



Metricooler, parece que lo de copiar a otras redes sociales va más en el conglomerado que agrupa todo que en una red social en concreto.

Y es que Meta nos está "malacostumbrando" a ello porque ha cogido una vieja idea de Twitter, ni siquiera de X, y la ha puesto en Threads.

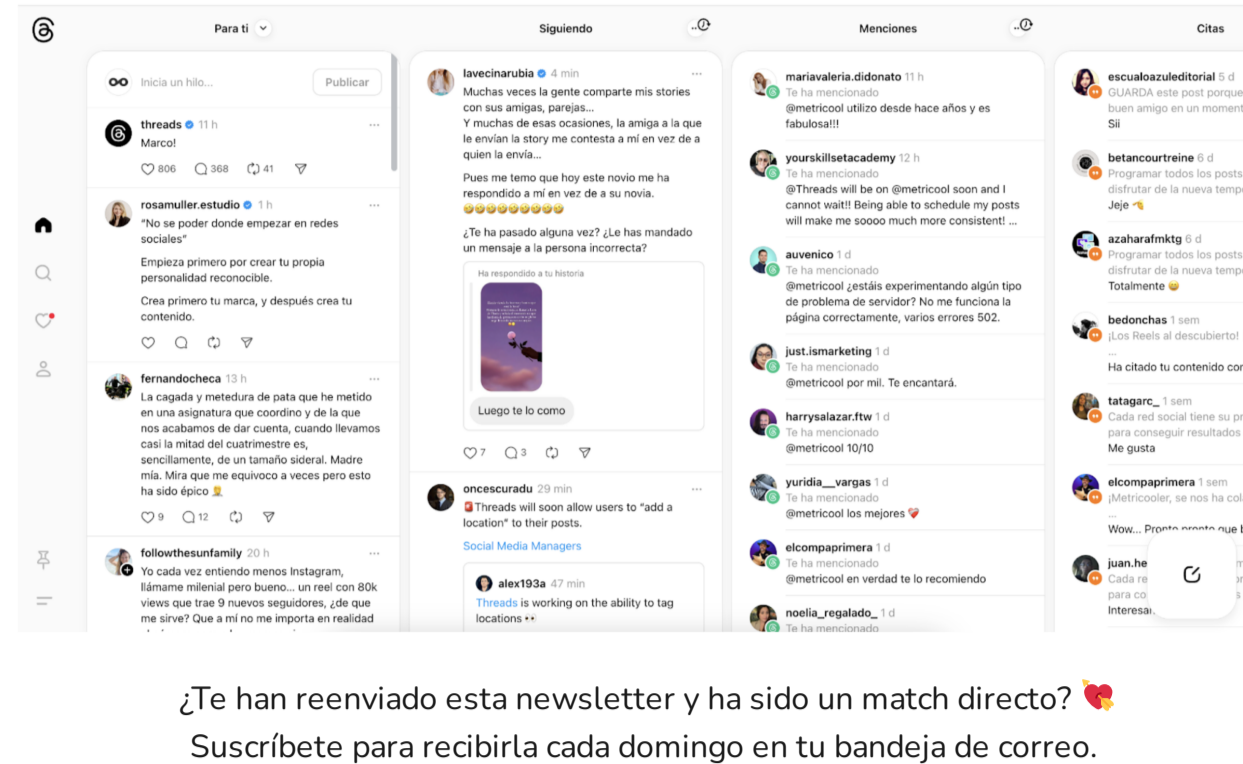
¿Te suena Tweetdeck? Fue una herramienta para ver por columnas todo lo que ocurría en tu cuenta de Twitter: menciones, perfil, etc. Pues te doy la bienvenida a Tweetdeck de Threads.

Así es, porque Threads se lanza a este sistema de columnas en el que puedes fijar diferentes secciones, como el "Para ti" o las "Notificaciones" e ir pasando de izquierda a derecha para ver todas.

A primera vista parece un poco liso pero una vez te haces con él es interesante porque tienes todo en una misma pantalla. Y si prefieres ver solo una sección, clicas en la parte de la izquierda y seleccionas la que quieres ver: perfil, notificaciones o lupa.

