

Newsletter 05-02-2024 metricool

Metricoolers, janvier est déjà derrière nous, mais chez Metricool, nous gardons le cap sur nos **bonnes résolutions** ! L'une d'entre elles ? Donner un coup de neuf à notre Newsletter pour la rendre encore plus captivante et agréable à lire.

Cette nouvelle édition comprend les **dernières nouvelles des réseaux sociaux** (c'est notre spécialité, après tout !), mais aussi des surprises : une recommandation coup de cœur de l'équipe France, un chiffre cool de la semaine et même un petit sondage pour recueillir vos précieux retours.

J'espère que vous apprécierez cette nouvelle formule autant que j'ai aimée la rédiger...

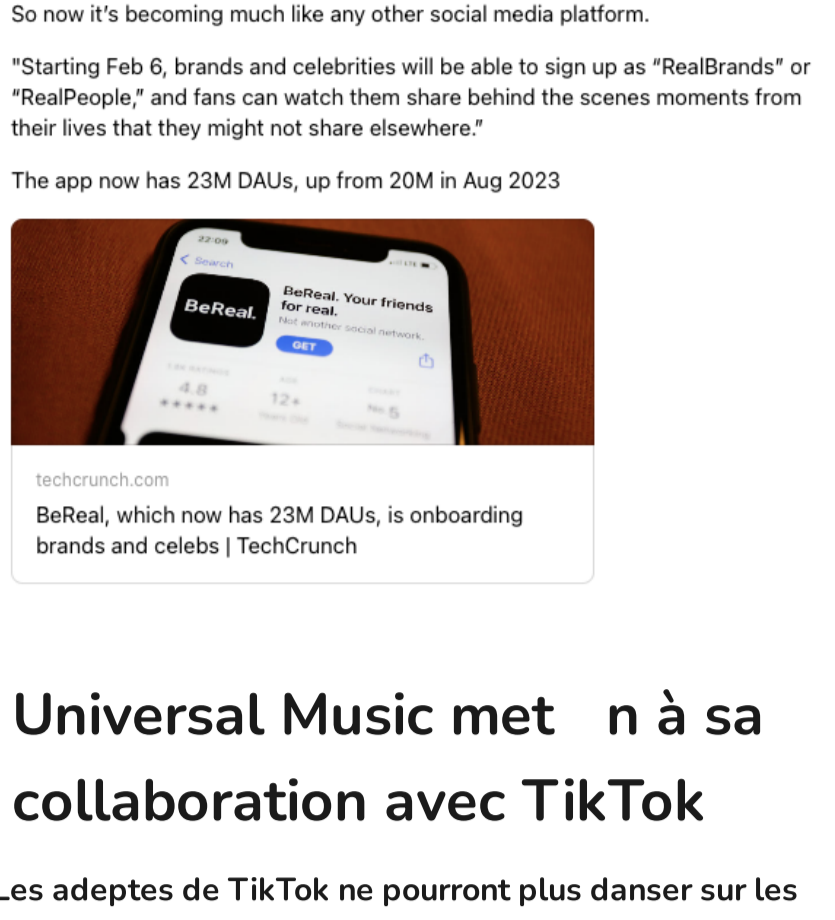
RÉSEAUX SOCIAUX

BeReal s'ouvre aux marques et aux célébrités

Metricoolers, avez-vous déjà rêvé de découvrir la vie secrète de vos stars préférées ? Avec BeReal, c'est désormais possible !

À partir de demain, nous pourrons tous explorer les coulisses des célébrités et des marques grâce à RealPeople et RealBrands.

Cette décision marque un tournant pour l'application, qui privilégie les interactions humaines sans artifices. Cette ouverture aux marques et célébrités pourrait bien transformer le modèle économique de BeReal en ouvrant la voie à la monétisation.



Universal Music met n à sa collaboration avec TikTok

Les adeptes de TikTok ne pourront plus danser sur les tubes de The Weeknd ou de Taylor Swift, car Universal Music a décidé de rompre son contrat avec la plateforme.

Cette décision a un impact majeur sur les utilisateurs et les créateurs de contenu, qui se voient privés de l'accès à une vaste sélection de chansons populaires.

TikTok a exprimé sa déception face à cette décision, blâmant Universal Music pour ce qu'ils considèrent comme un choix motivé par l'appât du gain, au détriment des artistes et des créateurs de contenu.

