

# Newsletter 25-03-2024 **metricool**

On vous prévient, cette semaine, c'est sport.

Entre tous les nouveaux tests de fonctionnalités lancés par les applications, on pourrait presque avoir le tournis ! Mais ne vous inquiétez pas, chez Metricool, on ne manque pas d'entraînement, les réseaux sociaux, on pratique. 🏃‍♂️

Un premier point sur la situation avant de rentrer dans le vif du sujet : Instagram et TikTok, semblent en compétition pour la place sur le podium, et de son côté, YouTube prend la place de l'arbitre.

Pour ce qui est de Thread, l'application semble également être en bonne condition physique.

Allez, let's go découvrir les actualités de la semaine 🏆

## RÉSEAUX SOCIAUX

### Instagram en pleine forme

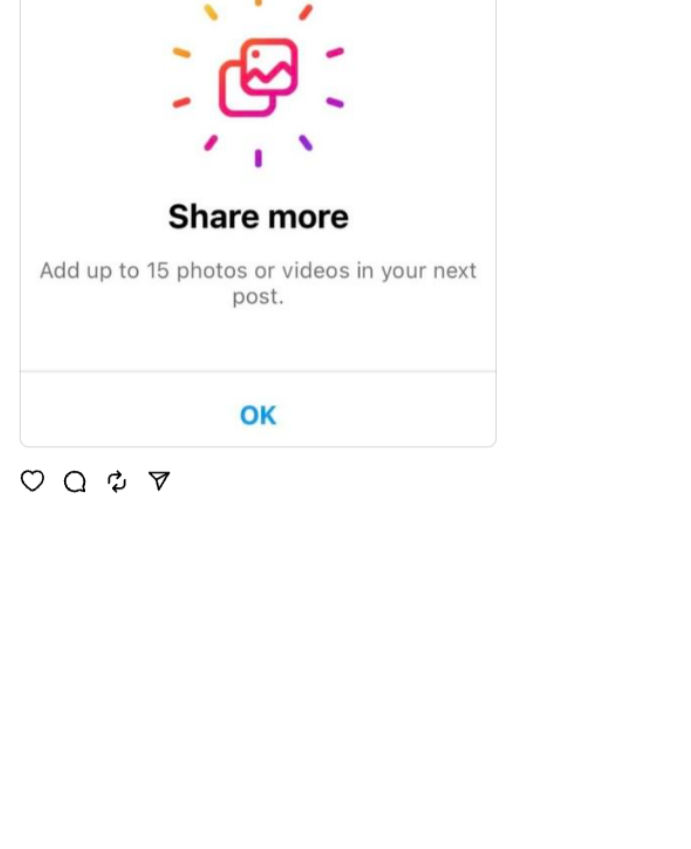
Cette semaine, l'application Instagram est bien active ! 📸

La plateforme permettrait d'ajouter bientôt jusqu'à 15 images ou vidéos dans les carrousels, le maximum étant actuellement de 10.

La nouvelle va certainement en ravir plus d'un, car le carousel commence à se faire connaître, pour son format qui favorise l'engagement et génère des interactions.

En plus de cette nouveauté, l'application semble faire marche arrière et lance une expérimentation avec des Reels plus longs. Certains utilisateurs peuvent désormais importer des vidéos allant jusqu'à 3 mins !

Alors, impatient de tester tout ça ?