También, en la parte inferior izquierda, en el icono de chincheta puedes fijar las secciones que quieres ver. Y en cada columna puedes deslizar esa sección.

¿Qué opinas de esta novedad en Threads?



¿Te han reenviado esta newsletter y ha sido un match directo? Suscríbete para recibirla cada domingo en tu bandeja de correo.

Suscríbete a la newsletter aquí

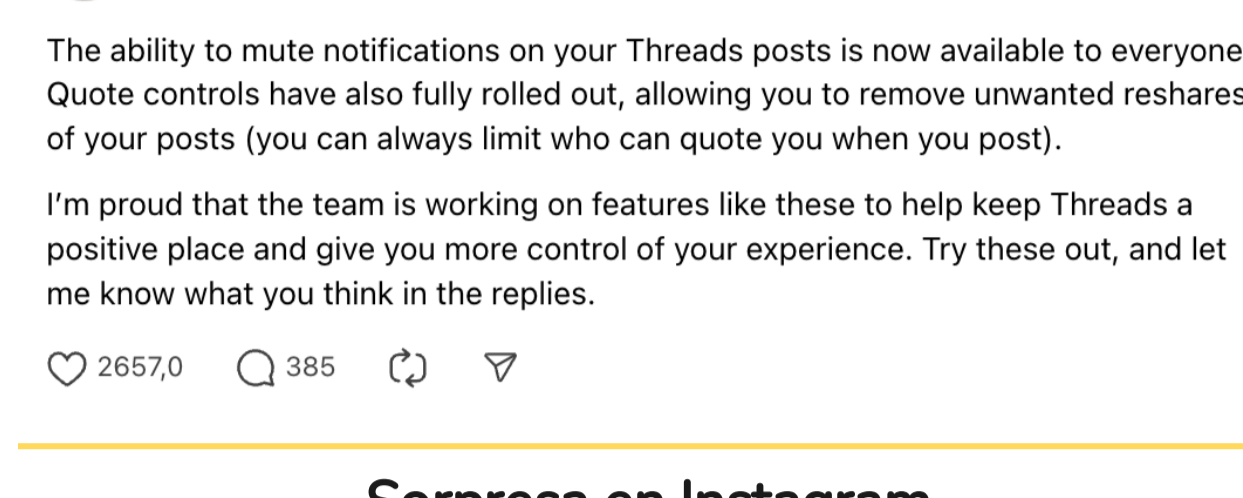
Más control en Threads

Y como ya es costumbre, Threads viene con más de una novedad bajo el brazo.

Porque la red social sigue con el objetivo de mantener esta red social como un lugar positivo y sobre todo que el usuario tenga todo el control de su contenido.

Para ello ha lanzado la funcionalidad para silenciar notificaciones de tus post, además de controlar quién te cita cuando publicas algo.

¿Opiniones? Lo que comento siempre por aquí, pasito a pasito y sin prisa pero sin pausa. Así es el camino de Threads.



Sorpresa en Instagram

Adam Mosseri vuelve a poner patas arriba Instagram y a los usuarios de la red social.

Mosseri, en una de sus clásicas sesiones de preguntas y respuestas, recibió una pregunta sobre el alcance en Instagram y cómo ampliarlo, confirmando que una de las métricas más importantes, superando a likes o el tiempo de visualización, es el número de compartidos.

Y esto es algo extraño porque Instagram no tiene una opción de compartir en un feed como el compartir de Twitter, que pasa a "ser tuyo", salvo en stories.

Entonces, que compartir sea un ratio determinante sorprende: ¿a mensajes privados a otros usuarios? ¿En stories?