L'avenir de cette relation reste incertain, mais les utilisateurs espèrent que les deux parties pourront trouver un terrain d'entente à l'avenir.

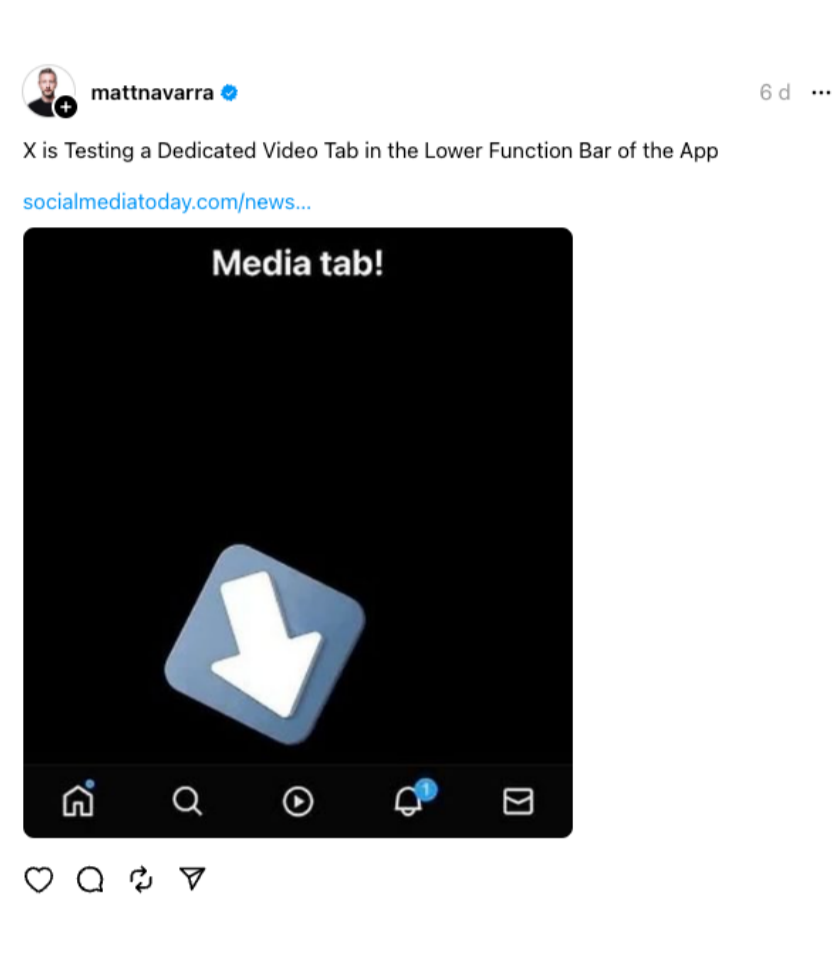
X lance un onglet dédié à la vidéo

X frappe fort avec l'annonce d'un nouvel onglet média sur sa plateforme, mettant en avant les vidéos. Cette initiative s'inscrit dans la stratégie de X qui se positionne de plus en plus comme une plateforme axée sur ce type de contenu.

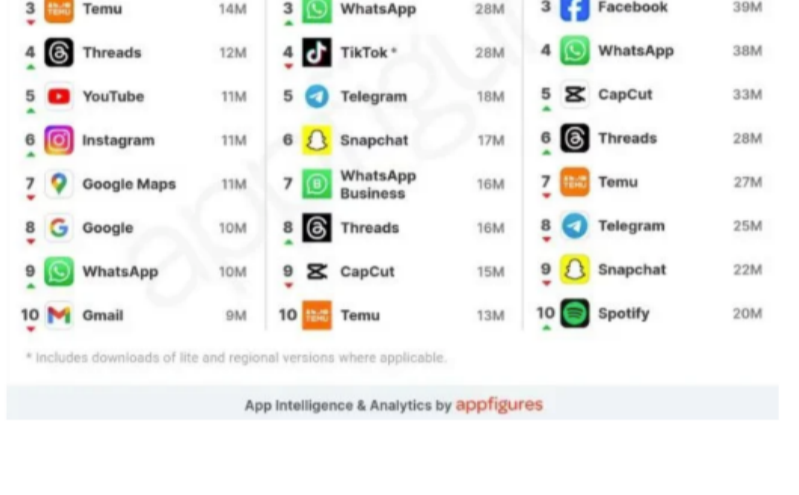
Et, les statistiques le prouvent : les tweets accompagnés de vidéos génèrent 10 fois plus d'engagement.

