metricool

Ce qui se passe sur les réseaux sociaux
reste sur Metricool

Si vous êtes parmi ceux qui ont récemment acheté sur les réseaux sociaux, levez la main.

✋

Vous faites partie des **44 % des utilisateurs qui effectuent des achats via les médias sociaux**, d'après une étude de Capterra.

Cependant, la véritable surprise réside dans les nouveautés préparées par TikTok... j'en reste bouche bée.

TikTok teste la découverte de nouveaux produits

Le maillon faible de TikTok résidait jusqu'à présent dans son système d'achat de produits au sein de l'application, qui ne dispose pas d'une passerelle intégrée à l'instar d'Instagram.

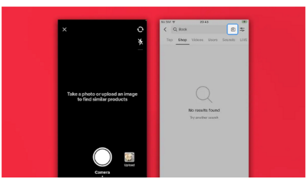
Il semblerait que l'application soit en passe d'avoir identifié la solution grâce à une option qui se distingue de plus en plus...

Il s'agit de la possibilité de découvrir de nouveaux produits directement sur la plateforme.

Et c'est là que réside son intérêt : cette fonctionnalité permet aux utilisateurs de **prendre une photo d'un article et de trouver des produits similaires dans la boutique TikTok Shop**.

Le déploiement de ce service est en cours sur le réseau social. Reste à voir **son impact sur d'autres aspects tels que le référencement et la popularité du compte**, afin de déterminer comment TikTok effectue ces recherches de produits comparables.

Cette démarche montre la volonté de TikTok de promouvoir sa boutique en ligne au sein de l'application et d'encourager la participation au commerce électronique.



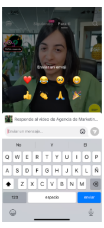
Les réactions arrivent sur TikTok

TikTok suit l'exemple d'Instagram. En plus des likes, des commentaires et des partages, le réseau chinois mise également sur les réactions dans les vidéos.

Elles vous seront probablement familières car ce sont les mêmes que celles des stories Instagram, qui apparaissent dans la boîte de réception.

Le concept est le même sur le réseau chinois. Comme vous pouvez le voir sur l'image, les réactions semblent être **limitées aux emojis proposés par défaut** par le réseau social. Autrement dit, vous ne pouvez pas en utiliser d'autres.

De plus, l'intitulé "**envoyer un message**" dans l'espace des commentaires suggère que ces réactions arriveront dans **les messages privés**.



L'intelligence artificielle au service des TikTok Ads

Si vous n'êtes pas à l'aise avec les publicités sur TikTok... j'ai une bonne nouvelle pour vous.

TikTok a intégré un nouvel outil dans son centre de créativité pour vous aider à réussir vos publicités vidéo : un "**générateur de script**".

Son fonctionnement est simple :
Renseignez les paramètres demandés : le nom du produit, la description, un mot-clé et la durée de la vidéo.
Obtenez un script adapté à votre vidéo.
Le générateur vous propose une **variété de scripts utilisables** : une accroche, une scène ou un appel à l'action.

Une fois de plus, l'intelligence artificielle se positionne comme un précieux allié des réseaux sociaux, dissipant ainsi la redoutable crainte de la "page blanche".

De plus, bien que ce ne soit pas une fonctionnalité exclusive à TikTok, Metricool offre également un assistant générateur de texte pour vos scripts vidéo ou le contenu textuel de vos publications.

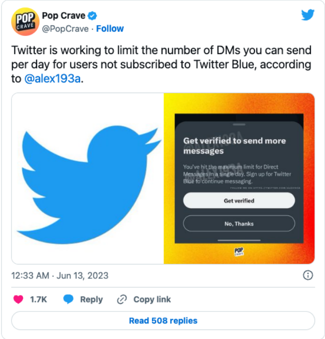
Essayez-le et faites-moi part de votre expérience ! 😎

Twitter fixe des limites

Dans sa quête de valorisation de Twitter Blue, son programme d'abonnement offrant des privilèges sur la plateforme, le réseau social dirigé par Elon Musk continue ses tests.

Dernièrement, l'oiseau bleu a décidé de **limiter le nombre de messages directs qu'un utilisateur non-abonné peut envoyer quotidiennement**.