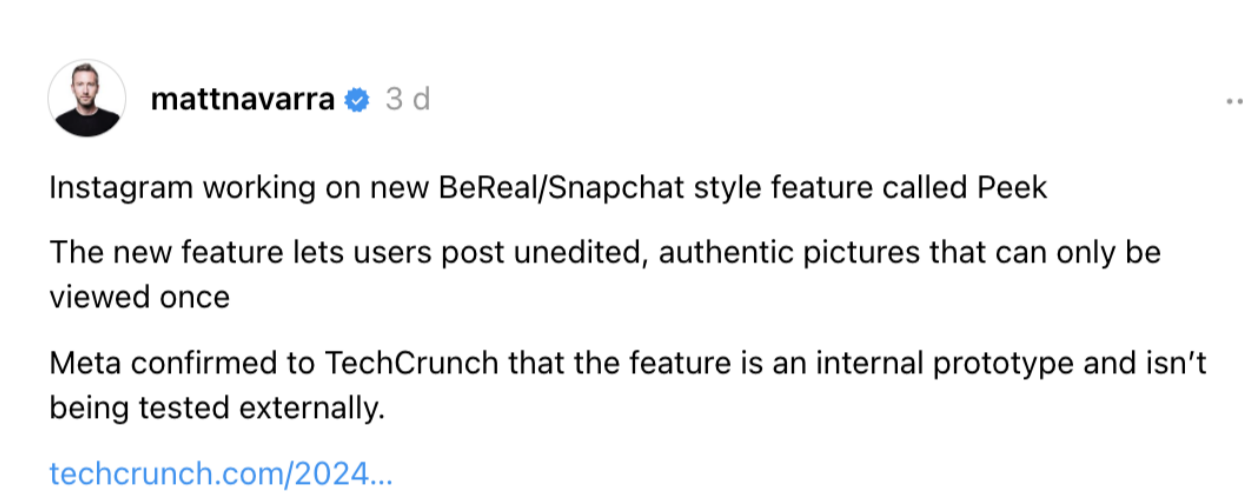
Ha dejado todo en el aire, cuando pensábamos que los likes o guardados eran más determinantes.

BeReal y Snapchat en el horizonte

Otra noticia más relacionada con el intento de llevar BeReal a otras redes sociales.

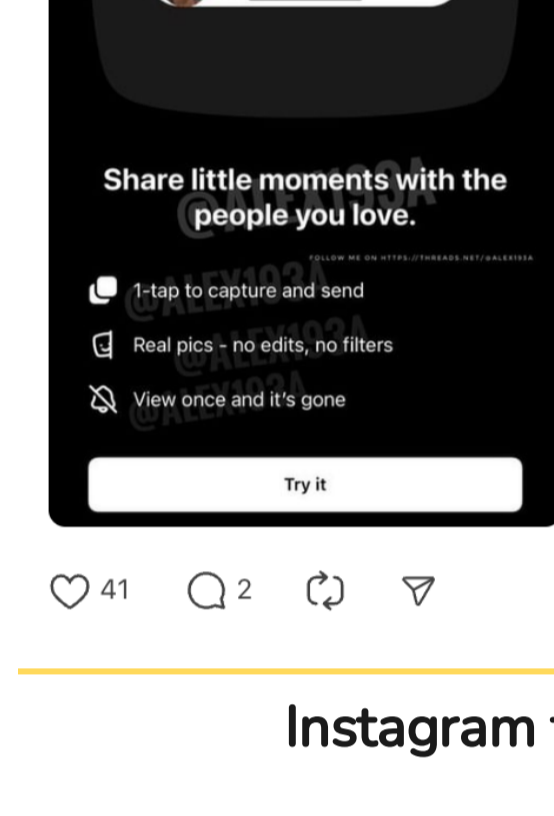
Ya lo intentó TikTok con TikTok Now y hubo otro intento en su momento de llevarlo a Instagram con Candid Stories.

Ahora la red social de Meta, de nuevo, intenta atraer nuevos usuarios con una función estilo BeReal: post que se suben sin editar, auténticas y que solo pueden verse una vez.



Instagram working on new BeReal/Snapchat style feature called Peek. The new feature lets users post unedited, authentic pictures that can only be viewed once. Meta confirmed to TechCrunch that the feature is an internal prototype and isn't being tested externally.

techcrunch.com/2024...