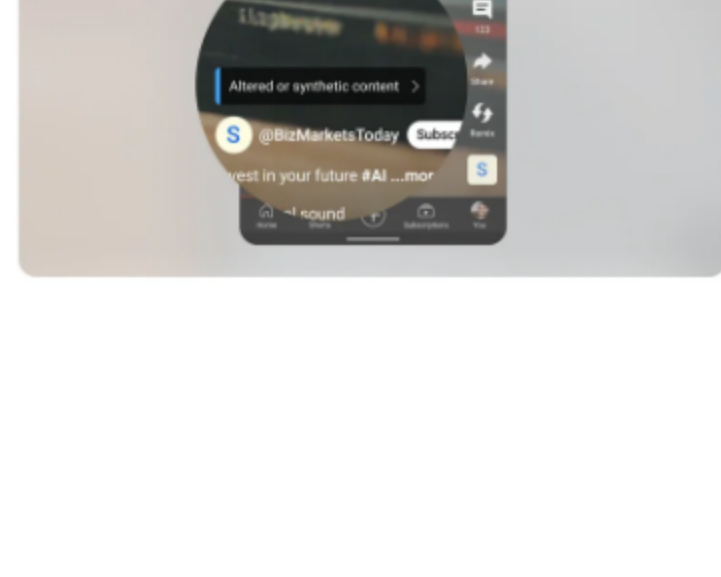
### YouTube ne rigole pas avec l'IA

Attention attention, YouTube instaure des règles concernant les contenus conçus ou modifiés grâce à l'Intelligence Artificielle.

Avec la généralisation des outils d'IA et la prolifération des contenus générés ou altérés par l'IA, on peut vite s'y perdre. Qu'est-ce qui est vrai ? Qu'est-ce qui ne l'est pas ? 🤖

Alors YouTube instaure de nouvelles directives. Les créateurs devront systématiquement indiquer si leur contenu a été produit avec l'aide de l'IA, en plaçant des étiquettes dans la description d'une vidéo YouTube ou d'un Short.

Cette mesure se limite aux contenus réalistes et vise principalement à éclairer les internautes afin de prévenir la diffusion de vidéos trompeuses.



### Thread se la joue à la Tinder

Du côté de Thread on teste également une nouvelle fonctionnalité : Le swipe.

Le but de cette fonctionnalité : vous n'aimez pas un contenu, swipez à droite, un autre vous fait de l'œil, swipez à gauche.

Simple et efficace, cette nouveauté permet à l'algorithme de s'ajuster petit à petit en fonction de vos actions. Il adaptera alors votre flux pour vous proposer davantage de contenu que vous désirez et moins de celui que vous ne désirez pas.

Et nous on qu'une seule question à vous poser : tout ça ne vous fait pas penser à quelqu'un ? \*\*



### Tiktok lance un programme de récompense pour les créateurs

"Le temps c'est de l'argent" 💰

Un adage qui s'aligne parfaitement avec ce changement stratégique communiqué par l'application TikTok.

En effet, la plateforme, spécialiste des vidéos, remanie son programme de récompenses pour les créateurs afin de favoriser des téléversements plus longs.

Le programme vise à assurer aux créateurs une rémunération pour le téléchargement de contenus longs et de haute qualité, seules les vidéos d'1 min ou plus étant éligibles à la participation.

Plus de vues = plus de paiements, bien que certains critères plus spécifiques soient également pris en compte, tels que l'originalité, la durée de lecture, la valeur de recherche et l'engagement du public.

Alors metricoolers, vous êtes prêt à jouer les Spielberg pour TikTok ?



