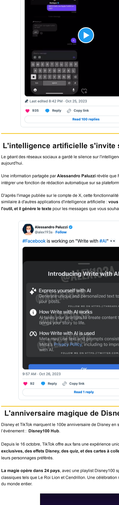
Et voici la dernière pépite : **Matt Navarra a révélé sur son profil Threads** (sous vous souvenez de ce réseau social ?) qu'Instagram teste l'intégration de vidéos selfie dans les Notes.



Cette information a été confirmée par **Adam Mosseri** lui-même et relayée par **Alessandro Paluzzi sur X**.

Mais ce n'est pas tout ! Instagram a emprunté une fonctionnalité populaire de WhatsApp : **le recadrage d'une image et sa transformation en sticker**.

Ce nouvel autocollant pourra être partagé aussi bien dans les Reels que dans les Stories.



Nouvelle durée pour les vidéos TikTok

La plateforme, célèbre pour ses vidéos courtes, explore de nouveaux horizons en testant **des vidéos d'une durée de 15 minutes**, dépassant ainsi la limite précédente de 10 minutes.

Cependant, malgré cette initiative, **les vidéos courtes, d'une minute ou moins, continuent de régner en maître sur l'application**, comme le confirme notre étude TikTok 2023.

Et vous, que pensez-vous de cette nouvelle durée ?

Les appels audio et vidéo sont désormais officiels

Elon Musk a clairement exprimé son ambition de faire de X une plateforme tout-terrain.

Et voilà, c'est désormais officiel ! **Les appels audio et vidéo sont désormais disponibles sur X.**

C'est intrigant de voir comment un réseau social, qui avait autrefois une forte identité et un public dédié, élargit désormais ses horizons vers de nouvelles fonctionnalités.

Quelle est votre opinion sur cette nouvelle fonctionnalité ? **Je reste sceptique** en raison de la nature initiale du réseau social, et **j'ai en mémoire quelques tentatives moins réussies lorsque X était encore Twitter**.

L'intelligence artificielle s'invite sur Facebook

Le géant des réseaux sociaux a gardé le silence sur l'intelligence artificielle , jusqu'à aujourd'hui.

Une information partagée par **Alessandro Paluzzi** révèle que Facebook s'attèle à intégrer une fonction de rédaction automatique sur sa plateforme.

D'après l'image publiée sur le compte de X, cette fonctionnalité sera un modèle similaire à d'autres applications d'intelligence artificielle : **vous fournissez un prompt à l'outil, et il génère le texte** pour les messages que vous souhaitez partager.

L'anniversaire magique de Disney sur TikTok

Disney et TikTok marquent le 100e anniversaire de Disney en s'associant autour de l'événement : **Disney100 Hub**.

Depuis le 16 octobre, TikTok offre aux fans une expérience unique avec **des vidéos exclusives, des effets Disney, des quiz, et des cartes à collectionner** à l'effigie de leurs personnages préférés.

Le magia opère dans 24 pays, avec une playlist Disney100 spéciale comprenant des classiques tels que Le Roi Lion et Cendrillon. Une célébration mémorable pour les fans du monde entier.

Dior brille avec Brut.Pub

L'univers publicitaire connaît une révolution grâce à **Brut.Pub, une initiative conjointe de Publicis Media, FranceTV Publicité, et Brut**.

Ce projet vise à "redéfinir la publicité classique" en puisant dans les codes éditoriaux de Brut pour s'intégrer parfaitement aux réseaux sociaux.

La prestigieuse Maison Parfums Christian Dior, membre du groupe LVMH, devient la première à adopter ce format innovant **pour promouvoir l'exposition "Dior j'adore l" qui a lieu aux Beaux-Arts de Paris du 27 septembre au 15 octobre**.

Cette campagne digitale réinvente le paysage publicitaire en ligne, offrant une nouvelle expérience aux passionnés de la marque.

Mettrocoders, je suis inquiété quand je pense à l'avenir que nous réservent les réseaux sociaux payants. Avez-vous déjà tenté Meta Verified ou Twitter Blue ? Partagez vos retours d'expérience !

Je vous souhaite une semaine riche en découvertes !

Barbara, de Metricool.

Ps : Le fil de l'année se profile, et si comme moi, vous êtes des adeptes de l'anticipation, je vous propose de découvrir notre Calendrier Social Media 2024. Préparez dès à présent vos idées de posts pour les dates importantes de l'année prochaine.

Ressources

- Notes Instagram
- Carrousel de diffusion Instagram
- Reels Instagram
- Meta Verified
- Prompts Intelligence Artificielle

Copyright © 2023 Metricool.com, All rights reserved.
{unsubscribe_text}

Vous avez reçu cet e-mail car vous avez accepté de recevoir des informations de Metricool. Si vous ne souhaitez plus recevoir ces e-mails à l'avenir, vous pouvez vous désinscrire à tout moment. Vous pouvez également modifier vos préférences en matière de communications commerciales, ainsi que vos données, à tout moment en cliquant sur le lien de mise à jour de votre profil ci-dessous. Vous pouvez également nous contacter à l'adresse suivante : Metricool, Agence de Publicité, Barcelona, Spain. Vous pouvez consulter notre politique de confidentialité ici. Pour toute question concernant cette politique de confidentialité, vous pouvez nous contacter via notre formulaire de contact sur notre site Web à l'adresse suivante : metricool.com/es/. Pour connaître notre politique en matière de cookies, veuillez consulter notre politique de cookies.