



Metricooler, vous savez qu'un vrai metricoolen ne révèle jamais ses tours, n'est-ce pas ?

Il fut un temps où Instagram permettait aux utilisateurs de "cacher" les likes. La véritable raison n'a jamais été confirmée, mais le doute naît lorsqu'un compte a de nombreux followers et peu de likes.

Et c'est là que vos soupçons sur d'éventuels followers bots ou followers achetés s'éveillent... 🤖

Pour éviter ces pratiques quelque peu frippées, Instagram a complètement rebattu les cartes. Vous pouvez désormais consulter plusieurs informations, en un coup d'œil.

Cette entrée en matière vous intrigue ? Lisez la suite, car vous n'avez pas fini d'être surpris cette semaine 🤔

Statistiques apparentes sur Instagram

Grande nouveauté pour Instagram : les interactions présentes sur les posts sont désormais visibles par n'importe quel utilisateur.

Attendez, pouce ! Le réseau a-t-il raison d'exposer ces données au vu et au su de tous ?

Une chose est certaine, cette fonctionnalité permet de disposer de plus d'informations concernant la publication.

Elle représente aussi un avantage pour le créateur du contenu qui peut ainsi comparer les données avec celles d'un autre post.

Voici les informations fournies par Instagram lorsque vous faites défiler votre fil d'actualité en regardant les publications :

- Nombre de likes.
- Nombre de commentaires.
- Nombre de partages.

Comme vous pouvez le voir dans la capture d'écran de l'utilisateur @Kishanuk, le format des données s'adapte parfaitement à l'écran.



Plus de chansons = plus de plaisir

Pour moi, une vie sans musique ne vaut pas la peine d'être vécue...

A mon avis, Adam Mosseri, PDG d'Instagram, a dû penser la même chose lorsqu'il réfléchissait à la nouvelle fonctionnalité qui pourrait être lancée sur la plateforme.

Si vous aimez déjà ajouter de la musique à vos stories ou à vos Reels... préparez vos playlists Spotify car elles pourront bientôt se retrouver sur les posts au format carrousel.

Oui, je parle bien de la super galerie de photos et de vidéos qui apparaît sur le feed de votre profil.

Cette fonctionnalité est actuellement en phase test et devrait être prochainement opérationnelle dans tous les pays et sur tous les comptes. Pour l'instant, elle n'est disponible qu'au Brésil, au Japon et en Indonésie.

Prêt à ajouter une touche musicale et amusante à vos publications ?



Les sondages arrivent dans les commentaires

Les sondages sont partout... sur Facebook, sur Twitter, sur Whatsapp !!!

Et ils sont maintenant prêts à envahir Instagram.

En rédigeant cette info, une question a surgi dans mon cerveau. Avant leur arrivée, comment se prenaient les décisions ?

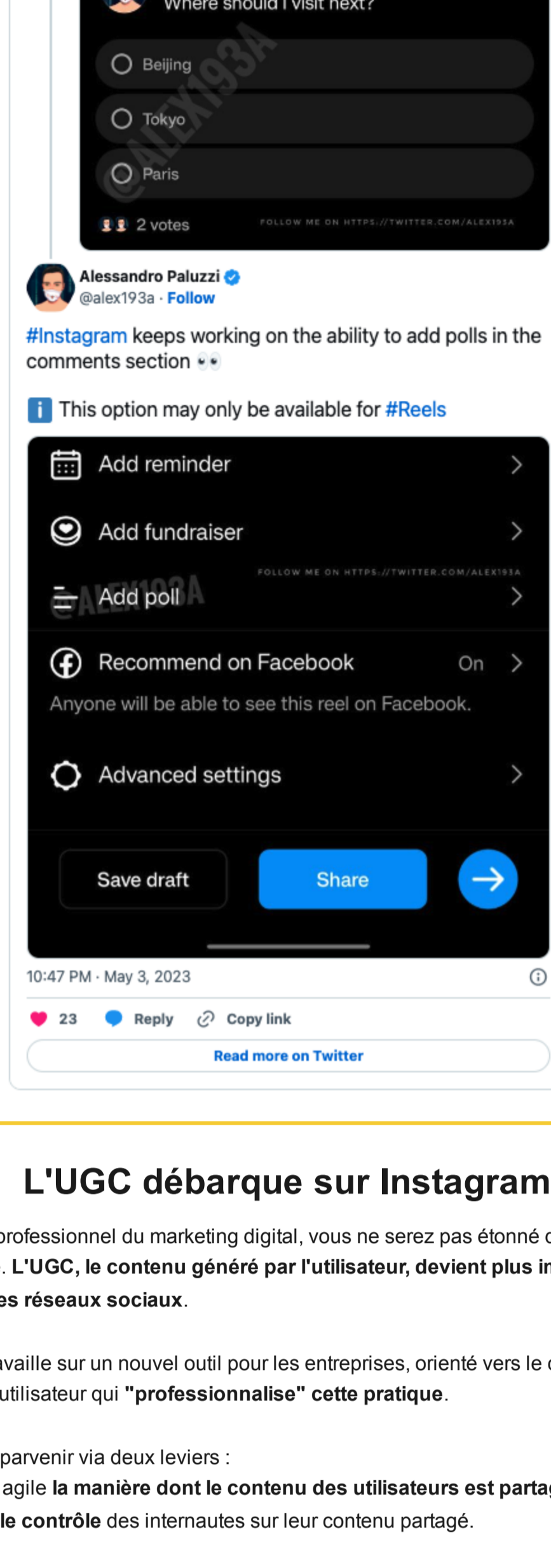
Je vous vois venir, des débats sans fin risquent de déchirer de nombreuses amitiés.

