Newsletter 10.06.2024
metricool

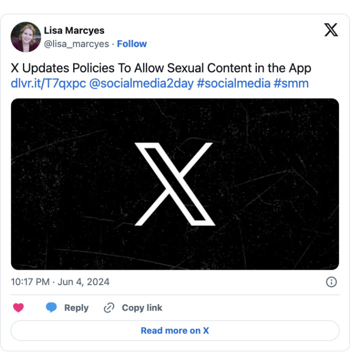
Le sexe fait vendre ! Mais rassurez-vous, Metricoolers, je ne vous embarque pas dans une discussion trop osée. Cette accroche audacieuse nous vient de l'actualité brûlante de l'ex-Twitter.

En effet, Elon Musk semble avoir compris l'importance de cette dimension dans la stratégie de monétisation de la plateforme désormais renommée (et on comprend maintenant pourquoi !). En ouvrant la voie aux contenus pour adultes, il espère dynamiser davantage l'attrait et la rentabilité de la plateforme.

Et cette semaine, l'agitation ne se limite pas à Twitter ! D'Instagram à Pinterest, en passant par Snapchat, chaque réseau social rivalise de créativité pour se démarquer. 😱

RÉSEAUX SOCIAUX

X ouvre ses portes aux contenus sexuels



X, anciennement connu sous le nom de Twitter, met à jour sa politique sur le contenu pour adultes. Une décision qui pourrait être motivée par des opportunités de revenus futures, mais également p**our mieux aligner son approche avec son nom**.

Cette décision intervient après une longue période où le réseau a indirectement permis ce type de contenu, mais sans le réglementer explicitement. Pourtant, en raison des défis liés à l'application et à la monétisation du contenu, Twitter a dû revoir sa position. **Pourrait-ce être un signe d'un changement de cap sous la direction d'Elon Musk ?**

Qu'en pensez-vous, Metricooler ? X fait-il un pas dans la bonne direction ou est-ce une décision risquée ? 🤔

Nouveautés pour les Broadcast Channels d'Instagram

Instagram enrichit ses canaux de diffusion pour les créateurs ayant **plus de 10k abonnés** avec trois nouvelles fonctionnalités :

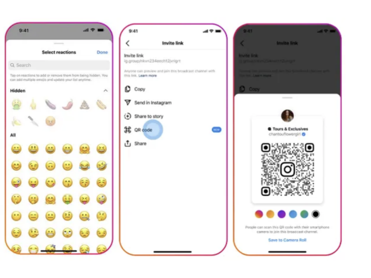
- IG Live : lancez des diffusions en direct réservées aux membres de votre canal, pour une connexion plus intime avec vos fans.

- Thèmes personnalisés : ajoutez des images de fond uniques à vos chats pour refléter votre style.

- Emojis et QR codes : choisissez les emojis à autoriser dans les réactions et utilisez des QR codes pour promouvoir facilement votre canal.

Ces nouvelles fonctionnalités vous permettront de renforcer l'engagement de vos abonnés les plus fidèles.

Metricoolers, saviez-vous que 70% des utilisateurs Instagram préfèrent les messages privés aux publications publiques ? 📲✨



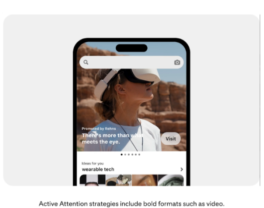
Pinterest : maître de l'attention

Pinterest dévoile les secrets de l'attention avec une étude surprenante !

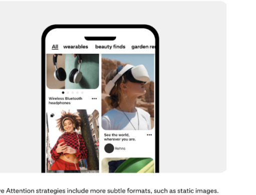
L'astuce ? Viser à la fois **l'attention active et passive** dans vos stratégies. Mais qu'est-ce que cela signifie vraiment ?

