



J'avais une foule de nouveautés pour commencer la newsletter de cette semaine, Metricooler...

Mais celle-ci a surpassé toutes les autres. Lorsque je l'ai lue, j'ai sauté de joie.

Je ne sais pas vous, mais j'en ai ras la casquette de voir des partages de reels en stories qui coupent juste quand ça devient intéressant ! Instagram, **STOPPEZ ÇA.** 🚫

Rien de plus embêtant que de devoir cliquer sur le Reel pour voir la suite, donc aller sur le profil de la personne, donc devoir regarder la vidéo depuis le début... en *un mot* : **CH****** 😡

Ceci n'est qu'une mise en bouche, car ce qui vient ensuite... **ne manque pas de piquant** !

Des Reels plus longs en stories

C'est sans aucun doute LA new de la semaine à mes yeux : **super utile.**

Comme je l'ai dit en introduction, partager une publication ou un Reel en story sur Instagram est entré dans les usages. Seulement, la coupure de la vidéo en plein milieu. Pratique pourtant très courante sur la plateforme...

Instagram semble avoir écouté nos revendications à ce sujet et 🙏...

Ils travaillent sur la possibilité de partager des Reels complets en story, ou au moins d'une durée maximale de 60 secondes. **Ce n'est pas mal, sachant que la durée maximale autorisée pour un Reel est de 90 secondes.**

Super utile en effet, car **l'utilisateur peut voir tout le Reel sans avoir à se connecter, tandis que le créateur peut recevoir des commentaires directement depuis la story.**

Je pense également que cela permettra d'augmenter les interactions des Reels. Vous pouvez les voir en entier, liker, puis cliquer sur la vidéo et aimer, partager ou ajouter un commentaire.

Qu'en pensez-vous ?



Partagez cette new sur :

Adobe s'attaque à Canva

Pour Adobe, cette semaine a été riche en actualités intéressantes. La première nouveauté se résume en une phrase : **"Ils s'attaquent à Canva".**

Mais comment comptent-ils y arriver ?

En s'attaquant à la plus grande force de Canva : **la simplicité du design.**

Adobe a publié une mise à jour de son outil **"Adobe Express"** pour les entreprises. **Celle-ci répond directement aux besoins des professionnels et des sociétés de toutes tailles.**

La deuxième actualité concerne l'IA, comme je l'avais annoncé dans la précédente newsletter (si vous l'avez lue) qui comportait une actualité sur ce sujet 🤖.

Adobe mise sur cette technologie avec le développement de **"Firefly"**. Cet outil permet de créer des images, des vidéos, des vecteurs ou de la 3D en utilisant le langage naturel.

Bien que ce soit encore une version bêta, il semble que nous pourrions l'utiliser tôt ou tard.....

Partagez cette new sur :

Deux nouveaux formats pour les publicités Instagram

Instagram vient d'introduire **deux nouveaux types de publicités sur la plateforme.** Cette initiative vise à faciliter la découverte des entreprises et des marques par les utilisateurs et à favoriser les interactions avec eux.

