



Il y a un moment que je n'ai pas débuté cette newsletter en parlant d'Elon Musk, mais accrochez-vous, car voici une nouvelle qui va secouer les réseaux sociaux à partir du 18 octobre !



C'est officiel : X a décidé de faire payer aux nouveaux membres pour utiliser le réseau social. Pour le moment, il ne s'agit que d'une somme symbolique d'un dollar, et la mesure ne touche que la Nouvelle-Zélande et les Philippines. Mais, qui sait si cette politique ne s'étendra pas à tous les utilisateurs, avec une petite augmentation à la clé ?

Elon Musk en personne a confirmé cette décision sur son compte X, arguant que c'est "la seule façon de se débarrasser des bots sans ennuier les vrais utilisateurs". Il a également précisé que la lecture des publications demeurera gratuite, mais que poster un tweet coûterait un dollar par an.



J'espère que cette première nouvelle ne vous a pas découragé, Metricooler, mais il fallait que je vous en parle au plus vite.

Car oui, si X et Elon Musk occupent le devant de la scène, comme presque toujours, d'autres actualités sont encore à découvrir dans cette newsletter.

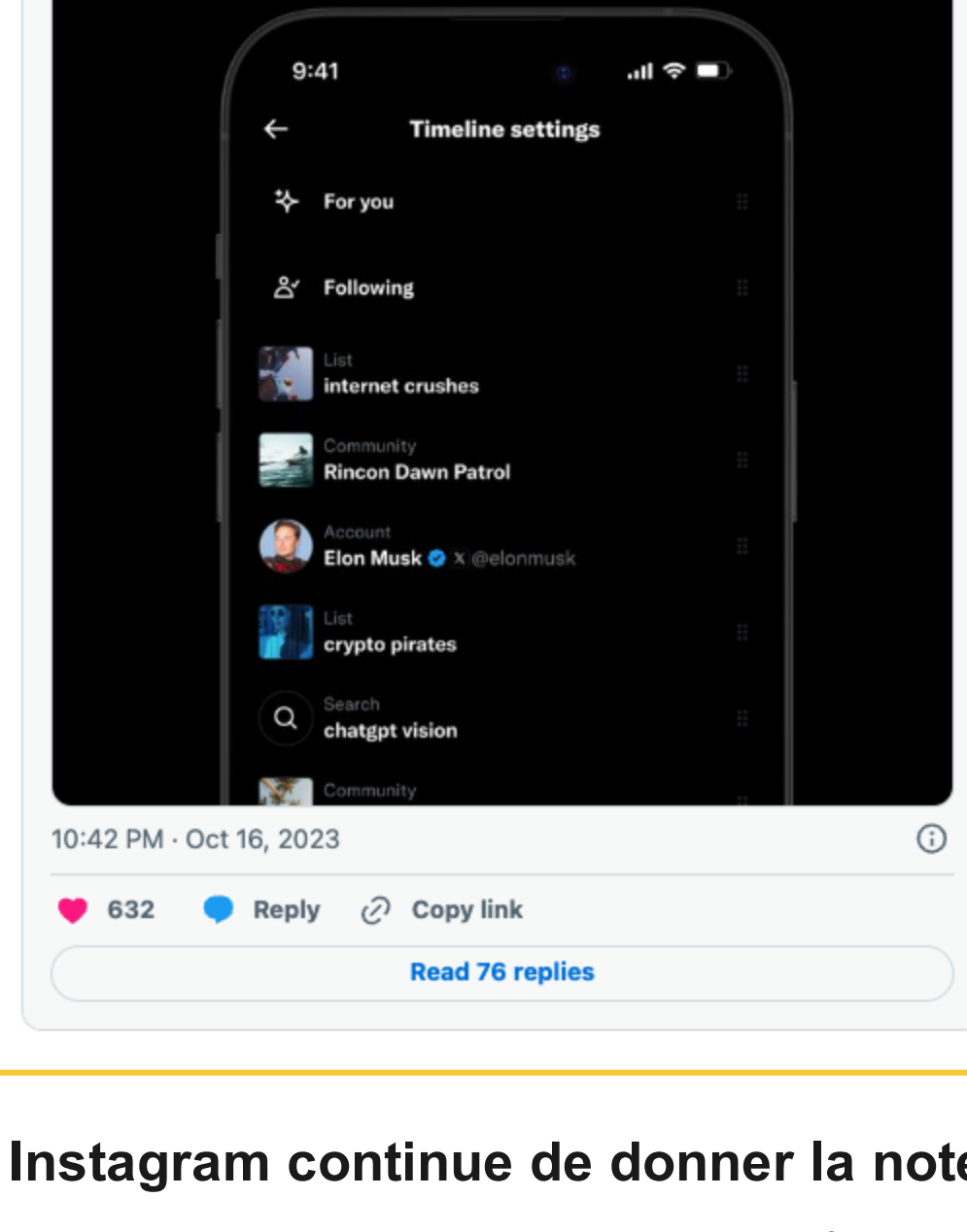
Une timeline à la carte

D'une nouvelle pas très enthousiasmante concernant X, passons à une information qui me réjouit personnellement et qui mettra un sourire sur le visage des utilisateurs.

