



Metricooler, qué tiempos aquellos en los que lo más trending era subir fotos de gatitos y selfies en el espejo a Instagram. Te hablo de hace 10 años y las redes sociales han cambiado mucho. Ahora, incluso pagaremos por usarlas.

No quiero hacerte spoiler, pero ve ahorrando algunas monedas si no te gusta ver anuncios.

Y ojo la retención. Ten claro siempre este objetivo a la hora de pensar en contenidos para tus perfiles. Verás por qué te lo digo cuando sigas leyendo.

¡No puedo esperar más! ¿Vamos ya con las noticias de la semana?

## El fin de las redes sociales gratis

Metricooler, entre tú y yo, un poco lo veíamos venir, ¿verdad?

Hace unos meses, llegaron las suscripciones a X para tener más ventajas (y el cotizado check azul) a cambio de un pago mensual. Meta dijo: "Ey, yo también quiero". Y ahí que lanzaron Meta Verified para pagar por tener el verificado en Instagram y Facebook.

Y ahora la cosa va a más.

Pero no te asustes, bueno o sí.

Casualidades o no, esta semana 3 redes sociales han dejado caer que, o ves anuncios o pagas.

X prepara una tarifa para navegar dentro de su plataforma sin ver anuncios, aunque barajan otra opción que es incluirlo dentro de su versión Premium. Veremos por cuál apuestan finalmente.

Por su parte, Meta propone a la Unión Europea a cargo desde 14 dólares al mes por un Facebook e Instagram sin publicidad. ¿Lo incorporará también a Meta Verified?

Y, cómo no, TikTok también se apunta y ha confirmado que ofrecerán una suscripción sin publicidad de 5 dólares al mes.

No sé cómo lo ves, pero ¿es el fin de las redes sociales gratis?

### Pick your plan

Choose whether you will see ads.

**Standard**  
**Free**  
Enjoy TikTok for free with ads. Ads shown will be personalized based on your activity on TikTok. We also use data from third parties, but only if you've enabled tracking on your device.

**Ad-free**  
**\$4.99 /month**  
Enjoy an ad-free experience on TikTok.

Next

## Cambia de estrategia en X

Si crees que tu presencia en redes sociales debe ser compartir enlaces y "si te he visto, no me acuerdo", pásate por la sección de [Analítica de Metricool](#), y verás los resultados.

A todas las plataformas sociales les gusta que los usuarios pasen el mayor tiempo posible dentro. Así que si consigues crear contenido que retenga e interese a la comunidad, tendrás muchos puntos para ganar alcance.

Y Elon Musk lo ha confirmado esta semana: "Los enlaces no reciben tanta atención. Lo mejor es publicar contenido extenso dentro de la plataforma".

Por ejemplo, ¿vas a publicar un vídeo? Olvidate de compartir el enlace de YouTube y punto. Sube el vídeo directamente a X. ¿Quieres compartir un post de tu blog? Haz un hilo con los datos más destacados.

Cambia de estrategia en X (y también en el resto de redes). Piensa cómo hacer que los usuarios pasen más tiempo viendo tus contenidos: utiliza infografías, carruseles, vídeos más largos, cuenta historias...

**Mario Nawfal** @MarioNawfal · Oct 3, 2023  
BREAKING: MEDIA TRAFFIC COLLAPSES | Rise Of Citizen Journalism?

Traffic referrals to the top news sites from X and Meta have DRASTICALLY dropped.

In the meantime, here's a few numbers on X:

- Video views doubling since last year
- NFL video views up 35%, F1 up 80%, US Open...

**Facebook and X referrals to top news sites**  
Monthly: August 2020 to August 2023

**Elon Musk** @elonmusk · Oct 3, 2023  
Interesting.

Our algorithm tries to optimize time spent on X, so links don't get as much attention, because there is less time spent if people click away.

Best thing is to post content in long form on this platform.

6:31 PM · Oct 3, 2023

2.4K Reply Copy link

Read 318 replies

## Elon Musk ficha a Paris Hilton para X

Colaboraciones, Metricooler. Las colaboraciones son una estrategia muy eficaz para anunciar tu marca o consolidarla en el mercado.

Ya sea con influencers, otras marcas o creadores que siguen tu público potencial, las colaboraciones te hacen avanzar más rápido en tus objetivos.

Elon Musk, que de negocios sabe bastante, ha pensado en esta estrategia para fichar a Paris Hilton y potenciar X.