## La CAMPAGNE MARKETING du MOMENT

### Campagne Netflix : Alcaraz, The Docuseries

#AlcarazNetflix

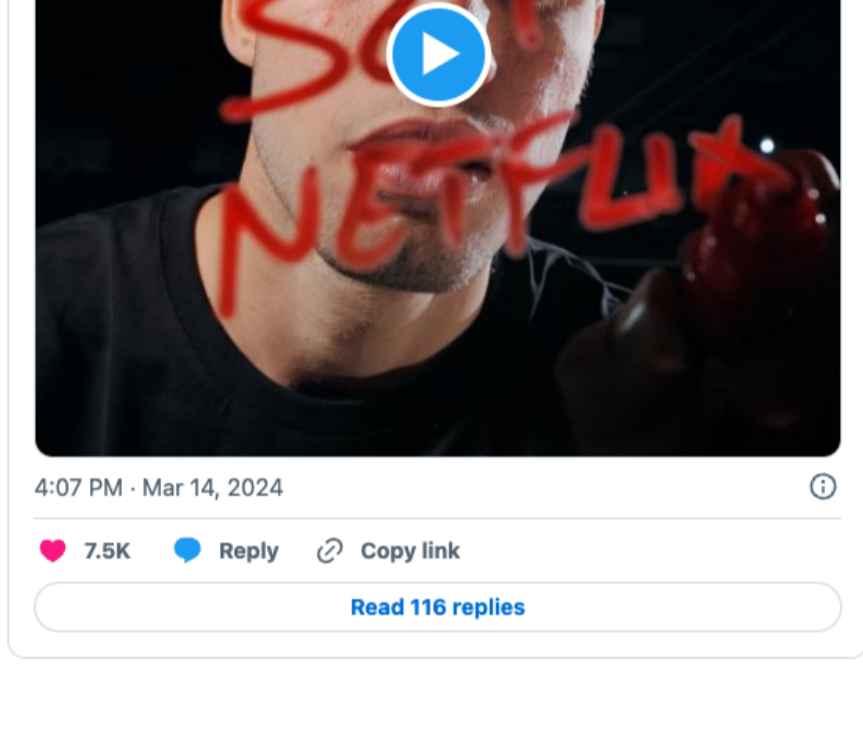
C'est ce qu'on appelle un teasing de qua-li-té ! Le petit prodige espagnol du tennis, Carlos Alcaraz, a mis les spectateurs en alerte pendant son dernier tournoi. 🎾

À la fin de chaque match, le tennisman se dirige vers la caméra, pour y rédiger des messages en rouge, tous plus intrigants les uns que les autres : "N. See you soon", "Tudum", "No more secret" et enfin "Game, set and Netflix".

Une campagne pour le moins originale, surprenante et captivante, qui aura permis de diffuser le message au plus grand nombre.

Ce film documentaire produit par Netflix, accompagnera Carlos lors de ses matchs, mais également dans sa vie en dehors du court, offrant ainsi aux fans la possibilité de suivre les péripéties de ce jeune prodige du tennis professionnel, qui fêtera ses 21 ans en mai prochain.

Un peu de patience tout de même pour le visionnage, car le documentaire sur Carlos Alcaraz ne sera diffusé qu'en 2025.