X vous offre désormais la liberté de personnaliser votre feed comme bon vous semble.

Comme en témoigne le post ci-dessous, vous pouvez créer la timeline de vos rêves en choisissant ce que vous souhaitez voir, y compris les communautés ou les listes.

Quel est votre avis sur cette amélioration ?



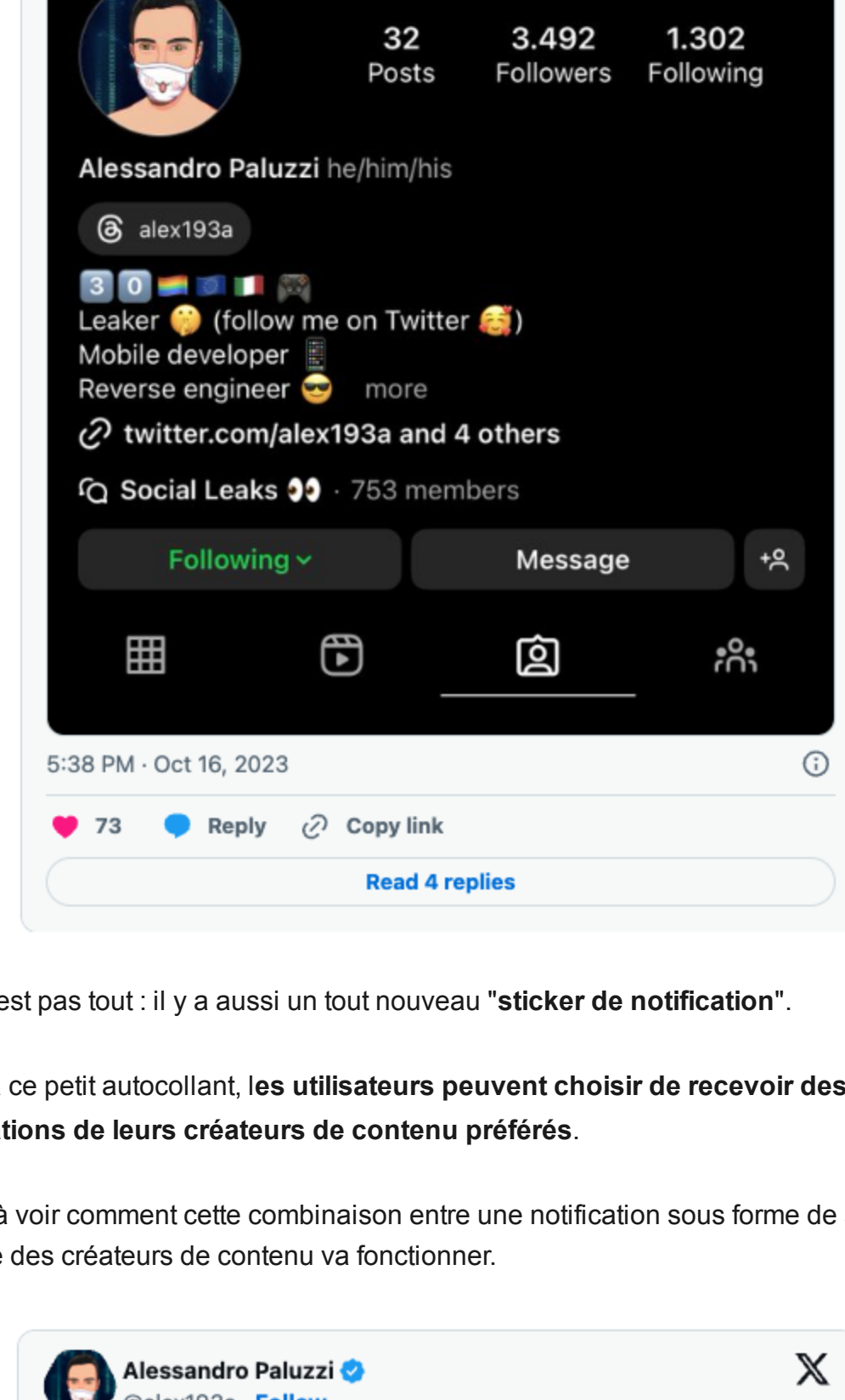
Instagram continue de donner la note

Le réseau social donne un sérieux coup de boost aux "notes", cette fonctionnalité dédiée aux partages d'idées et de réflexions dans les messages privés.