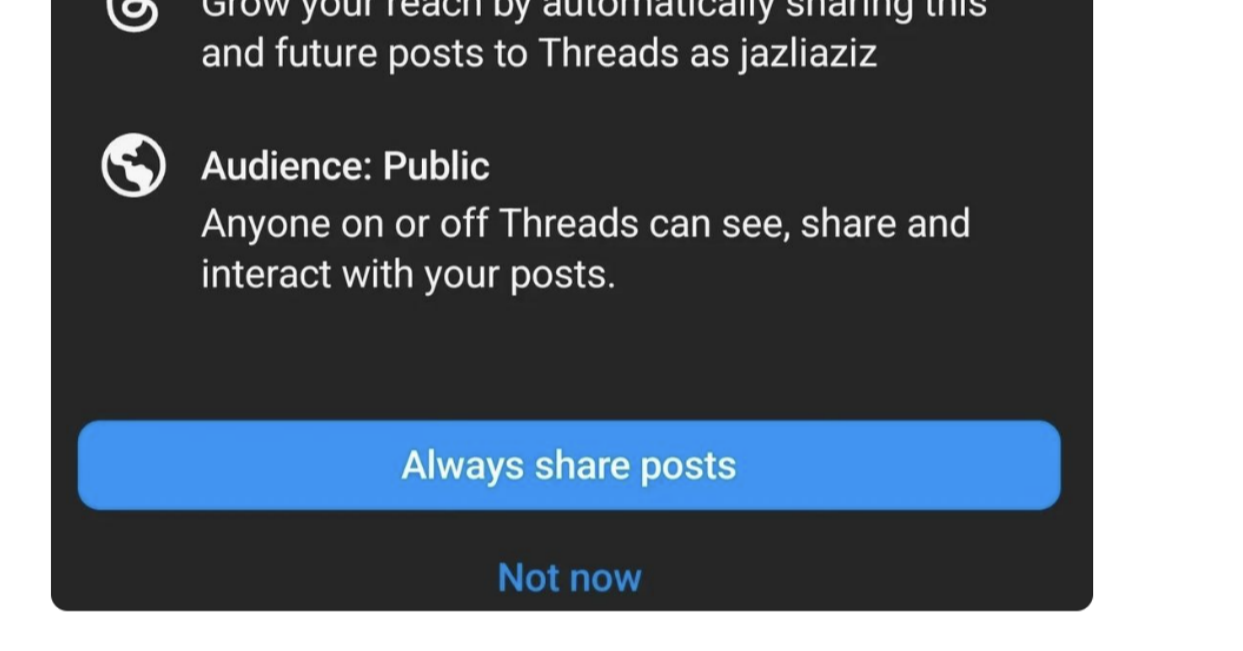
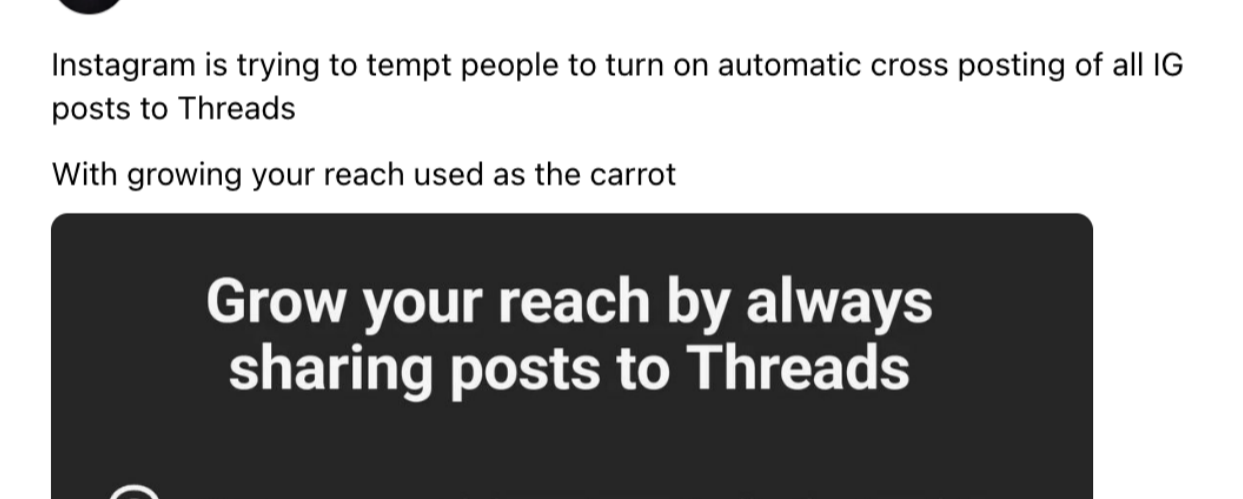


Instagram te lanza a Threads

Si hay algo que funcionó muy bien en Threads cuando salió la app es su comienzo con Instagram: mantenías los seguidores y oye, eso siempre es un buen comienzo.