L'objectif ? Que vous puissiez accéder en un clin d'œil aux dernières vidéos, aux contenus de vos créateurs préférés, et même à des lives en temps réel.

Cette nouveauté promet de dynamiser l'expérience utilisateur et de renforcer l'attrait de la plateforme pour les créateurs de contenus.



The Most Downloaded Apps - December 2023



Des chiffres impressionnants pour Threads

Bien que Threads continue de s'adapter entre les algorithmes, le contenu et les utilisateurs, le mois de décembre a vu une augmentation significative du nombre de téléchargements de l'application.

La principale raison de cette croissance ? Threads est désormais disponible pour tous les utilisateurs de l'Union européenne, consolidant ainsi sa présence mondiale.

Ainsi, l'application s'est hissée dans le top 10 des téléchargements sur les plateformes iOS et Android.

Cependant, il est important de noter que bien que les téléchargements soient en hausse, le nombre d'utilisateurs actifs reste en deçà des attentes. Malgré cela, cette tendance est encourageante et montre un intérêt croissant pour la nouvelle application de Meta.

La CAMPAGNE MARKETING du MOMENT

Dior x Threads : l'essai virtuel qui fait sensation

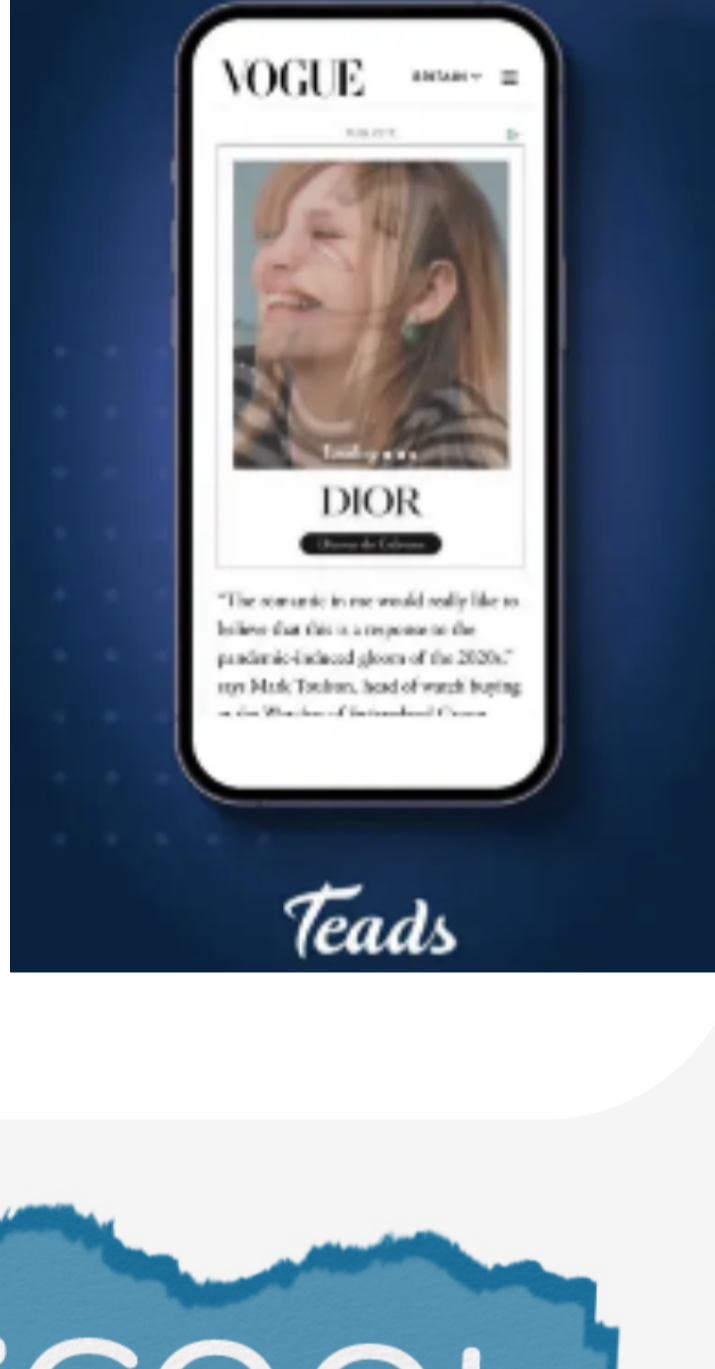
La fusion de la haute couture et de la technologie nous offre une expérience de shopping en ligne qui séduit.

