Consulter metricool.com (le site mon compte Metricool inclut)

Newsletter 15.07.2024

metricool

Cette semaine sur X, Metricoolers, on vérifiait : **le cut-es tournage !**

Au cutting : le monteur ou la monteuse et ses années de rodage. **Au cutaway** ?Des bols snobinards ou la plateforme pour semer la désinformation ? **Ni bisous** ?Un désaccord de fonds impliquant la femme du président ukrainien

Spoiler alerte : **cette intrigue dépasse d'un thriller n'est pas de la** , chez, mais bien la dernière actualité de l'application dirigée par Elon Musk. Alors, sortez les popcorns 🍿

RÉSEAUX SOCIAUX

Bot Battle : X sous les feux des critiques

Ces derniers jours, X est en pleine tourmente ! Une fausse histoire sur la femme du président ukrainien a été propagée par des bots russes sur X, provoquant un véritable chaos. La question a également résonné **un discours de trolls utilisant l'IA pour diffuser de la désinformation**.

Malgré les efforts de l'application pour éliminer les bots, le problème persiste, illustrant la complexité de nombreux comptes, mais la menace rôde. Face à ces défis, l'app doit redoubler d'efforts pour protéger les utilisateurs.

Sachez-vous qu'Elon Musk a déclaré que les bots pourraient représenter jusqu'à **20 % des utilisateurs** de la plateforme ? Je ne sais pas vous, Metricoolers, mais moi, cette statistique me préoccupe. 😟

YouTube copie TikTok avec "Add Yours"

Inspiré de le fonctionnalité du **TikTok**, YouTube lance le sticker "Add Yours" pour stimuler l'engagement sur ses Shorts. Ce nouvel outil invite les créateurs à proposer des défis ou questions, encourageant les spectateurs à participer activement.

Actuellement en test limité, le sticker se trouve dans le sélecteur de stickers après l'enregistrement d'un Short. En cliquant dessus, les utilisateurs peuvent répondre directement aux prompts, inspirant ainsi créer des tendances virales.

Une question me taraude, Metricoolers, YouTube parviendra t-il à rivaliser avec TikTok en matière de participation communautaire ? Affaire à suivre...

Facebook joue-t-il aussi à "copier-coller" avec TikTok ?

C'est bien possible ! Après YouTube, voici que Facebook teste le **mode "Clone" pour ses Reels**.

Cette nouvelle fonctionnalité permet aux utilisateurs de **recopier les descriptions et les paramètres** de vidéos tandis qu'en regardant des vidéos courtes, offrant ainsi une expérience immersive totale.

Reste à voir si cette initiative séduira autant que sur le géant chinois.

TikTok et les athlètes britanniques : une connexion olympique

TikTok lance une nouvelle campagne promotionnelle en collaboration avec les équipes olympiques et paralympiques du Royaume-Uni.

Sous le hashtag **#VitaminDeTikTok**, l'application met en avant les histoires inspirantes des athlètes britanniques. Quelques commentaires ?a utilisant le vitamix pour préparer leurs pancrues ? et inspirer la communauté.

En tant que partenaire officiel de **@Team GB** et **@ParalympicsGB**, l'application diffusera du contenu exclusif des sportifs tout au long des Jeux. Prêt à découvrir les coulisses des performances de nos voisins anglais ?

Le court toujours roi sur Instagram

Atyos que TikTok explore les vidéos d'une heure, Instagram privilégie des contenus brefs et impactants pour préserver son identité sociale.

La CAMPAGNE MARKETING du MOMENT

Lidl fait un carton avec "La Fabrique à Wouaw"

Lidl s'illustrerait outil sur le vaque TikTok cette semaine ? Tout commence avec l'influenceuse **AmélieCandi** qui publie une vidéo de **La Fabrique à Glaçon Silverrock**, pseudonyme de "Wouaw" d'ailleurs.

La vidéo devient virale, atteignant près **d'un million de vues en deux jours**. En réponse, Lidl lance immédiatement **La Fabrique à Wouaw** ! pour le vendre instantanément avec réduction sous le code « Wouaw ».

Résultat ? Plus de **2 millions de vues en moins d'une semaine**. Un coup de maître pour Lidl, qui démontre une fois de plus l'importance de la réactivité sur les réseaux sociaux.