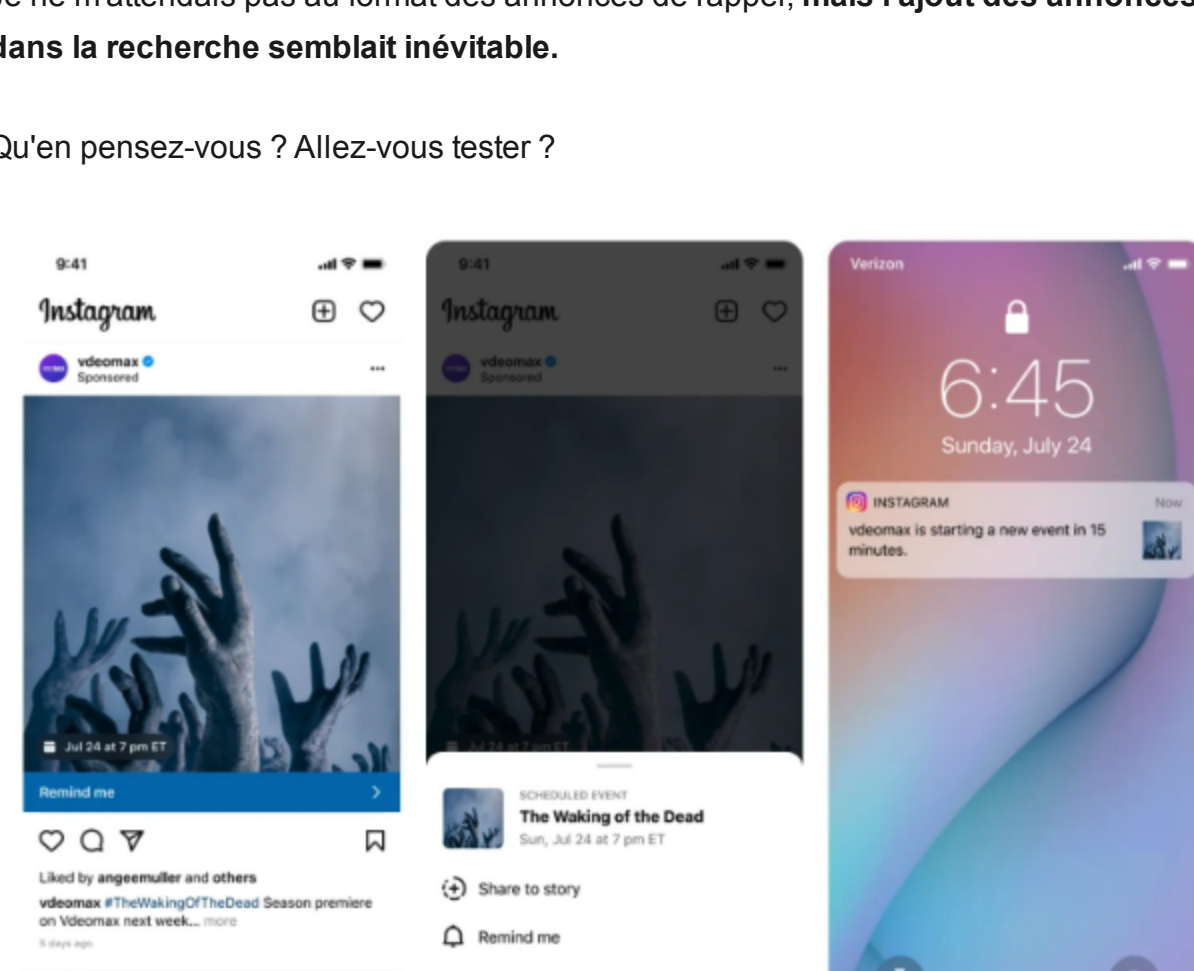
Quels sont ces deux nouveaux types de publicité ?

[Conseil : Assurez-vous de prévoir un budget si vous souhaitez les utiliser... 🚀]

- **Les annonces de rappel** : les entreprises peuvent désormais annoncer, rappeler et notifier aux utilisateurs des événements à venir.
- **Les annonces dans la recherche** : les annonces seront affichées dans les résultats de recherche, c'est-à-dire dans la section "loupe" de votre fil d'actualités.

Je ne m'attendais pas au format des annonces de rappel, **mais l'ajout des annonces dans la recherche semblait inévitable.**

Qu'en pensez-vous ? Allez-vous tester ?



Partagez cette new sur :

Une note de fraîcheur pour le feed TikTok

Si vous êtes lassé du flux **"Pour vous"** de TikTok, j'ai une excellente nouvelle pour vous ! 🌟

TikTok a récemment annoncé qu'il est désormais possible de **rafraîchir et de mettre à jour votre feed "Pour vous" si vous souhaitez voir de nouvelles recommandations.**

En activant la fonction "Rafraîchir le feed pour vous", vous découvrirez :

Les **vidéos les plus populaires de votre feed**

Les vidéos basées sur **vos nouvelles interactions.**

Cela ne modifiera pas le reste de votre flux, **voilà votre boîte de réception ni votre profil.** TikTok travaille constamment sur son algorithme **"Pour vous"**, car **c'est la source de trafic la plus importante pour les vidéos.**

Selon notre **étude TikTok 2023**, cette fonctionnalité représente environ 75 % du trafic généré sur les vidéos. C'est un gouffre si l'on compare avec le reste : le feed **"Suivre"** attire 8,49%, le profil personnel 3,66% et la recherche seulement 2,81%.

[SPOILER : les conclusions vont vous surprendre] 🧐

Partagez cette new sur :