## CHIFFRECOOL

### 241 million d'abonnés sur YouTube

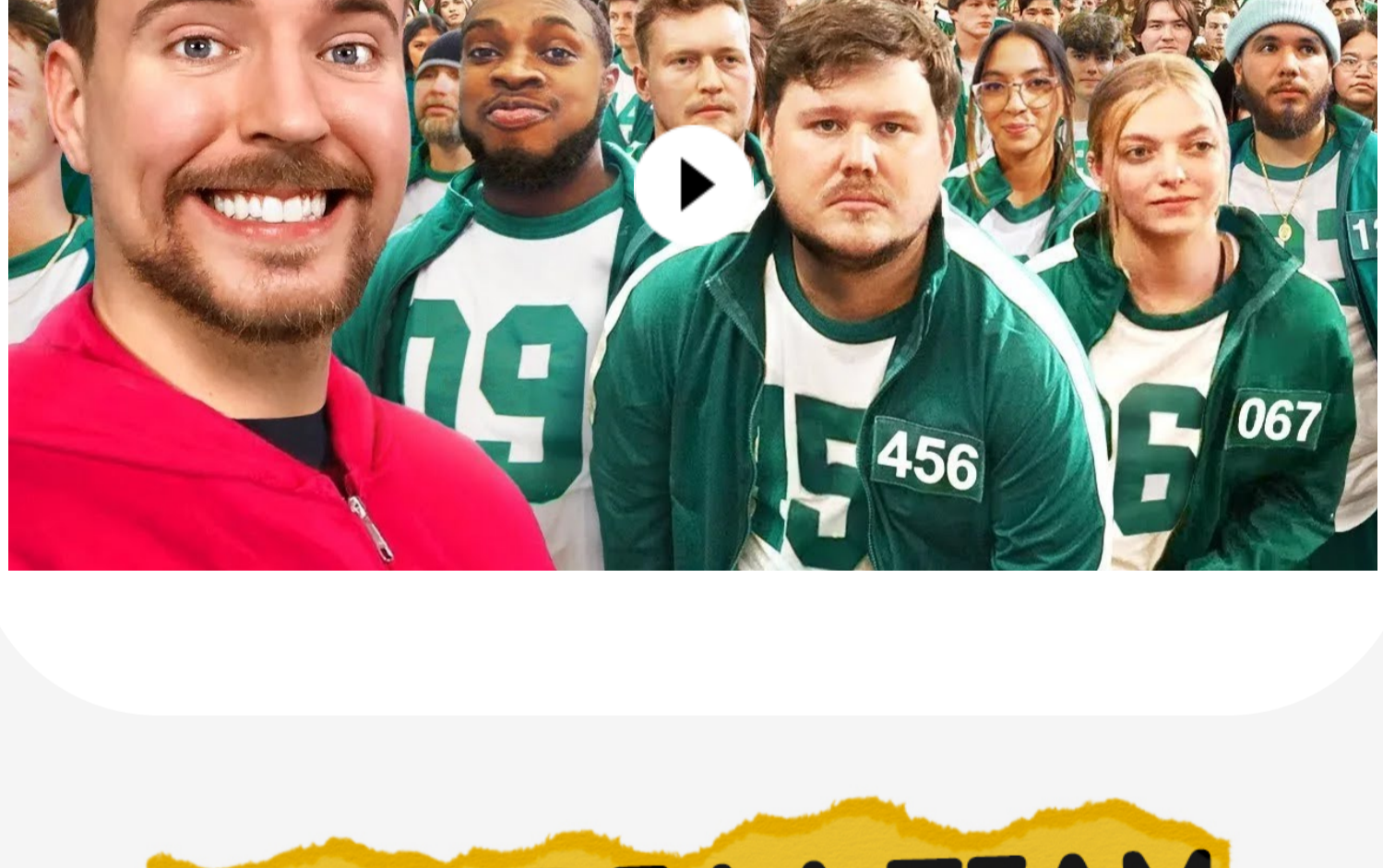
C'est sans appel, MrBeast rafle tout sur la plateforme YouTube. Il se place 1er dans le classement des YouTubers individuels les plus suivis en ce début de 2024, avec pas moins de 241 millions d'abonnés (et il est déjà rendu à 246 millions à l'heure où nous écrivons ces lignes 🤖).

De son vrai nom, Jimmy Donaldson est connu pour partager des vidéos d'expériences, de tests et de challenges tous plus fous les uns que les autres. En plus de sa chaîne principale, il en possède également plusieurs autres avec des dizaines de millions d'abonnés.

Le youtubeur est aussi connu pour sa générosité et ses actions philanthropiques. Il a récemment fait parlé de lui pour avoir financé les opérations de la cataracte pour des personnes malvoyantes.

À la suite du classement, on retrouve aussi Like Nastya avec 113 millions d'abonnés et PewDiePie avec 111 millions d'abonnés.

Et vous metricoolers, faites vous partie de la longue liste des abonnés de MrBeast ?