Cette mesure a**ffecte la principale forme de communication privée** sur la plateforme et peut être interprétée comme un moyen de stimuler l'adhésion à l'abonnement payant en restreignant l'accès à cette fonctionnalité clé.



Pop Crave @PopCrave · Follow

Twitter is working to limit the number of DMs you can send per day for users not subscribed to Twitter Blue, according to @alex193a.

Get verified to send more messages

You've hit the maximum limit for Direct Messages in a single day. Sign up for Twitter Blue to continue messaging.

12:33 AM · Jun 13, 2023

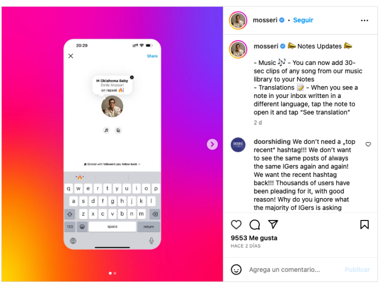
Instagram propose une nouvelle partition

Les notes Instagram ont fait leur apparition il y a un certain temps déjà mais elles n'ont pas rencontré le succès escompté.

Toutefois, **l'équipe d'Adam Mosseri travaille sans relâche** pour les améliorer et les intégrer davantage. Deux nouvelles fonctionnalités ont récemment été introduites :

Possibilité d'ajouter de la musique à vos notes : vous pouvez désormais inclure **30 secondes d'un extrait musical** de n'importe quelle chanson de votre bibliothèque Instagram.
Utilisation de traductions pour les notes rédigées dans d'autres langues sans quitter l'application.

Que pensez-vous de ces deux nouveaux extras ?



mosseri · Seguir

mosseri 📣 Notes Updates 📣

- Music 🎶 - You can now add 30-sec clips of any song from our music library to your Notes
- Translations 📝 - When you see a note in your inbox written in a different language, tap the note to open it and tap "See translation"

2 d

doorshiding We don't need a „top recent" hashtag!!! We don't want to see the same posts of always the same IGers again and again! We want the recent hashtag back!!! Thousands of users have been pleading for it, with good reason! Why do you ignore what the majority of IGers is asking

9553 Me gusta
HACE 2 DÍAS

Des conditions plus flexibles pour gagner de l'argent sur YouTube

La "guerre" des réseaux sociaux pour attirer les créateurs de contenu fait toujours rage. Twitch se bat sur le partage des revenus, Kick apparaît, Twitter continue de proposer de nouveaux moyens de monétisation…

Et maintenat, YouTube se lance dans la bataille !

La plateforme de vidéos a suscité beaucoup d'attention en annonçant une réduction significative des critères d'éligibilité pour la monétisation du contenu.

Auparavant, pour rejoindre le programme de partenariat, les créateurs de contenu devaient disposer de 1 000 abonnés et de 4 000 heures de visionnage.

Désormais, les exigences ont été revues à la baisse :

- **500 abonnés** au minimum.
- **3 téléchargements publics** au cours des 90 derniers jours.
- **3 000 heures de visionnage** au cours des 90 derniers jours.
- **3 millions de visionnages de shorts** au cours des 90 derniers jours.

Bien que certaines exigences, notamment celles liées à la durée de visionnage, restent un défi à relever, les autres critères sont plus accessibles, facilitant ainsi l'accès au programme de partenariat.

Une fois n’est pas coutume, je n’ai pas entamé les actualités avec Twitter, ni rempli ma newsletter avec les dernières lubies d’Elon... **Vous aussi, vous êtes surpris, n'est-ce pas ?** 😅

Ne vous inquiétez pas, je suis convaincue que des rebondissements sont à venir dans les prochains jours. Si les réseaux sociaux m'ont appris quelque chose, c'est qu'**il ne faut jamais sous-estimer le PDG de Twitter**.

Passez une excellente semaine, Metricoolers !

Barbara, de Metricool.

PS : N'oubliez pas que je suis disponible par e-mail pour toute question ou suggestion concernant des actualités intéressantes que vous avez lues. 🙂

With ❤ metricool

Partagez-le dans un tweet

Partegez-le sur **Whatsapp** Partegez-le 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 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.