Personnellement, je ne suis pas vraiment adepte de cette option, mais Instagram continue d'affirmer qu'elle fait un carton.

Elles sont désormais présentes sur le profil. Vous voyez cette icône qui ressemble étrangement à la photo de profil ? Et bien, c'est là que les "notes" ont élu domicile.

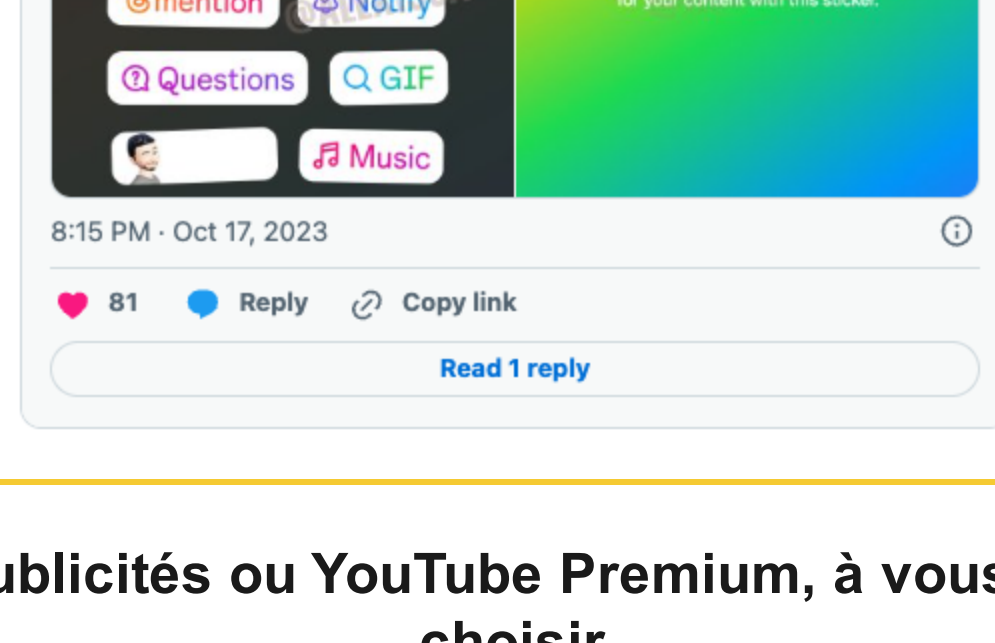
On peut donc supposer qu'elles garderont la même structure que celle des messages privés actuels, avec une petite bulle affichant la photo de profil de l'utilisateur et son message.



Et ce n'est pas tout : il y a aussi un tout nouveau "sticker de notification".

Grâce à ce petit autocollant, les utilisateurs peuvent choisir de recevoir des notifications de leurs créateurs de contenu préférés.

Il reste à voir comment cette combinaison entre une notification sous forme de sticker et l'activité des créateurs de contenu va fonctionner.



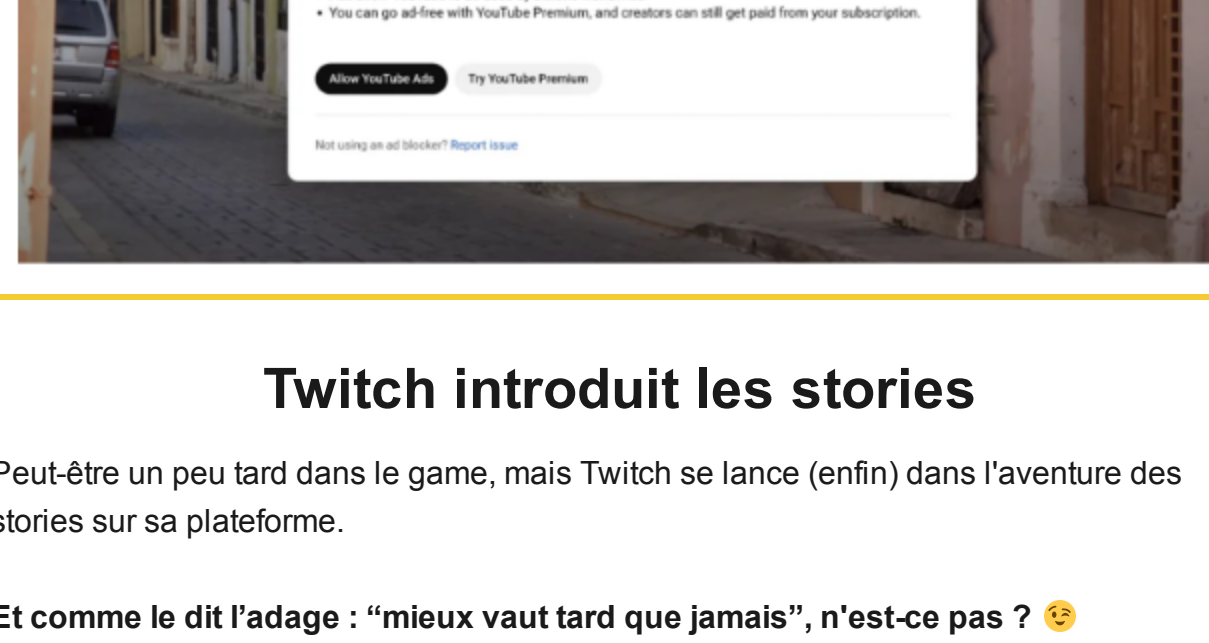
Publicités ou YouTube Premium, à vous de choisir