CHIFFRECOOL

18 millions de vues et 3 millions de likes

C'est le nouveau record atteint par **un germe sort sur TikTok**. Mêlé d'eau sage, d'un champ de coton et d'un morceau de bois, ce mélange a conquis les cœurs sur la plateforme vidéo, s'inscrivant dans les rouleaux et fast-foods, déclenchant un buzz mondial.

Se popularité s'étend désormais à Instagram et X, impliquant **parodies et fan-arts** en tous genres. Même les marques s'y mettent, surfant sur cette vague virale.

Une preuve de plus qu'internet peut transformer n'importe quoiz idée banlieue en phénomène planétaire ! 🌍

RÉCO DE LA TEAM

Reels, Reels et encore Reels

Attention, spoiler alerte ! Cette semaine, notre recommandation est 100% Reels/vidéo !

Que vous soyez un habitué de notre newsletter, un follower sur nos réseaux sociaux ou un utilisateur de Metricool (lève-toi !), vous savez que notre mission est de vous tenir informés des dernières actualités du monde du marketing.

Sachez **1 vidéo directe** sur les réseaux sociaux 2024 vaut environ 1 mème. Les Reels font furieux sur Instagram ? Reels/TK comme parts, notre équipe marketing a conscrit **un livre blanc spécial vidéos courtes**.

Et plus de présentez des stratégies et des exemples concrets, on starter pack vidéo notre formule pour vous aider à créer vos Reels Instagram/Facebook. Rien que ça.

Envie d'en savoir plus ? Téléchargez gratuitement notre livre blanc dès maintenant !

Ok, mais notre livre blanc

LES DERNIERS ARTICLES DU BLOG

Templates Stors Instagram [+Modèles inclus]

Livre blanc marketing: Calcul payment pour les stors du diabète

Caméras sonir d'abonnés pour faire un live TikTok ?

Facebook Ads VS Instagram Ads : quelle stratégie ou choisir ?

Alors Metricoolers, comment avez-vous trouvé la film sur X ? Avez-vous apprécié la projection ? Pour ma part, je me demande si ce premier volet donnera naissance à une saga ? Et vous, quelle serait votre intrigue ? Quelle pourrait-il se cacher sur le bon offre vitrine (ancien pour vous faire rêver) ?

Bon lundi à tous !

Barbara de Metricool.

metricool

Vous êtes fan de notre newsletter ?

Lisez, partagez et restez connectés !

"version":"classic","style":"background-color:#f2ce23;"}[Twitter]{"version":"classic","style":"background-color:#000000;"}[Instagram]{"version":"classic","style":"background-color:#ff0000;"}[Youtube]{"version":"classic","style":"background-color:#ffffff;"}[Tiktok]{"version":"classic","style":"background-color:#ffffff;"}[Facebook]{"version":"classic","style":"background-color:#ffffff;"}[Pinterest]{"version":"classic","style":"background-color:#ffffff;"}[Threads]{"version":"classic","style":"background-color:#ffffff;"}[Bluesky]{"version":"classic","style":"background-color:#ffffff;"}[Mastodon]{"version":"classic","style":"background-color:#ffffff;"}[Google Business Profile]{"version":"classic","style":"background-color:#ffffff;"}[Telegram]{"version":"classic","style":"background-color:#ffffff;"}[Snapchat]{"version":"classic","style":"background-color:#ffffff;"}[Twitch]{"version":"classic","style":"background-color:#ffffff;"}[Reddit]{"version":"classic","style":"background-color:#ffffff;"}

Partagez-la sur Twitter

Partagez-la sur LinkedIn

Partagez-la sur Telegram

Copyright © 2024 Metricool.com, All rights reserved.
{unsubscribe_text}

Vous recevez cet email parce que vous avez accepté recevoir des emails commerciaux de la part de Metricool. Si vous souhaitez ne plus recevoir de notifications de notre part, vous pouvez vous désabonner à tout moment en cliquant sur le lien de désabonnement ci-dessous. Vous pouvez également nous contacter par email à l'adresse info@metricool.com ou par téléphone au +34 902 190 942 (Espagne). Vos données ne seront pas partagées avec des tiers et seront traitées conformément à notre politique de confidentialité. Pour plus d'informations, veuillez consulter notre Politique de confidentialité.