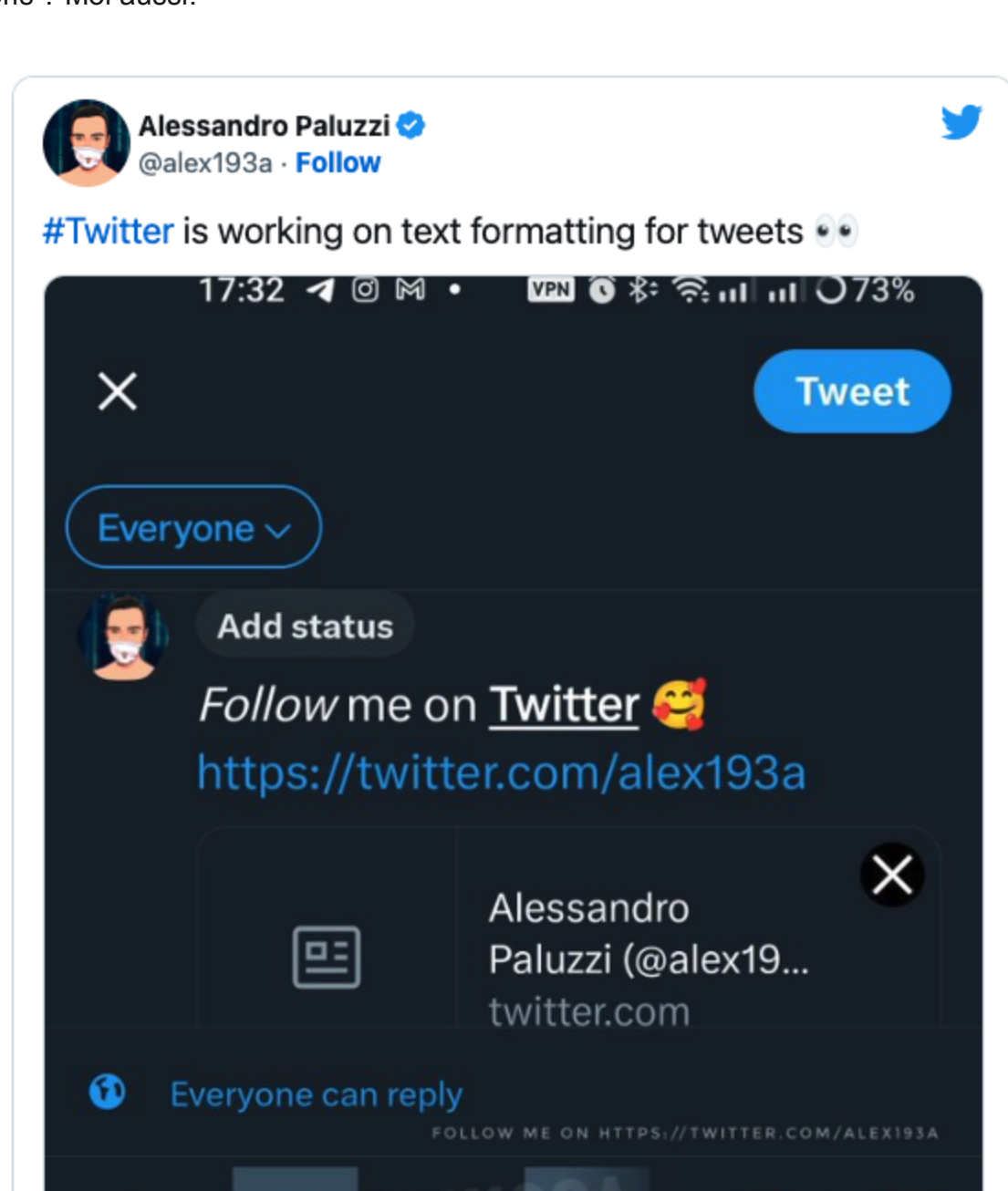
Twitter prend une tournure sérieuse

Si vous pensiez qu'une actualité Twitter par semaine n'était pas suffisante, préparez votre bloc-notes car aujourd'hui les nouvelles vont par paire...

La première annonce dévoile que Twitter est en train de travailler sur une nouvelle fonctionnalité **qui vous donnera la possibilité d'ajouter différents formats de texte à vos tweets pour les embellir.**

Bien qu'on ne sache pas quand elle sera disponible ou si elle sera gratuite, selon ce tweet, **il semble qu'elle vous permette d'utiliser des italiques, des caractères gras ou souligner du texte.**

Surpris ? Moi aussi.



La deuxième annonce concerne **les mesures de performance de vos tweets**, qui sont essentielles pour évaluer l'efficacité de votre stratégie. 🤖

Vous avez probablement remarqué que **chaque tweet comporte des données clés telles que le nombre de likes, de retweets et de vues.**

À ces trois indicateurs, Twitter a ajouté le nombre de fois où **le tweet a été sauvegardé.**

Cette donnée permettra de mieux comprendre à quel point votre contenu est utile pour votre public. Ceci dit, elle existe déjà sur TikTok.

Que pensez-vous de ce nouvel indicateur de performance ? Trouvez-vous cela utile pour évaluer l'efficacité de votre stratégie sur Twitter ?



Partagez cette new sur :

Dove en Bold Glamour

Dove a lancé une campagne publicitaire sur TikTok pour promouvoir son **filte Bold & Glamour**. Il est censé permettre aux utilisateurs de se voir sous un angle plus positif et confiant, en supprimant les défauts perçus de leur apparence.