## RECO DE LA TEAM #Metrifrance

### Livre Blanc : les meilleures campagnes social media de 2023

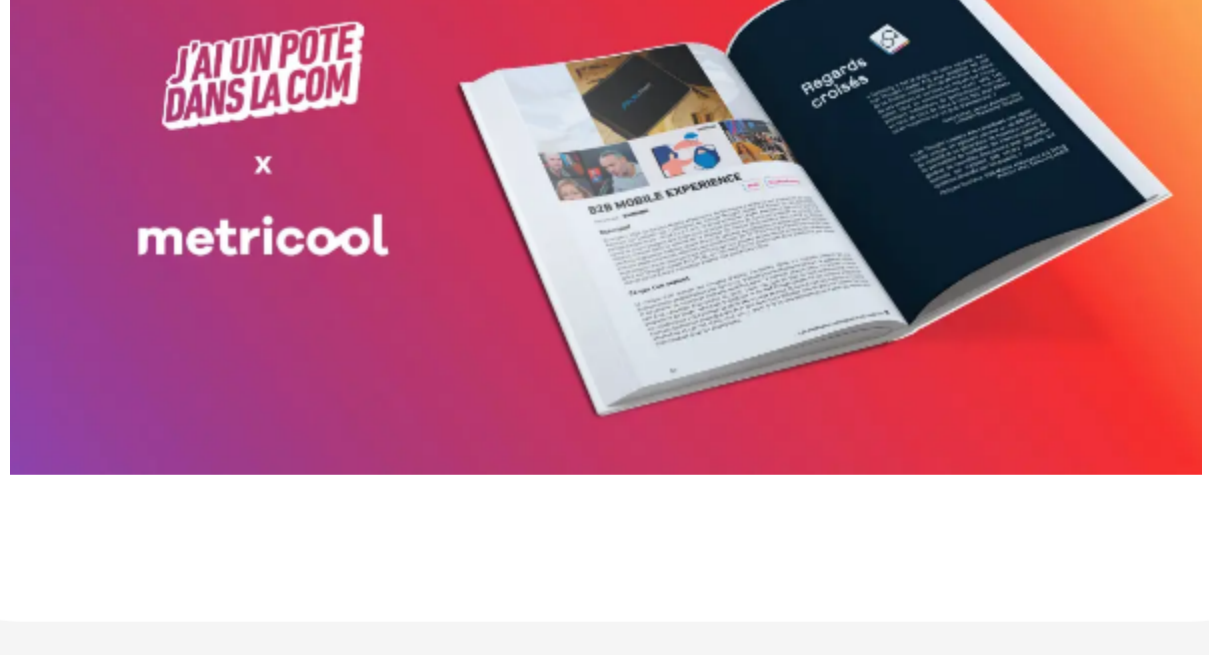
Et oui, c'est annoncé ! Ce mardi 19 mars, on vous a partagé notre nouveau projet avec l'ai un pote dans la com. 🍷

Vu que ce n'est plus un secret, on vous en dit un peu plus. Dans cette troisième édition des meilleures campagnes social media, rédigé par la team JUNDLC, vous retrouverez :

- ✔️ L'analyse de 75 campagnes qui nous ont le plus marquées sur les réseaux sociaux en 2023.
- ✔️ 144 pages de lecture : au format digital ou papier, à vous de voir
- ✔️ 16 analyses détaillées passées à la loupe par notre équipe
- ✔️ 10 réseaux sociaux et des sources provenant de nos différentes études

Et voilà de quoi bien vous occuper 🤖

On est pas peu fiers de cette belle collaboration, alors n'hésitez pas et foncez le télécharger !



## LES DERNIERS ARTICLES DU BLOG



**Influenceurs écologie : 7 créateurs engagés pour l'environnement**



**Copywriting social media : 7 formules magiques à connaître**



**Taux d'engagement YouTube : 6 conseils pour le booster**



**Les Épingles Pinterest : ce qui change et quel format choisir ?**

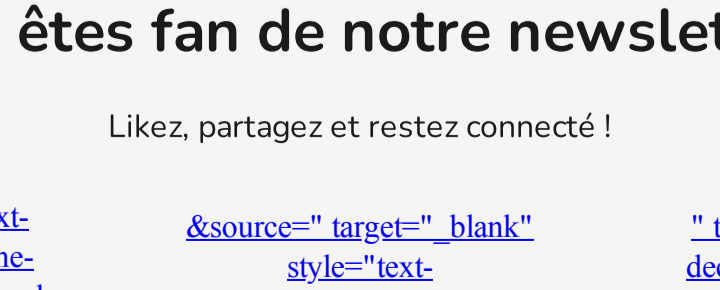
Et voilà Metricoolers, c'est déjà la fin de cette Newsletter. J'espère que les actus de cette semaine vous auront bien inspirés pour le reste de la semaine à venir.

