metricool

Ce qui se passe sur les réseaux sociaux
reste sur Metricool

Metricooler, les vidéos courtes sont en vogue sur les réseaux sociaux. Sur TikToks, Reels ou Shorts, on en voit partout.
Et je plaide coupable ! Je passe parfois des heures à les regarder. En plus, l'algorithme m'a rendue accro en ne proposant que du contenu qui me plait. 🙈

Chez Metricool, nous avons intégré les Shorts dans notre stratégie YouTube, et **avec leurs nouvelles fonctionnalités, nous sommes ravis !**

Mais Barbara, que s'est-il passé ?

Ne le niez pas, la question vous brûle les lèvres…

Eh bien, Shorts est déterminé à vous faire oublier TikTok et à donner à ces vidéos plus d'élan sur YouTube.

Shorts frappe fort avec de nouvelles fonctionnalités

Google a pris les choses en main, et le moins que l'on puisse dire, c'est que Shorts ne lésine pas sur les moyens.

La nouveauté la plus marquante est la possibilité de **transformer une vidéo YouTube, habituellement en format paysage, en format portrait**, c'est-à-dire le format Shorts. C'est tout simplement incroyable, n'est-ce pas ? Pour moi, c'est révolutionnaire.

Plus besoin d'éditer la vidéo avec une application externe payante, ni même de la reprendre de zéro, cette option peut vous faciliter grandement la tâche.

C'est certainement l'amélioration la plus intéressante apportée par Google, mais les autres nouveautés ne sont pas en reste :

- **L'arrivée de la fonctionnalité "Collab"** permet aux utilisateurs d'imiter les duos de TikTok, en enregistrant leur réaction à un Short ou en relevant un défi tout en partageant l'écran.
- **Des autocollants seront également disponibles dans les Shorts**, tout comme dans les **IG Stories**, y compris le **sticker question**. Les abonnés pourront poser n'importe quelle question et vous aurez la possibilité d'y répondre dans un autre Short.
- Autre mise à jour importante : **la diffusion en direct dans les Shorts**. À l'instar de TikTok Live, ce format vertical offre la possibilité de réagir via le chat.

Il sera certainement difficile de détrôner TikTok avec les vidéos courtes, sans compter la présence de Reels, mais Shorts se démarque en proposant des fonctionnalités de premier plan pour les créateurs de contenu.

Qu'en penseront les youtubeurs ? Nous restons aux aguets !

YouTube mise sur l'IA

YouTube travaille activement sur la création de résumés textuels de vidéos, générés automatiquement grâce à l'Intelligence Artificielle.

Je dois avouer que cette nouveauté me laisse perplexe. **Serait-ce que la plateforme a constaté une meilleure attention de l'audience avec cette approche ?**

D'après les déclarations du site web, l'objectif est que **les utilisateurs puissent rapidement lire le résumé pour décider s'ils souhaitent regarder la vidéo ou non**.

Néanmoins, YouTube tient à préciser que ces résumés ne viendront pas remplacer les descriptions fournies par les vidéastes, qui continueront de **jouer un rôle crucial dans le référencement des vidéos**.

La possibilité pour un utilisateur de lire un résumé sans regarder la vidéo soulève la question suivante : **est-ce une bonne chose pour les créateurs de contenu ?**

Elon Musk poursuit sa route avec "X"

Ces derniers jours, les utilisateurs de Twitter ont été témoins de deux changements majeurs sur le réseau social bien connu.

Ces modifications sont le fruit des décisions d'Elon Musk, qui souhaite **transformer Twitter en "X"**, faisant disparaître progressivement son ancienne identité.

Quels sont les changements apportés cette semaine ?

Tout d'abord, **la mise à jour de l'application sur tous les appareils mobiles a entraîné la disparition du logo emblématique de l'oiseau bleu, ainsi que du nom "Twitter"**. Désormais, seule une lettre "X" est présente.

Ensuite, les fameux boutons **"retweet" et "quote tweet"** seront bientôt remplacés par de **nouveaux termes : "Repost" et "Quote"**.

Elon Musk ne plaisante pas, il veut effacer toute trace de l'ancien Twitter.

À ce rythme, l'ancien Twitter a presque entièrement disparu, à part le domaine web. Et je doute qu'il réside bien longtemps…

Le programme de monétisation de X arrive en France

X vient de lancer son tout nouveau programme de monétisation, **Creator Ads Revenue Sharing, pour les abonnés Blue**. Une opportunité en à saisir pour tous les créateurs qui cherchent à rentabiliser leur présence sur la plateforme.

> X
> @X
>
> WORLDWIDE! Creators across the globe can now sign up and earn a living on Twitter.
>
> Tap on "Monetization" in settings to apply today.

Pour participer, les créateurs doivent répondre à certains critères :

Être abonné à **Blue ou Verified Organizations**.
Avoir accumulé au moins **15 millions d'impressions sur leurs tweets au cours des trois derniers mois**.
Posséder **au moins 500 followers**.

Une fois toutes les exigences remplies, vous pouvez activer le dispositif via l'**onglet Monétisation** dans les paramètres.

Et ce n'est pas tout ! **Les paiements seront rétroactifs, couvrant les revenus générés depuis février,** date à laquelle Elon Musk, le PDG d'X, a évoqué cette démarche pour la première fois.

Et vous, comptez-vous gagner de l'argent grâce à vos tweets ?

Pas de date pour Threads… web

Les problèmes continuent pour Threads. Après un démarrage sans précédent qui lui a permis d'atteindre **100 millions d'abonnés en une semaine**, l'effet WHAOU retombe.

Bien que l'équipe continue d'inclure de nouvelles fonctionnalités, **les problèmes d'adaptation à l'Union européenne**, entre autres, l'empêchent d'avancer vers de nouveaux objectifs.

Le fait que **la version web soit en stand-by** n'aide pas non plus.

Le PDG d'Instagram, Adam Mosseri, a confirmé qu'aucune date n'était prévue pour la version desktop de Threads. Cette annonce limite les opportunités du réseau : **pas de date pour l'UE, pas de date pour le web, pas d'API pour les tiers…**

L'avenir de ce réseau social reste incertain. Les réactions des utilisateurs dans les mois à venir détermineront s'il deviendra **une alternative crédible à Twitter où s'il suivra le destin funeste de ClubHouse**.

Metricooler, je ne peux cacher mon enthousiasme à l'idée de tester les nouvelles fonctionnalités de Shorts. Saura-t-il rivaliser avec TikTok et les Reels ?

Et cette histoire de X… Elon, arrêtez cette folie !

À la semaine prochaine chers lecteurs,

Barbara, de Metricool.

PS : Et avant de vous laisser, un peu d'autopromotion, toujours avec amour. Je vous laisse le lien vers le webinaire animé par mes collègues Sara et Oriane, sur le thème "Planifier efficacement vos réseaux sociaux avant l'été". Bon visionnage ! 😉

Bibliographie :

YouTube Shorts, de quoi s'agit-il exactement ?
Qu'est ce que l'Intelligence Artificielle ?
Tout savoir sur Threads

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:'Nunito', Arial, 'Helvetica Neue', Helvetica, sans-serif;font-size:16px;text-align:center;mso-border-alt:none;word-break:keep-all;"> Partagez-le dans 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 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.