Grâce à un essai virtuel de boucles d'oreilles, les utilisateurs ont pu découvrir la collection « Rose des vents » de Dior sans quitter leur écran.

Les chiffres parlent d'eux-mêmes :

- Une hausse de 43% de la mémorisation de la publicité.
- Une perception premium de Dior en hausse de 17%.
- Une augmentation de 12% des utilisateurs souhaitant partager l'expérience avec leurs proches.
- Un bond de 36% des intentions d'achat.

Avec de tels résultats, il est clair que cette collaboration est un exemple pour les marques du shopping en ligne.



CHIFFRECOOL

260.000 dollars avec une seule vidéo sur X

Mardi dernier, MrBeast a mis le feu à X (ex-Twitter) en dévoilant son dernier coup de maître ! Curieux de connaître les revenus publicitaires sur la plateforme, il a partagé sa vidéo « \$1 Car vs \$100,000,000 Car » (Une voiture à un dollar contre une voiture à cent millions de dollars).

Résultat ? 161 millions de vues et un joli pactole de 263 655 \$! Mais ce n'est pas tout ! Toujours aussi généreux, MrBeast a décidé de redistribuer l'intégralité de ses gains à 10 de ses fidèles abonnés, sélectionnés au hasard.

Ferez-vous partie des heureux gagnants ?



RECO DE LA TEAM

#MetriFrance

"MERCi INTERNET" de SQUEEZIE

Le speech

Disponible sur Amazon Prime depuis le 19 janvier, cette mini-série en cinq épisodes réalisés par Théodore Bonnet révèle les coulisses de la vie de Lucas Hauchard, le célèbre Squeezie.



Ce qui vous attend

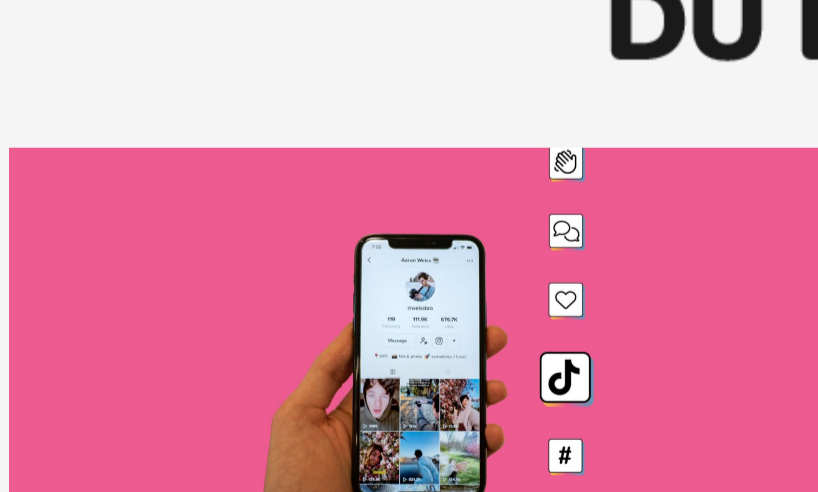
Découvrez les secrets bien gardés du numéro 1 des youtubeurs français avec des interviews exclusives de Mister V, McFly et Carlito, Orelsan, Lena Situations, et bien d'autres. De ses débuts modestes dans sa chambre d'adolescent à ses exploits sur les pistes du GP Explorer, plongez dans l'univers de ce jeune pas comme les autres.

Pourquoi regarder ?

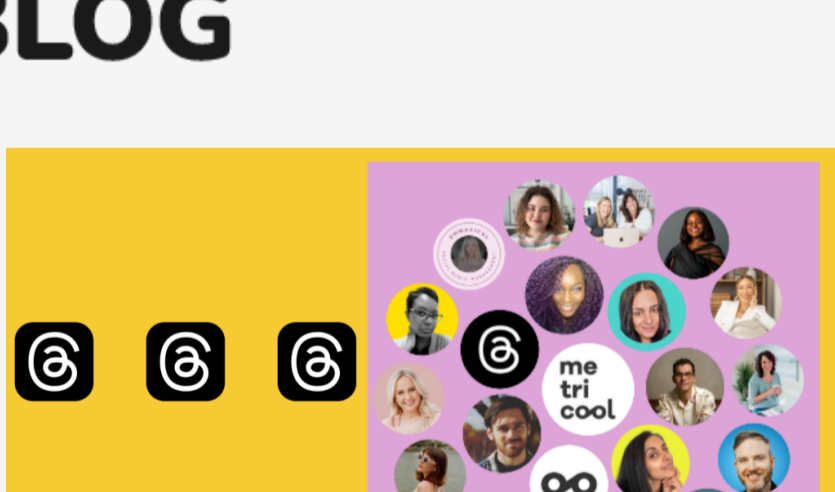
Pour les professionnels des réseaux sociaux, ce documentaire est une mine d'inspiration pour comprendre les tendances actuelles et les attentes du public. Apprenez des stratégies de contenu et de tactiques de communication qui ont propulsé Squeezie au sommet.