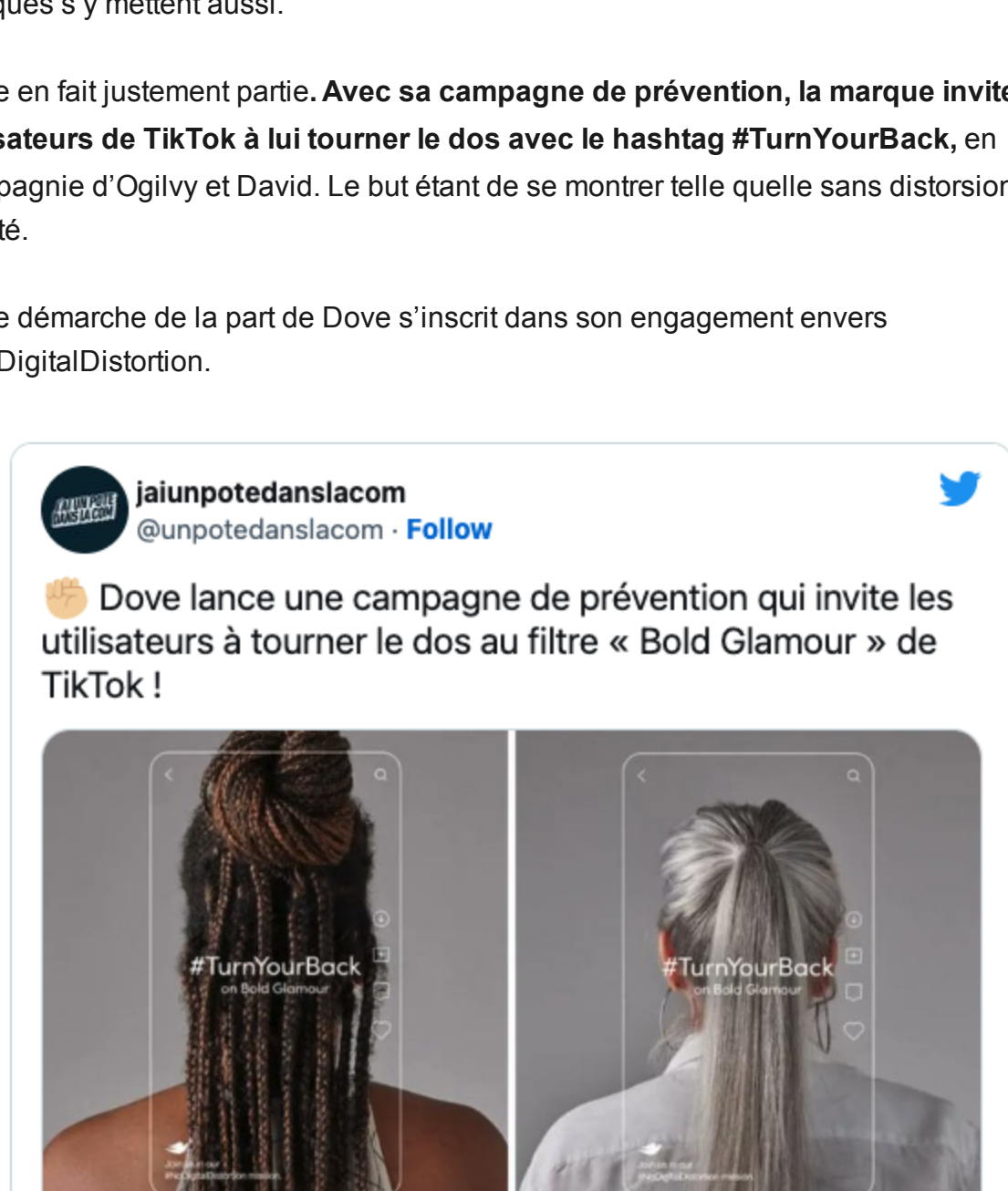
Mais si,

- Vous êtes sur TikTok, vous avez vu les réactions des utilisateurs face à ce filtre.
- Vous avez lu notre newsletter (au lieu de dire comme sur MSN tmt, on vous dit vous-même, vous savez 😊).

Face aux dénonciations faites sur le manque d'authenticité et de naturalité du filtre, les marques s'y mettent aussi.

Dove en fait justement partie. **Avec sa campagne de prévention, la marque invite les utilisateurs de TikTok à lui tourner le dos avec le hashtag #TurnYourBack**, en compagnie d'Ogilvy et David. Le but étant de se montrer telle quelle sans distorsion de la réalité.

Cette démarche de la part de Dove s'inscrit dans son engagement envers **#NoDigitalDistortion.**



Partagez cette new sur :

Wow, quelle semaine chargée pour Metricool !

On croit tout savoir sur les réseaux sociaux et puis en une semaine tout peut changer.

Restez à l'affût, car je serai de retour la semaine prochaine avec encore plus d'informations crostillantes !

Carlos, de Metricool.

PS : N'oubliez pas que vous pouvez nous envoyer toute information qui vous intéresse à cette adresse e-mail, car c'est également votre newsletter 🤖.