La plateforme suscite **170% d'attention en plus que les autres applications**, grâce à son contenu attrayant et à l'engagement prolongé des utilisateurs. En effet, sur Pinterest, les gens prennent leur temps, faisant **défiler les annonces 1,5 fois plus** que sur d'autres réseaux.

Il ne vous reste plus qu'à prendre des notes pour votre future stratégie !



Active Attention strategies include bold formats such as video.



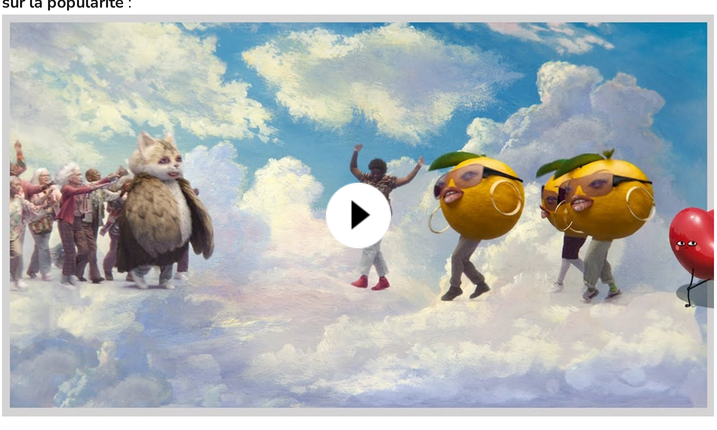
Passive Attention strategies include more subtle formats, such as static images.

L'authenticité s'invite sur Snapchat

Snapchat bouscule les normes avec sa nouvelle campagne **"Moins de Likes, Plus d'Amour"**, visant à promouvoir des interactions plus authentiques entre utilisateurs. Au lieu de se concentrer sur la quête incessante de j'aime, l'application met en avant l'importance des moments partagés avec vos amis.

Cette initiative vise à revaloriser les relations humaines au sein de la sphère numérique. Fini les interactions superficielles, Snapchat souhaite **créer des connexions plus profondes et signi catives entre ses utilisateurs**.

La campagne, accompagnée d'une vidéo, met en lumière l'aspect ludique et spontané de l'application. Les visuels soulignent l'unicité des échanges sur le réseau, où **l'authenticité prime sur la popularité** :

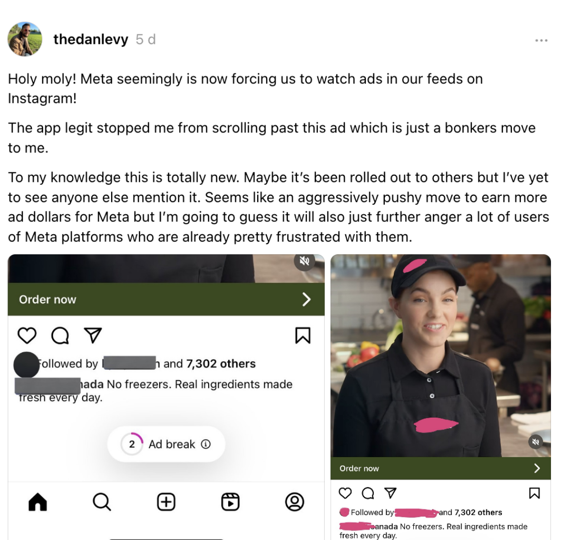


Pause forcée sur Instagram

Instagram surprend en testant un nouveau format de publicité vidéo dans son flux principal. **Ces pubs vidéo non skippables** obligent les utilisateurs à les regarder avant de pouvoir continuer à faire défiler leur fil d'actualité. Imaginez-vous, bloqués devant une pub jusqu'à ce que le chronomètre s'écoule !

Cette initiative n'est pas très bien accueillie par les utilisateurs. **Pourquoi Instagram prendrait-il un tel risque ?** Eh bien, avec la moitié de votre fil d'actualité remplie de contenu recommandé par l'IA, cela offre à Meta une occasion d'augmenter ses revenus publicitaires. Mais forcer les utilisateurs à regarder des publicités risque de les irriter.