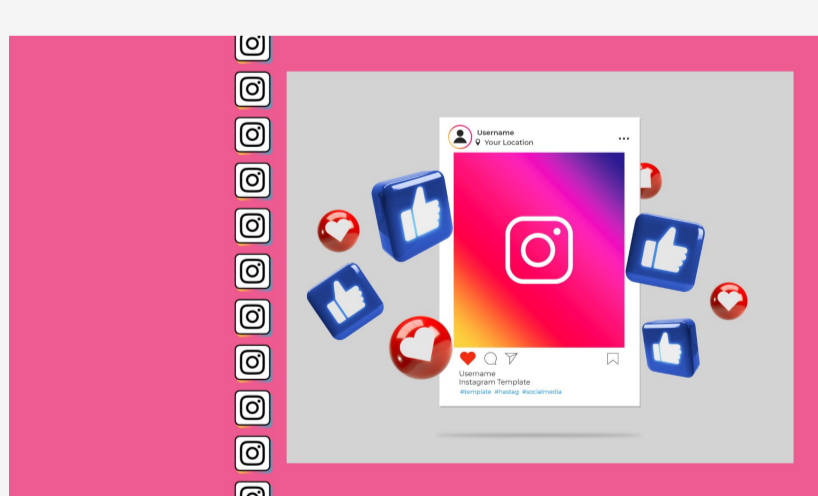
LES DERNIERS ARTICLES DU BLOG



Les 7 tendances TikTok 2024 à connaître



Threads App : comment l'utiliser ? [Guide]



Comment avoir des likes sur Instagram ?



Les 10 blogs marketing digital à suivre en 2024

À part les newsletters, quel est votre format préféré pour connaître les dernières actualités des réseaux sociaux ?

- Webinaires
- Articles de blogs
- Infographies
- Podcasts

Powered by Typeform

Voilà Metricoolers, c'est tout pour cette semaine. J'espère que ce nouveau format vous a plu ! En tout cas, moi, j'ai déjà hâte de vous retrouver lundi prochain !

Bonne semaine à tous,

Barbara, de Metricool

P.S. : Avant de vous quitter, j'ai une dernière surprise pour vous ! Nous sommes ravis de vous annoncer le lancement de **notre compte sur Pinterest** ! Rejoignez-nous pour trouver de l'inspiration sur la gestion des réseaux sociaux et découvrir des astuces exclusives !



Vous êtes fan de notre newsletter ?

Likez, partagez et restez connecté !

Partagez-le dans un tweet

Partagez-le sur LinkedIn



Copyright © 2024 Metricool.com. All rights reserved. [unsubscribe_text]

Vous pouvez vous opposer à tout moment à l'envoi de communications commerciales en [cliquant ici](mailto:info@metricool.com) ou en envoyant un email à info@metricool.com. Metricool Software, S.L. est responsable du traitement de vos données pour les finalités susmentionnées. Si vous avez contracté l'un de nos services pour maintenir la relation contractuelle, ainsi que la gestion, l'administration, l'information, la fourniture et l'amélioration du service et l'envoi de communications commerciales, sauf si vous en avez été avisé, dans le cas où vous avez donné votre consentement à l'envoi de ces communications par nos nouvelles et/ou la promotion de Metricool. Pour traiter votre demande d'information, vous disposez d'un droit d'accès, de modification, de suppression, d'opposition au traitement, de portabilité et du droit de ne pas faire l'objet de décisions automatisées produisant des effets juridiques ou affectant de manière significative de façon similaire. Vous pouvez exercer vos droits à l'adresse info@metricool.com. Plus d'informations dans la [politique de confidentialité](https://metricool.com/conditions).