Pas de panique, il n'en est rien !

Pour l'instant, on sait peu de choses sur cette fonctionnalité à venir. L'utilisateur @Alex193a, qui a fait fuiter l'information, confirme que les sondages apparaîtront dans la section des commentaires et qu'ils seront probablement disponibles sous forme de Reels.

Ce dernier point est parfaitement logique, car vous savez que c'est le format phare d'Instagram.

Quel sera le premier sondage que vous lancerez dans les commentaires Instagram ? Pour ma part, j'ai déjà quelques idées ! 🤔



L'UGC débarque sur Instagram

En tant que professionnel du marketing digital, vous ne serez pas étonné d'apprendre ce qui va suivre. L'UGC, le contenu généré par l'utilisateur, devient plus important que jamais sur les réseaux sociaux.

Instagram travaille sur un nouvel outil pour les entreprises, orienté vers le contenu généré par l'utilisateur qui "professionnalise" cette pratique.

Il prévoit d'y parvenir via deux leviers :

Rendre plus agile la manière dont le contenu des utilisateurs est partagé.

Augmenter le contrôle des internautes sur leur contenu partagé.

Il y a fort à parier que cette fonctionnalité se retrouvera bientôt sur les autres plateformes. Et c'est une bonne chose car il s'agit d'un contenu en plein essor. Il vaut donc mieux l'avoir "sous contrôle" que voir les marques profiter des créations de leurs utilisateurs.

Si vous ne savez pas ce qu'est l'UGC, voici un article de notre blog qui devrait éclairer vos lanternes.



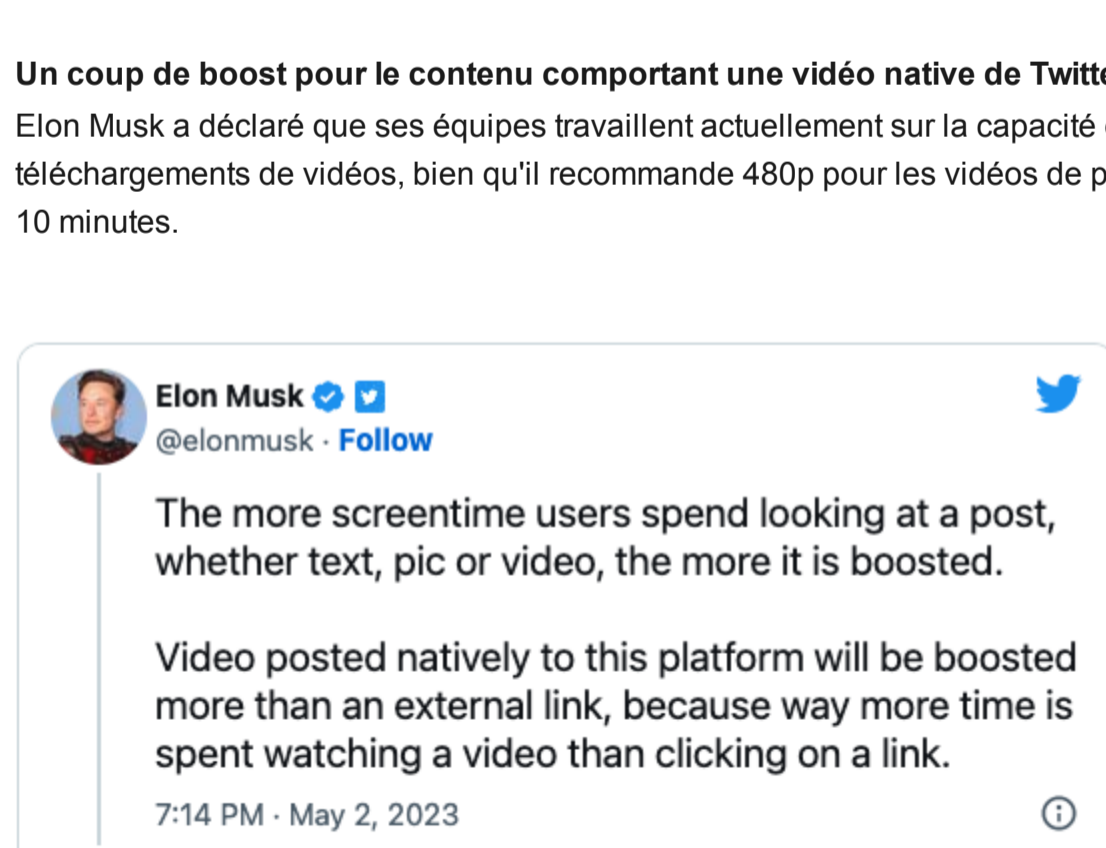
Nouveau feed pour les vidéos sur Twitter