Allez, on l'a sans embête pas plus longtemps, vous êtes sûrement déjà en train de dévorer notre libre blanc ! 🍷

Très bon lundi à tous et à la semaine prochaine !

Barbara de Metricool

*PS : chez Metricool on adore papoter avec des gens cool ! Alors si vous avez suivi la première partie du webinar avec Nina Gambin alias Callmevoyou, ne rater surtout pas la deuxième session ! Pour faire le plein de précieuses connaissances, rendez-vous sur sa Masterclass Vendre à travers les Reels et les Stories, le 3 avril à 12h00. Inscrivez-vous ici.*



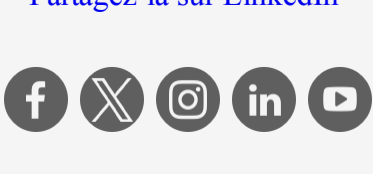
### Vous êtes fan de notre newsletter ?

Likez, partagez et restez connecté !

["target="" blank" style="text-decoration:none display:inline-block; color:#22222a; background-color:#f5c332; border-radius:4px; width:auto; border-top:1px solid #f5c332; border-right:1px solid #f5c332; border-bottom:1px solid #f5c332; padding:4px 5px; font-family:'Nunito', Arial, 'Helvetica Neue', Helvetica, sans-serif; font-size:16px; text-align:center; mso-border-all:none; word-break:keep-all;">Partagez-la sur Twitter](#)

[@source="" target="" blank" style="text-decoration:none display:inline-block; color:#22222a; background-color:#f5c332; border-radius:4px; width:auto; border-top:1px solid #f5c332; border-right:1px solid #f5c332; border-bottom:1px solid #f5c332; padding:4px 5px; font-family:'Nunito', Arial, 'Helvetica Neue', Helvetica, sans-serif; font-size:16px; text-align:center; mso-border-all:none; word-break:keep-all;">Partagez-la sur LinkedIn](#)

["target="" blank" style="text-decoration:none display:inline-block; color:#22222a; background-color:#f5c332; border-radius:4px; width:auto; border-top:1px solid #f5c332; border-right:1px solid #f5c332; border-bottom:1px solid #f5c332; padding:4px 5px; font-family:'Nunito', Arial, 'Helvetica Neue', Helvetica, sans-serif; font-size:16px; text-align:center; mso-border-all:none; word-break:keep-all;">Partagez-la sur Telegram](#)



Copyright © 2024 Metricool.com, All rights reserved. (unsubscribe\_text)

Vous pouvez vous opposer à tout moment à l'envoi de communications commerciales en cliquant sur le lien en envoyant un email à [info@metricool.com](mailto:info@metricool.com). Metricool Software, S.L. est responsable du traitement de vos données pour les finalités suivantes: Si vous avez contracté l'un de ses 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 vous y êtes opposé. Dans le cas où vous avez donné votre consentement à cette fin, pour l'envoi de communications sur les nouveautés et les promotions de Metricool. Pour traiter votre demande d'information. Vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, de suppression, de limitation, d'opposition au traitement, de portabilité et de droit de rétractation. Vous pouvez exercer vos droits en écrivant à [info@metricool.com](mailto:info@metricool.com) ou vous adressant de manière signifiée de façon électronique. Vous pouvez exercer vos droits à l'adresse [info@metricool.com](mailto:info@metricool.com). Plus d'informations dans le [politique de confidentialité](#).