metricool

Ce qui se passe sur les réseaux sociaux
reste sur Metricool

Ah Metricooler, souvenez-vous de l'époque où Instagram était inondé de photos de chatons adorables et de selfies devant la glace !

C'était il y a seulement dix ans, mais depuis, les réseaux sociaux ont fait un sacré bout de chemin. De nos jours, nous sommes même prêts à sortir notre portefeuille pour les utiliser.

Je ne vais pas vous gâcher la surprise, mais si vous n'êtes pas fan des publicités, prévoyez un petit budget.

Et, bien sûr, n'oubliez pas l'importance de la rétention. C'est une clé essentielle à garder en tête lorsque vous planifiez le contenu de vos profils. Vous comprendrez pourquoi en lisant la suite.

Assez de suspense, passons aux nouvelles de la semaine ! 🚀

La fin des réseaux sociaux gratuits

Entre nous, Metricooler, on l'avait un peu vu venir, non ?

Il y a quelques mois, **les abonnements payants à X,** offrant des avantages exclusifs (et le fameux badge bleu tant convoité), ont fait leur apparition.

Meta n'a pas tardé à suivre le mouvement en lançant "Meta Verified", une option permettant de payer pour obtenir une certification sur Instagram et Facebook.

Mais voilà, ça ne s'arrête pas là.

Pas de panique, enfin peut-être un peu.

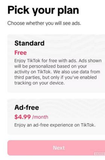
Étrange coïncidence ou signe des temps, cette semaine, trois géants des réseaux sociaux ont clairement dit : **"Si vous ne voulez pas de publicités, payez !"**

X travaille sur un tarif qui permettrait de naviguer sans publicité sur sa plateforme, bien qu'ils envisagent également de l'intégrer dans leur version Premium. Laquelle de ces options prévaudra, seul l'avenir nous le dira.

De son côté, **Meta propose à l'Union européenne un abonnement à partir de 14 dollars par mois pour un Facebook et Instagram sans publicité**. Serait-ce aussi une option pour les détenteurs de Meta Verified ?

Et bien sûr, **TikTok entre dans la danse en confirmant qu'ils proposeront un abonnement sans publicité à 5 dollars par mois**.

Comment percevez-vous ces évolutions ? Serait-ce le signe de la fin des réseaux sociaux gratuits tels que nous les connaissons ?



Changez votre stratégie sur X

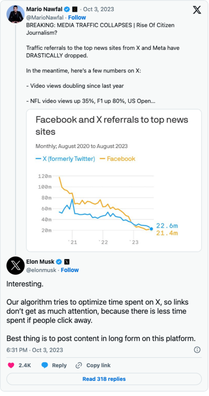
Si vous pensez que votre présence sur les réseaux sociaux se résume à partager des liens et à être simplement "vu sans être mémorable", prenez un moment pour explorer la section Analytics de Metricool. Les résultats parlent d'eux-mêmes.

Toutes les plateformes sociales souhaitent que les utilisateurs y passent un maximum de temps. Par conséquent, si vous parvenez à créer du contenu qui captive et intrigue votre communauté, vous gagnerez des points précieux en termes de visibilité.

Cette semaine, Elon Musk a renforcé cette idée en affirmant : "**Les simples liens ne retiennent pas autant l'attention. La clé, c'est de publier un contenu complet directement sur la plateforme.**"

Par exemple, si vous souhaitez partager une vidéo, ne vous contentez pas du lien YouTube. **Téléchargez plutôt la vidéo directement sur X**. Si vous envisagez de partager un article de blog, créez **un fil de discussion en mettant en avant les points forts**.

Il est temps de repenser votre stratégie sur X (et sur d'autres réseaux sociaux). **Réfléchissez à la manière d'inciter les utilisateurs à consacrer davantage de temps à votre contenu** : explorez des formats comme les infographies, les carrousels, les vidéos plus longues, et racontez des histoires captivantes…



Elon Musk signe Paris Hilton pour X

Collaborations, chers Metricoolers ! Elles représentent une stratégie redoutablement efficace pour propulser votre marque sous les feux de la rampe ou la renforcer sur le marché.

Que ce soit aux côtés d'influenceurs, d'autres marques ou de créateurs qui séduisent votre public potentiel, les collaborations vous aident à avancer plus vite vers vos objectifs.

Même Elon Musk a flairé l'opportunité en s'associant à Paris Hilton pour donner un coup de boost à X.

Ce partenariat de deux ans comprend **la création de quatre vidéos originales pour la plateforme, des sessions de shopping en direct, des discussions audio sur Spaces, et un appui pour le lancement de nouveaux produits ou services**.

Peu importe si Paris Hilton est la personne la mieux qualifiée pour attirer l'attention des médias ; l'intention est louable.

Alors, à qui aimeriez-vous voir Instagram ou TikTok s'associer prochainement ?

Des statistiques, toujours plus de statistiques sur YouTube

Chez Metricooler, vous le savez maintenant, nous sommes de véritables aficionados des statistiques. Et toutes les nouveautés qui secouent YouTube, nous intéressent ! Ça tombe bien, la plateforme vient de sortir deux fonctionnalités toutes fraîches.

La première fonctionnalité vous donne plus d'infos sur vos abonnés. **Vous saurez combien de nouvelles personnes visitent votre chaîne et combien sont des fans fidèles**, au lieu de simplement avoir un chiffre global. Cette option vous aidera à voir si vous touchez de nouveaux publics et quelles vidéos cartonnent dans chaque groupe.

La deuxième nouveauté est une vraie pépite : **vous saurez désormais pourquoi les abonnés décident de partir**. Quand quelqu'un se désabonne, YouTube lui demandera pourquoi. Ces précieuses informations vous aideront à améliorer votre contenu et à maintenir une relation solide avec votre communauté !

Je sais, Metricooler, ça fait beaucoup d'actualités en une semaine… Soufflez, reprenez un café, repassez en revue la newsletter et les décisions pour votre stratégie social media apparaîtront comme par magie ✨. Parole de copywriter !

Je reviens la semaine prochaine pour vous tenir au courant de tout ce qui se trame et vous donner une longueur d'avance.

PS : Vous avez déjà des plans pour mardi 10 prochain ? Si vous êtes actif sur LinkedIn, ne manquez pas notre webinaire gratuit. Vous découvrirez comment le personal branding peut renforcer votre visibilité. En plus, notre invité du jour vous réserve une surprise. 🎁 Inscrivez-vous dès maintenant via ce lien.

Biographie:

- *Conseils pour planifier votre stratégie de contenu sur Instagram*
- *Qu'est-ce que Meta Verified ?*
- *Twitter Blue : la plateforme payante de Twitter*
- *En quoi consiste YouTube Analytics*

With ♥ metricool

" target="_blank" style="text-decoration:none;display:inline-block;color:#22222a;background-color:#f5ca32;border-radius:4px;width:auto;border-top:1px solid #F5CA32;font-weight:700;border-right:1px solid #F5CA32;border-bottom:1px solid #F5CA32;border-left:1px solid #F5CA32;padding-top:5px;padding-bottom:5px;font-family:'Namto', Arial, 'Helvetica Neue', Helvetica, sans-serif;font-size:14px;text-align:center;mso-border-alt:none;word-break:keep-all;"> Partagez-le sur un tweet

Partagez-la sur WhatsApp " target="_blank" style="text-decoration: underline; color: #22222a;" rel="noopener">Partagez-la sur Telegram

Copyright © 2023 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 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 nous 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.