Si hay algo que he preocupado a casi todos los públicos desde las primeras redes sociales es el acceso de los adolescentes.

Yo empecé en Fotolog, esto ha sonado peor con cada tecla que pointa (🙄), y había poco cuidado. Todo el mundo compartía sus fotos sin importar si podrían ser vistas siquiera/dos o fijándose en él: **sobre todo ese "miedo" porque no sabías quién había al otro lado de la pantalla**.

Pero las redes sociales han evolucionado y entre directos, ubicaciones y stories prácticamente puedes saber dónde está cualquier usuario.

Y ¿eso que Instagram ha acertado de lleno.

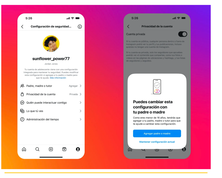
Crea una versión de Instagram "teenager" que viene con limitaciones integradas sobre quién puede conectarlas y el contenido que ven.

Estas cuentas se van a implementar automáticamente para todos y **los menores de 16 necesitarán el permiso del padre o de la madre para cambiar las opciones de configuración**.

Además las cuentas serán privadas de forma predeterminada, tendrán restricciones en los mensajes y de contenido limitado, entre otras cosas.

Y una función que me parece interesante, no solo para esta red social si no para cualquier, es el límite de uso de la app por día: en este caso si pasan más de 60 minutos reciben una notificación de que deben salir de la app.

¿Qué opinas de esta noticia? Me parece muy interesante esta medida, pero si tienes hijx adolescente me interesa tu opinión. 🙂



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

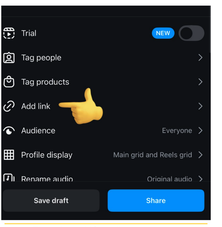
Suscríbete a la newsletter aquí

Novedades en los reels

Más que sorprendente lo que me encontré en el perfil de X de Jonah Manzano.

Instagram pone patas arriba los reels con la opción de incluir un link en una publicación de este formato. De momento poco más se sabe, si va a ser como en las stories a través de un sticker o cómo aparecerá.

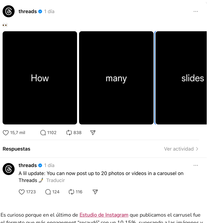
De hecho, parece que está solo en algunas cuentas así que toca esperar para saber cómo funcionará.



Threads también recibe un aumento

Threads sigue los pasos de su "hermana mayor" y recibe la última actualización de Instagram.

Los usuarios podrán compartir hasta 20 imágenes o vídeos en un carrusel. 20 slides que dan para mucho.



Es curioso porque en el último de Estudio de Instagram que publicamos el carrusel fue el formato que más engagement "recaudó" con un 10.15%, superando a las imágenes y al todopoderoso reel.

¿Qué quiere decir esto? Mi primer consejo es que puedes ponerte las pilas con los carruseles, que sea contenido de valor siempre y que aproveches el segundo slide. Porque si pasas tiempo en Instagram te habrás dado cuenta de que a las horas de compartirlo, sugiere la publicación pero solo el segundo slide: en lugar del primero.

Y el segundo (aunque ya hay más de uno) que aproveches la funcionalidad de Metricool para planificar los carruseles de Instagram.

Guía de regalo en el enlace de arriba. 😉

Meta se pasa el juego

Se pasa el juego porque ya está pensando en las futuras ventas de las marcas. Pero si acaba de terminar el verano... ¿no? (Mariah Carey, calienta que suenas).

El caso es que ha creado nuevas herramientas publicitarias para ayudar a vendedores a impulsar sus ventas:

Entre ellas, la posibilidad de resaltar código promocionales en anuncios, anuncios de recordatorio o incluso añadir varios enlaces de sitios web en los anuncios de carrusel.

¿Tienes dudas con Meta Ads? Tengo el vídeo listo para que te conviertas en todo un PRO.

6 claves para mejorar tus anuncios en Facebook, Instagram y Whatsapp 🎥

Vuelve de entre las sombras...

¿Te acuerdas de Lemon8? Es la red social que surgió por los continuos problemas de TikTok en Estados Unidos.

Problemas que aún persisten, por cierto.

La noticia es que Lemon8 ha vuelto a la palestra y sube a lo más alto de las apps descargadas en Estados Unidos.

Y tremenda estrategia se han gastado en ByteDance, propietaria de TikTok, una campaña masiva usando más de 5.000 keywords. Y nada menos que en palabras clave de marca como TikTok, CapCut o Instagram.

Estrategia bastante agresiva pero que de momento le ha dado resultado. Veremos si acaba sustituyendo de forma definitiva a TikTok...

Estadísticas sorprendentes

No es ninguna sorpresa que siempre acabo compartiendo un estudio que me encuentro en algún perfil. Sí, habitualmente en el de Matt Navarra que si no le seguís ya, ya es *momento*!

Esta vez ha tocado (otro) estudio sobre la generación Z, así utilizan las redes sociales los usuarios entre 18 y 29 años en Estados Unidos:

Y las estadísticas como siempre sorprenden. Que YouTube sea el más utilizado me pilla un poco en fuera de juego, pero sí que es cierto que los principales creadores de contenido pueden estar ahí y la llegada de los Shorts ayuda.

Pero que TikTok esté tan abajo o Facebook en tercera posición sí que me desconcierta. Entiendo que lo de TikTok se debe al baneo en Estados Unidos.

¿Tú qué piensas? ¿Este uso crees que se extiende al resto de usuarios?

METRIWORLD 🌍

📰 Por qué aplicar el branding a la marca
🎙 El post que lo ha petado en Instagram: ¿Qué personaje de Friends eres?
📢 Lo más trend: El marketing de Gisomina Rodríguez

👉 Lo nuevo en Metricool: PINTEREST KEYWORDS: 5 pasos para dominar las PALABRAS CLAVE en PINTEREST ⚡

Con esto de Pinterest toca ponerse manos a la obra para analizar y medir cómo está funcionando tu estrategia de SEO. Y con Metricool tienes todos los datos a golpe de clic:

Crea tu cuenta GRATIS aquí

Revolucionado con Instagram, ¿verdad? Aunque como he comentado al principio me parece una idea genial para el acceso y control de los adolescentes.

¡Te leo lo que quieras comentarme!

Carlos de Metricool.

With ❤ metricool

¿Te ha gustado la newsletter? ¡Compártela!

Comparte en **WhatsApp**: "target="_blank" style="text-decoration: underline; color: #1a1a1a" rel="noopener"">Comparte en **Telegram**: Comparte en **X**

Copyright © 2024 Metricool.com, All rights reserved.
Metricool Software S.L. es la Responsable del Tratamiento de tus datos con un siguiente finalidades:
En caso de haber contratado alguno de nos servicios para mantener la relación contractual, así como la gestión administración, informaciones, promociones y mejora del servicio y para envío comunicaciones comerciales, salvo que tu hayas opuesto a ello.
En caso de haber prestado el consentimiento, a fines de envío de comunicaciones sobre novedades, descuentos y promociones.
Para ejercitar tu derecho de información:
En cualquier caso, puedes oponerte al envío de comunicaciones comerciales en cualquier momento pulsando en "Darse de baja y gestionar mis preferencias" que aparecerá en el pie de cada email.
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 protección