Y en esas sigue Instagram, intentando animar a los usuarios a que publiquen en Threads.

De hecho, tal como ves en la captura de pantalla, el objetivo es que actives el cross posting para que cualquier publicación que hagas en Instagram también aparezca en tu perfil de Threads.



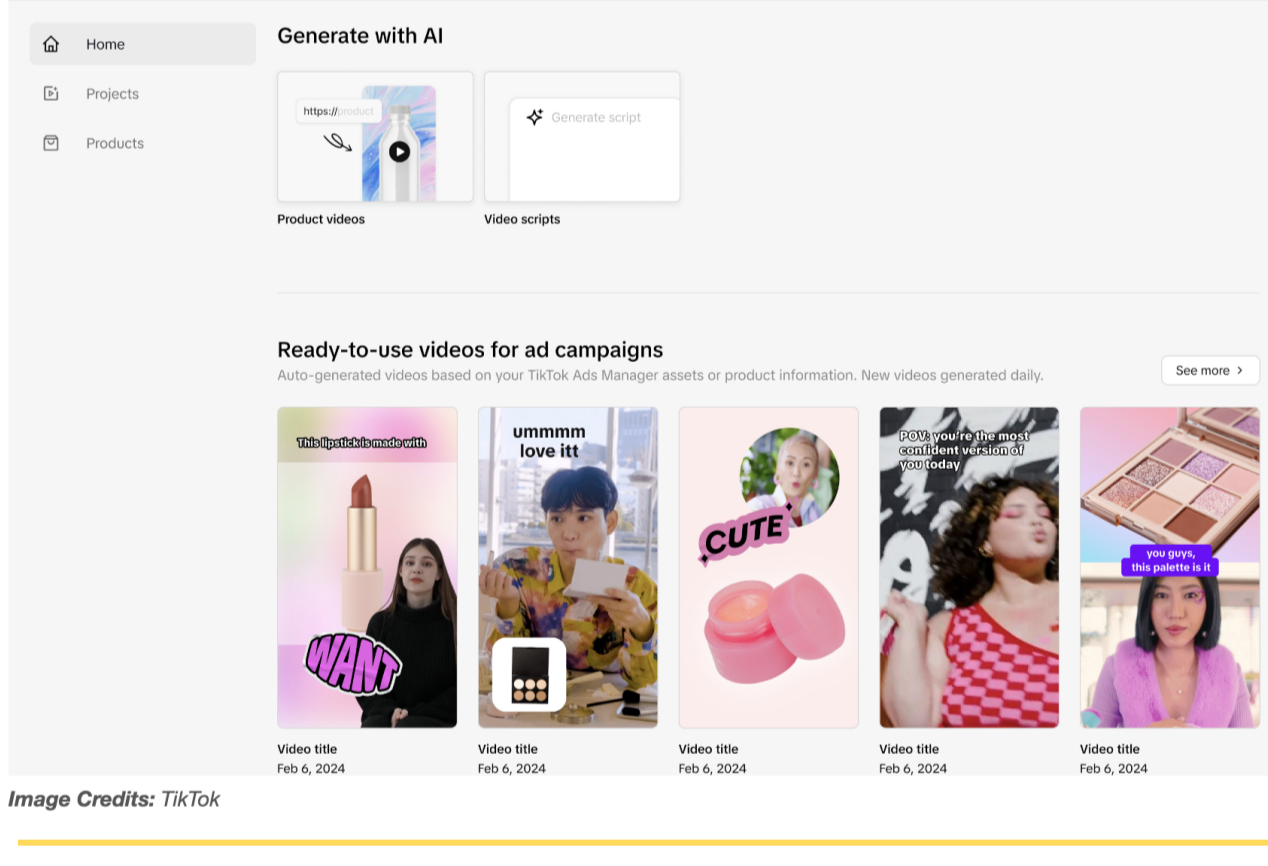
TikTok se pone a tono con la IA

Siguen llegando novedades sobre inteligencia artificial en las redes sociales: TikTok apuesta por nuevas herramientas para ayudar a profesionales del marketing a crear contenido.

