Si no te has habituado a usar los vídeos cortos y en formato vertical de LinkedIn quizás va siendo hora.

Porque sí, la red social apostó por este formato y quiere seguir dándole más importancia. Yo soy algo escéptico con estos vídeos, **no termino de verlo en una red social con un carácter tan marcado como LinkedIn**.

Aunque también es cierto que he encontrado algunos buenos ejemplos de cómo usarlo, como este de "Siana Digital": formato cuidado, buena calidad de vídeo, contenido de valor y subtitulado. Para mí, 4 aspectos imprescindibles de un contenido interesante.

Y dirás, ¿Carlos por qué me cuentas todo esto si no es ninguna novedad? Pues primero para animarte a lanzarte a la piscina, lo segundo porque LinkedIn quiere lanzarse definitivamente a por TikTok con una campaña dirigida a la generación Z. Probablemente la más alejada de su red social.

Este desconocimiento de LinkedIn para la nueva generación va de la mano con el objetivo de llegar a ellos a través de su formato favorito.

Y en tercer lugar porque quizás pienses que también hay hueco para tu marca o negocio en los vídeos cortos de LinkedIn.

¿Cómo añadir contenido de vídeos cortos a LinkedIn?

Puedes crear el contenido de cero. Aunque yo recomiendo una idea que solemos usar en Metricool: reutilizar el contenido de otras redes. Vale, eso ya está inventado, no te vengas arriba.

Pero cómo lo hacemos en Metricool es quizás lo interesante: buscamos un vídeo corto (reel o TikTok) que haya funcionado bien en la publicación original. **El copy o el guión que hemos usado le pedimos a la IA de Metricool que lo prepare para LinkedIn y rehacemos el vídeo que tuvo éxito en las otras plataformas**.

Esto más trabajoso, pero también puedes optar por adaptar solo el copy y no el guion del vídeo.

Te lo dejo ahí como truqui. 🚀

¿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

LinkedIn te trae la IA "certificada"

Si te gusta la inteligencia artificial vas a sonreír con LinkedIn.
La red social lanza cursos gratuitos de certificación en IA: formación hasta diciembre con el objetivo de ayudar a profesionales a que logren adaptarse a la automatización el inteligencia artificial.

En los diferentes cursos he visto cosas interesantes: **uso de la IA de generación para desarrollar planes de aprendizaje personalizados, IA generativa y reclutamiento o aprender un buen uso de la IA en management**.

Tienes en este enlace toda la información, ya te aseguro que vas a tener un buen rato de entretenimiento y aprendizaje.

Instagram reordena el feed de los DM

Por partes que hay cosas que explicar aquí.

En primer lugar, en el bloque superior ahora las solicitudes de mensajes de Instagram van a tener varias opciones: **todas las solicitudes, las respuestas a las stories o mensajes escondidos**. La verdad es que por ordenar no será.

La segunda novedad es que puedes ordenar los mensajes por número de seguidores por los más recientes. **Y de paso filtrar por tipo de cuentas (creadores y business) o si las tienen verificadas**.

A mí me parece esta novedad muy interesante, sobre todo para marcas o creadores que reciben varios mensajes al día.

Las stories: para enganchar a tu comunidad

No era algo que nos pillara por sorpresa, pero nunca viene mal una confirmación de Adam Mosseri.

En este post que ha compartido en su feed confirma que los reels, post del feed y carruseles son los que te van a servir para incrementar el alcance de tu cuenta. Pero las stories son recomendables para involucrar y enganchar a tu audiencia.

De hecho, según Mosseri, los datos muestran que los creadores que comparten stories pierden menos seguidores que los no lo hacen.

Te dejo aquí un directo que hicimos en YouTube sobre cómo aumentar las visualizaciones en tus stories.

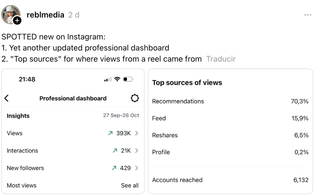
Y nuevas métricas en reels

Si el otro día empezábamos la newsletter con las nuevas métricas disponibles en la app de Threads, esta vez le toca el turno a Instagram.

Reels trae una nueva métrica, que por supuesto ya estaba en TikTok, y que va a darte un buen feedback sobre el funcionamiento de tu contenido.

Y son las fuentes de tráfico de tus visualizaciones. **De verdad, amo esta métrica, porque te da una referencia sobre de dónde vienen tus visitas a los reels y así potenciarla**.

Recomendaciones, feed o el perfil.



METRIWORLD 🌍

📝Cómo hacer anuncios en Instagram Ads desde cero
📅El post que lo ha petado en Instagram: El calendario de marketing de noviembre
📌Lo más trend: Las mejores campañas de Halloween

🔥Las 5 Mejores Herramientas de Gestión de Redes Sociales para Negocios

---

Recuerda que tienes a Metricool para crear tu contenido en redes sociales, programarlo y que la herramienta lo publique por ti. Y sí, los reels están entre ellos. 😉

Crea tu cuenta GRATIS aquí

¿Cómo vas a afrontar el penúltimo mes del año, Metricooler? ¿Tienes todo tu calendario listo?

Carlos de Metricool.

With ❤ metricool

¿Te ha gustado la newsletter? ¡Compártela!

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