Le réseau prend-il un risque calculé ou une direction impopulaire ? L'avenir nous le dira.



La CAMPAGNE MARKETING du MOMENT

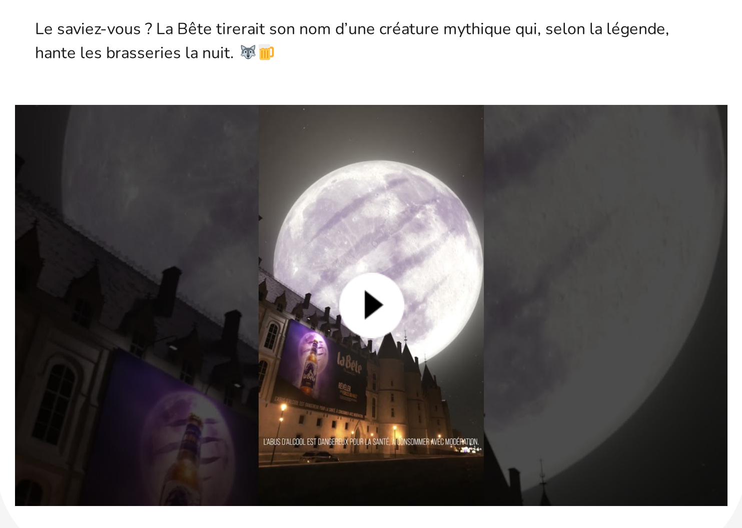
Paris sous la lune : coup de maître digital

La Bête et l'agence Rosbeef! repoussent les limites du marketing digital avec leur dernière campagne ! **Sur Meta et Snapchat, une vidéo Fake OOH révèle une lune géante** dans le ciel parisien, captivant les amateurs de bière craft.

Cette initiative montre la puissance du digital pour créer des expériences immersives et surprenantes. Pour la deuxième année consécutive, les deux enseignes prouvent que leur collaboration est synonyme d'innovation et de succès.

Avec une nouvelle identité visuelle et le claim audacieux « Révéler les forces du malt », **cette campagne 360 déploie ses ailes sur tous les canaux**, renforçant la position de la marque.

Le saviez-vous ? La Bête tirerait son nom d'une créature mythique qui, selon la légende, hante les brasseries la nuit. 🐺🍺



CHIFFRECOOL

78% des acheteurs de luxe utilisent cette app chaque mois

En voyant ce titre, vous pensez peut-être à Instagram ou TikTok ? Détrompez-vous, il s'agit de **Snapchat** ! C'est ce que révèle une étude menée par Ipsos sur le secteur du luxe.

Contrairement aux apparences, cette industrie n'est pas en retard sur les évolutions digitales, bien au contraire ! En effet, **54% des participants** à l'étude estiment que Snapchat est idéal pour **découvrir de nouveaux produits de luxe**. De plus, **53% des utilisateurs** utilisent la plateforme pour **partager et recommander des produits**.

Alors, si vous êtes Social Media Manager dans ce domaine, vous savez maintenant où concentrer vos efforts ! 💍📱

RECO DE LA TEAM

#MetriFrance

Quand Lyon change de perspective

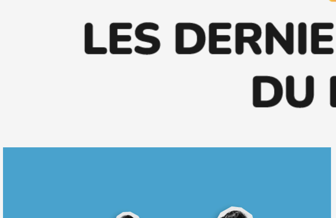
Pour notre recommandation de la semaine, cap sur Lyon où **6e Sens Immobilier, en partenariat avec l'agence The Pill by Creapills**, bouscule les codes de la publicité.

Leur local rue Desaix, un espace de 140m² à louer, se transforme en **message interactif qui se lit dans les deux sens** : négatif d'un côté, positif de l'autre.