Les bloqueurs de publicité se sont longtemps révélés être les alliés des utilisateurs de YouTube pour une expérience sans interruption... jusqu'à maintenant.

La plateforme vidéo a décidé de mener une lutte acharnée contre les adeptes de ces outils.

Dorénavant, si vous utilisez un AdBlock, YouTube bloquera la vidéo que vous êtes en train de visionner.

La seule alternative pour un visionnage sans interruption est... de passer à la caisse. En devenant membre de YouTube Premium, vous dites adieu à la publicité et accédez aux vidéos en toute fluidité.



Twitch introduit les stories

Peut-être un peu tard dans le game, mais Twitch se lance (enfin) dans l'aventure des stories sur sa plateforme.

Et comme le dit l'adage : "mieux vaut tard que jamais", n'est-ce pas ?

Désormais, la célèbre plateforme de streaming autorise l'utilisation des stories depuis les appareils mobiles, vous permettant de rester en contact avec votre communauté même lorsque vous n'êtes pas en direct.

Les stories sur Twitch ressemblent à celles de Facebook, avec un aperçu du contenu. De plus, vous pouvez ajouter du texte et les personnaliser avec des couleurs et un arrière-plan.

La différence notable réside dans la durée de vie des stories sur Twitch, qui s'étend sur 48 heures, soit le double de la norme sur d'autres plateformes.

Petit bémol, seuls les créateurs de contenu affiliés ou partenaires de Twitch peuvent en profiter. Si vous êtes un novice dans le monde du streaming, le chemin à parcourir est encore long...



Meta donne un coup de boost à Facebook

Il semble y avoir peu de nouveautés à apporter à Facebook, mais Meta ne ralentit pas pour autant dans ses efforts pour renforcer les fonctionnalités et attirer de nouveaux utilisateurs.

La mission de Facebook est claire : se connecter à la nouvelle génération.

Pour commencer, le réseau se lance dans le monde des vidéos en cherchant à ressembler davantage à YouTube en ajoutant des titres, des couvertures, et même des descriptions.

Ensuite, après le succès des Broadcast Channels sur Instagram, ces derniers débarquent sur Facebook, offrant les mêmes avantages : la création de groupes de messagerie pour une interaction plus proche avec votre audience.

Pensez-vous que ces deux nouveautés permettront à Facebook d'attirer un nouveau public frais et dynamique ?



Metricool, cette semaine les actualités des réseaux sociaux nous ont réservé un lot de surprises, notamment avec X. Alors, quels sont vos pronostics pour les semaines à venir ?

Comme d'habitude, n'hésitez pas à me faire part de vos réflexions, suggestions, ou tout simplement à m'envoyer un petit mot par email !

À la semaine prochaine !

Barbara, de Metricool.

P.S. : Demain, mes collègues Oriane et Sara vous réservent une masterclass spéciale. Elles vous révéleront les secrets pour élaborer une stratégie de contenu social media imbattable. Voici le lien pour réserver votre place.

Biographie :

- Stories Instagram
- Notes Instagram
- YouTube Premium
- Instagram Broadcast Channels

With metricool

Paragraphe de texte avec des liens et des attributs HTML pour le référencement.



Copyright © 2023 Metricool.com. All rights reserved.

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 contacté l'un de ses services pour maintenir la relation commerciale, 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 modification, de suppression, de limitation, d'opposition ou traitement, de portabilité et du droit de ne pas être touché par des 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.