Les vidéos n'ont jamais été le format préféré des tweets.

Mais, il semble qu'un changement se profile à l'horizon et dans une nouvelle manœuvre d'Elon (combien en avons-nous déjà eu ?), le contenu vidéo occupera bientôt le devant de la scène sur Twitter.

Voici à quoi vous devez vous attendre :

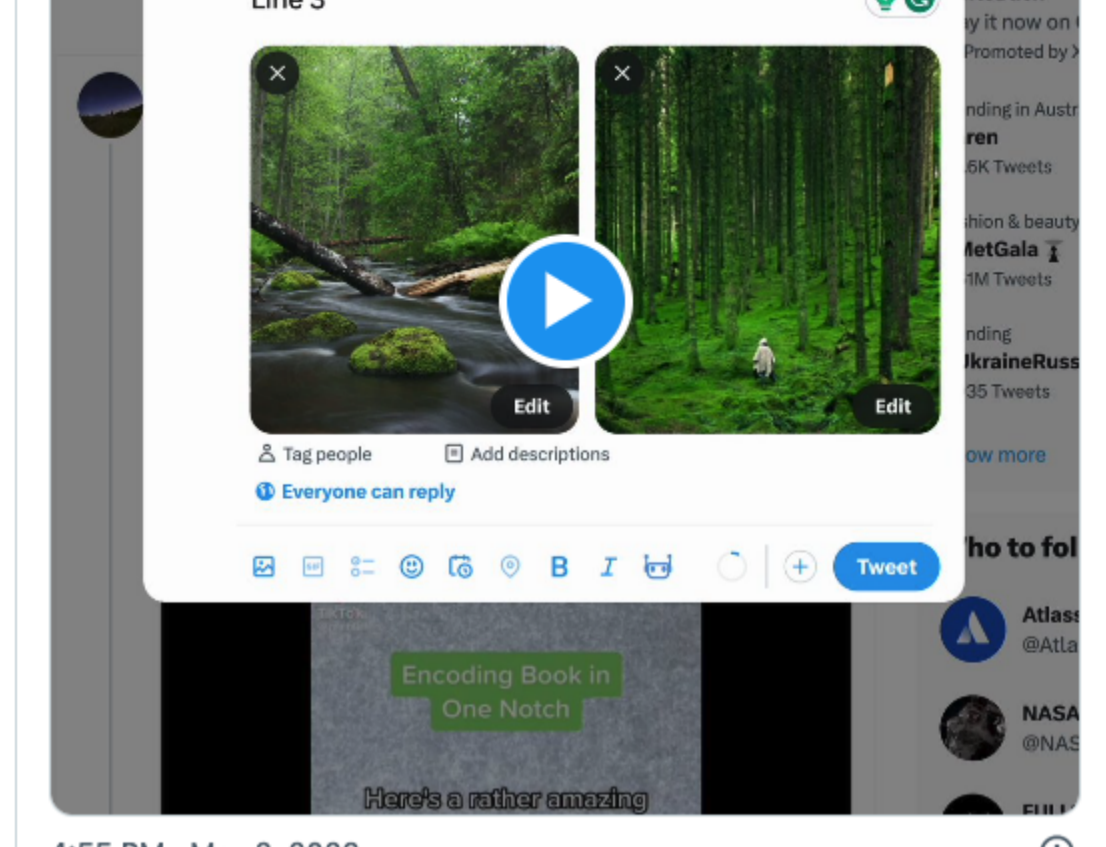
- Un format de type flux Instagram pour visualiser les vidéos, comme nous l'apprenons @Ehikian, un designer sur Twitter.