Ce coup de maître en **reverse marketing** attire l'attention et montre que dans l'immobilier, tout est une question de perspective.

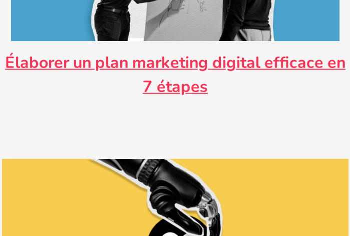
Et vous, Metricooler, quel est le message publicitaire le plus créatif que vous ayez vu ?

LES DERNIERS ARTICLES DU BLOG

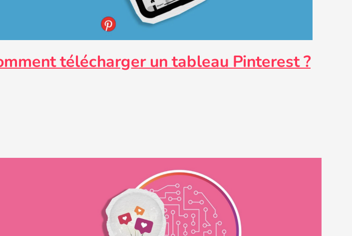


[Élaborer un plan marketing digital efficace en 7 étapes]

[Comment télécharger un tableau Pinterest ?]



[Comment empêcher l'IA de Meta de s'entraîner avec vos données ?]



[Clés pour comprendre l'algorithme Instagram 2024]

Alors, Metricoolers, pas trop secoués par ces nouvelles ? Qu'est-ce qui vous étonne ou vous agace le plus ? Que le sexe devienne un sujet chaud sur X (sans mauvais jeu de mots 🤭) ou qu'Instagram ait choisi de vous imposer des pubs vidéo ?

Allez, une petite pause-café, une grande inspiration, et tout ira mieux !

Quant à moi, je vous retrouve la semaine prochaine pour encore plus d'actualités folles sur les réseaux sociaux.

Barbara, de Metricool

PS *: Avez-vous jeté un œil à notre dernière vidéo YouTube ? Si vous voulez* ***percer les secrets de vos concurrents en un clin d'œil****, c'est le moment de la regarder ! Découvrez comment réaliser un benchmark de vos rivaux en un éclair. Une seule action :* ***cliquez sur play !***

metricool

Vous êtes fan de notre newsletter ?

Likez, partagez et restez connecté !

🔞" target="_blank" style="background-color:#f5ca32;border-bottom:1px solid #F5CA32;border-left:1px solid #F5CA32;border-radius:4px;border-right:1px solid #F5CA32;border-top:1px solid #F5CA32;color:#22222a;display:inline-block;font-family:'Nunito', Arial, 'Helvetica Neue', Helvetica, sans-serif;font-size:16px;font-weight:700;mso-border-alt:none;padding-bottom:5px;padding-top:5px;text-align:center;text-decoration:none;width:auto;word-break:keep-all;">
Partagez-la sur Twitter

🔞&source=" target="_blank" style="background-color:#f5ca32;border-bottom:1px solid #F5CA32;border-left:1px solid #F5CA32;border-radius:4px;border-right:1px solid #F5CA32;border-top:1px solid #F5CA32;color:#22222a;display:inline-block;font-family:'Nunito', Arial, 'Helvetica Neue', Helvetica, sans-serif;font-size:16px;font-weight:700;mso-border-alt:none;padding-bottom:5px;padding-top:5px;text-align:center;text-decoration:none;width:auto;word-break:keep-all;">
Partagez-la sur LinkedIn

🔞" target="_blank" style="background-color:#f5ca32;border-bottom:1px solid #F5CA32;border-left:1px solid #F5CA32;border-radius:4px;border-right:1px solid #F5CA32;border-top:1px solid #F5CA32;color:#22222a;display:inline-block;font-family:'Nunito', Arial, 'Helvetica Neue', Helvetica, sans-serif;font-size:15px;font-weight:700;mso-border-alt:none;padding-bottom:5px;padding-top:5px;text-align:center;text-decoration:none;width:auto;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 ici ou en envoyant un email à 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/ou 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 du droit de ne pas faire l'objet de décisions automatisées produisant des effets juridiques ou vous 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.