El acuerdo, de dos años, incluye crear 4 vídeos originales para la plataforma, transmisiones en directo de compras, chats de audio en *Spaces* y apoyar en el lanzamiento de nuevos productos o servicios.

Más allá de si Paris es el personaje que mejor encaja para atraer la atención mediática, la intención es buena.

¿A quién te gustaría que fichara Instagram o TikTok?

**Linda Yaccarino** @lindayaX · Oct 2, 2023

The queen of pop culture, music, business, and TV is [#Living on X](#). @ParisHilton welcome to the @X family, we're excited to launch an official partnership with you and your next-gen media company 11:11. Together we're going to create a launchpad for new initiatives in video and... [Show more](#)

5:11 PM · Oct 2, 2023

3.3K Reply Copy link

Read 2.1K replies

## Métricas, muchas métricas en YouTube

Metricooler, ya sabes que somos muy fans de las métricas (sabías que nuestro nombre viene de ello, ¿no?), y nos encanta lo nuevo de YouTube.

Las novedades son dos, así que vamos por partes.

La primera es tener más datos de tus suscriptores, ya que vas a conocer cuántas visitas son de espectadores nuevos y cuántas son de recurrentes. Hasta ahora, sólo conocías el total.

Es genial para comprobar si estamos llegando a gente nueva y si tenemos una audiencia fidelizada. Pero es que, además, ves qué vídeos funcionan mejor en cada segmento.

Y la segunda novedad es una muy buena noticia. Conocerás por qué se dan de baja de tu membresía. Ahora, cuando un miembro no quiera seguir siendo miembro de tu comunidad, se le preguntará por qué dice adiós. Esos datos son oro para mejorar el contenido de tu canal.

Creo, Metricooler, que por esta semana ya has tenido bastante, ¿verdad? Respira y repasa todas las novedades del email, luego, toma decisiones para tu estrategia de contenidos.

Por aquí seguiremos la próxima semana para informarte de todo y que te adelantes a lo que está por venir.

¡Nos vemos el próximo domingo!

Carlos, de Metricool.

PD: ¿Tienes plan para el próximo martes 10? Si eres Community Manager sí o sí debes pasarte por la masterclass gratuita sobre cómo hacer propuestas para conseguir clientes. Regalaremos una plantilla muy práctica con los pasos a seguir ¡Te esperamos! [Apúntate aquí](#).

Recursos:

- [Cómo planificar una estrategia de contenidos](#)
- [Meta Verified: qué es y cómo funciona](#)
- [X Premium: ventajas y precio](#)
- [YouTube Analytics: todas las métricas](#)

With metricool

["target="blank" style="text-decoration:none; display:inline-block; color:#fca32f; background-color:#22222a;border-radius:4px; width:auto; border-top:1px solid #22222a; font-weight:700; border-right:1px solid #22222a; border-bottom:1px solid #22222a; border-left:1px solid #22222a; padding:10px 5px; padding-bottom:5px; padding-top:5px; text-align:center; mso-border-alt:none; word-break:keep-all;">Comparte la Newsletter en Twitter](#)

[Compartir en WhatsApp](#) ["target="blank" style="text-decoration:underline; color:#1a1a1a;" rel="noopener">Compartir en Telegram](#) ["target="blank" style="text-decoration:underline; color:#1a1a;" rel="noopener">](#)



Copyright © 2023 Metricool.com. All rights reserved.

Puedes oponerte al envío de comunicaciones comerciales en cualquier momento [aquí](#) o remitiendo un correo electrónico a [info@metricool.com](mailto:info@metricool.com). Metricool Software, S.L. es la Responsable del Tratamiento de tus datos, con las siguientes finalidades: En caso de haber contratado alguno de sus servicios para mantener la relación contractual, así como la gestión, administración, información, prestación y mejora del servicio y para remitir comunicaciones comerciales, salvo se haya opuesto a ello. En caso de haber prestado el consentimiento a tal fin para la remisión de comunicaciones sobre novedades y/o promociones de Metricool. Para atender tu solicitud de información. Tienes derecho de acceso, rectificación, supresión, limitación, oposición al tratamiento, portabilidad y a no ser objeto de decisiones automatizadas con efectos jurídicos o que te afecten significativamente de modo similar. Puedes ejercitar tus derechos en [info@metricool.com](mailto:info@metricool.com). Más información en la [Política de privacidad](#)