La herramienta se llama TikTok Simphony y cuenta con estas tres mejoras:

- Asistente Simphony: un asistente de IA para mejorar las campañas de anuncios.
- Estudio Creativo Simphony: con ciertos datos la IA genera videos listos para publicar en TikTok.
- Integración en Ads Manager: contribuye a ayudar a las marcas a corregir y optimizar los videos actuales.

(Foto de Techcrunch)



Heineken pone patas arriba las redes sociales

La marca de cerveza junta al antihéroe Deadpool y al mutante Lobezno, ambos del universo cinematográfico Marvel, en una campaña para aclarar sus diferencias mediante una de sus bebidas.

Con motivo de la próxima película que se estrenará el 27 de julio, Heineken ha puesto toda la carne en el asador para ser uno de los principales patrocinadores del evento.

La campaña tiene un vídeo, por el momento, pero que también se prevé otras acciones en redes sociales o anuncios televisivos.

Apple vs Samsung

En efecto, parece que es la guerra del nunca acabar: un "enfrentamiento" entre ambas marcas que vive un nuevo episodio. ¿La razón?

La acción de Apple para presentar el nuevo iPad dejó un río de críticas porque aplastaba la creatividad sugiriendo que, si la tienes en la tableta, para qué hacerla tú.

Y Samsung, que vio un filón ahí, con el revuelo que suele aparecer cuando la IA entra en juego, lanzó su respuesta a esta campaña en la que celebraba la creatividad humana.

¿Quién ganará? Yo lo tengo claro.

KFC sigue dando la nota

Sin duda alguna Kentucky es un soplo de aire fresco en su comunicación repleta de memes, algo gamberra a veces y mucho buen rollo para acercarse a la generación de las redes sociales.

Cada campaña es una oportunidad para ver qué ocurrencias tiene el equipo de comunicación. Y en esta ocasión han dado la nota y con razón.

A raíz de esta nueva idea lanzaron un reto a su audiencia en X: el KFC Auto sin autos. Una iniciativa en la que te llevabas un menú gratis si aparecías en cualquier otro medio que no fuera coche, moto, bicicleta, patinete, patín, skate o ir andando.

¿El resultado? Pues míralo por tu cuenta en este recopilatorio, porque no te va a dejar indiferente.

Somos Guinda nos reta

Así es, el video creativo Somos Guinda, nos propusieron que lanzáramos un reto en este divertido video que seguimos el plan membresía Enterprise en Metricool.

Y dicho y hecho: necesitan 200k views en sus videos entre Instagram y TikTok, ¿les echamos una mano?

¿Qué opinas? ¿Les ayudas a conseguirlo?

Crea tu cuenta GRATIS aquí

¿Es hora de empezar en esta red social? La semana que viene más, y espero que mejor.

Carlos, de Metricool.

Bibliografía:

- Guía de Threads
- Algoritmo Reels Instagram
- Qué es BeReal

With metricool

¿Te ha gustado la newsletter? ¡Compartela!

Compartir en WhatsApp, Compartir en Telegram, El post que lo ha tomado en Instagram: El Fantasma del Social Media Manager, El webinar estrella: Domina Pinterest para atraer y convertir, La tendencia: Claves para vencer al algoritmo de Instagram

Copyright © 2024 Metricool.com. All rights reserved.

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 enviar comunicaciones comerciales, salvo que lo hayas solicitado a otro. En caso de haber prestado el consentimiento a tal fin, para la remisión de comunicaciones sobre novedades, descuentos y promociones. Para atender tu solicitud de información. En cualquier caso, puedes oponerte al envío de comunicaciones comerciales en cualquier momento pulsando en 'Dar de baja o rechazar mis preferencias de envío'. Tienes derecho de acceso, rectificación, supresión, limitación, oposición al tratamiento y portabilidad de tus datos. Puedes ejercitar tus derechos en legal@metricool.com. Más información en la Política de privacidad.