- Un coup de boost pour le contenu comportant une vidéo native de Twitter. Elon Musk a déclaré que ses équipes travaillent actuellement sur la capacité des téléchargements de vidéos, bien qu'il recommande 480p pour les vidéos de plus de 10 minutes.



- L'ajout de médias en ligne aux tweets longs. Pour le moment, ça ressemble à un document Word. Personnellement je ne suis pas fan mais je vous laisse juger par vous-mêmes. 🤔



Que pensez-vous de ces nouvelles fonctionnalités ? Pour ma part, il était temps d'améliorer ce type de contenu et le mettre au niveau de qualité dont il jouit sur les autres réseaux sociaux.

Articles payants sur Twitter

Les éditeurs vont se régaler... ou pas, car on ne sait plus où donner de la tête avec tant d'allers-retours.

Elon Musk a annoncé que les utilisateurs pourraient bientôt payer pour un article spécifique au lieu de devoir souscrire à un abonnement mensuel.

En d'autres termes, si un article vous plaît mais que vous ne voulez pas payer un forfait complet, vous aurez la possibilité de l'acheter pour le lire.

Le PDG de Twitter pense qu'il s'agit d'un avantage à la fois pour les éditeurs et pour les utilisateurs.

Cette guerre des souscriptions prendra-t-elle fin ? Assistons-nous à la disparition du paiement pour l'abonnement des comptes vérifiés ? Donnons-nous votre avis.



Nouvelles possibilités pour découvrir plus de Reel

Le leitmotiv des réseaux sociaux : nous faire découvrir des contenus intéressants grâce à l'algorithme.

Et Meta poursuit ses efforts pour faire des Reels le format phare de Facebook, comme il l'a fait avec Instagram.

Pour ce faire, le réseau continue d'améliorer son algorithme et cherche à donner plus de contrôle à l'utilisateur, via ces nouveautés :

- Ajouter de nouvelles commandes pour personnaliser les Reels et choisir quel type de contenu sera plus présent que d'autres.
- Permettre à l'utilisateur de trouver les Reels sur Facebook. Ils seront situés dans la navigation principale de Facebook Watch.
- Faciliter le défilement des vidéos entre elles.



Eh bien, Metricooler, les sujets ont été nombreux cette semaine, n'est-ce pas ?

Vous avez eu droit à l'actualité classique Twitter avec la dernière lubie d'Elon Musk. La surprise est venue d'Instagram qui a débarqué dans la newsletter hebdomadaire, les bras chargés de news !

Pour la semaine prochaine, la barre est haute... mais je serai là pour relever les défis et vous livrer les derniers prochains des médias sociaux.

À lundi prochain !

Oriane, de Metricool.

PS : N'oubliez pas que vous pouvez m'envoyer par e-mail toutes les nouvelles que vous avez vues sur le net et que je pourrais avoir manquées. Les IA nous envoient, mais moi, je reste humaine. 🤗

With metricool

Partagez-le sur LinkedIn | Partagez-le dans un tweet

Partagez-le sur Whatsapp | Partagez-le sur Telegram

Copyright © 2023 Metricool.com, All rights reserved. (urn:bsc:bsc:bsc:bsc)

Vous pouvez vous opposer à tout moment à l'envoi de communications commerciales en cliquant sur un lien dans Metricool.com. Metricool Software, S.L., est responsable du traitement de vos données pour les finalités susmentionnées. Si vous avez contesté l'un de nos services pour maintenir la relation commerciale, ainsi que la gestion, l'administration, l'information, le marketing et l'envoi de newsletters de services et d'envoi de communications commerciales, sur la base de votre choix, nous vous avons 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'opposition, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, de suppression, de limitation, d'opposition au traitement, de portabilité et de droit de ne pas être l'objet de décisions automatisées prenant des effets juridiques ou vous affectant de manière significative de façon extensive. Vous pouvez exercer vos droits à l'adresse info@metricool.com. Plus d'informations dans la [politique de confidentialité](#).