



"Adam Mosseri e Instagram son transparentes con la comunicación" capítulo 1000.

Ya lo he dicho muchas veces, esa cercanía que muestra Adam Mosseri en sus canales personales para aclarar dudas sobre Instagram o Threads es un regalo. También las preguntas de los usuarios ayudan, pues suelen aportar y dar en el clavo.

Y todo viene porque cada vez que Instagram saca una nueva funcionalidad la gente se lanza a la misma pregunta: ¿me resta alcance?

La cantidad de preguntas que llegan a Metricool sobre si usar la herramienta perjudica el alcance. No, por supuesto que no, ¿por qué iba Meta a permitir conexiones con herramientas como Metricool si luego baja el alcance? Al final, Meta quiere que participes en su red social y compartas contenido, si lo haces programando y notas un bajón, dejarás de hacerlo.

Vale, igual me he ido un poco por las ramas. ¿Por qué te cuento todo esto?

Porque hace unos meses Instagram lanzó la etiqueta de marca. Una función para marcar cualquier contenido patrocinado para así avisar al usuario. Y claro, llegaron las preguntas, ¿si pongo contenido patrocinado en mi post resta alcance?

Adam Mosseri confirma que Instagram no penaliza el contenido patrocinado. En su post en la misma red social deja claro que esto también ayuda a creadores a cumplir con las legislaciones locales.

La pregunta es, ¿qué contenido penaliza Instagram?

En realidad, según también el CEO de Instagram, la red social no aplica ninguna técnica de shadowban, pero si limita el contenido que no cumple con sus normas comunitarias.

Vamos, que si cumples con la normativa de la plataforma no deberías tener ningún problema. Aunque si quieres estar al tanto, te dejo por aquí un truco, comprueba el estado de tu cuenta de Instagram aquí:

Perfil -> Menú -> Configuración -> Más información y ayuda -> Estado de la cuenta

Entrando aquí verás información de tu cuenta: si el contenido que compartes es recomendable o si está apareciendo en las secciones de explorar. ¡Échale un vistazo cuando tengas dudas!

¿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

Meta propone menos anuncios en Facebook e Instagram...

Así es. Según informa The Wall Street Journal, Meta ofrecerá una suculenta opción para usuarios de Instagram y Facebook en la Unión Europea: menos anuncios en la plataforma.

Además, tiene previsto reducir la oferta de suscripción a 8€ en dispositivos móviles y a 5€ por cada cuenta adicional.

Toca esperar si hay letra pequeña pero por el momento pinta bien. **

Mientras ya prepara el asalto a los ads en Threads

Una por otra, podríamos decir.

Porque mientras piensa en esta oferta para los usuarios de la UE, prepara la llegada de los ads a Threads, su plataforma de microblogging.

Tal como ha compartido Matt Navarra en su cuenta de Threads, se ha filtrado que Meta plantea ofrecer anuncios a un pequeño número de anunciantes a principios de 2025. Los posts en la red social superan los 250 millones de usuarios activos mensuales, por lo que ya hay un buen número de receptores.

Además, según comenta los ejecutivos planean añadir nuevas características a la red social para atraer a más usuarios.

¿Qué opinas sobre la llegada de publicidad a Threads? Es algo que tarde o temprano íbamos a tener. Es una red social en constante crecimiento y Meta ya tiene publicidad en todas sus plataformas.

¿Por qué no en Threads?

Cómo Threads alcanzó a X en datos

Y sin salir de Matt Navarra y Threads, esta semana leí un post en su perfil sobre cómo la plataforma de microblogging de Meta había alcanzado a X.

Bueno, ¿realmente la ha alcanzado?

Podríamos resumirlo en la pérdida de confianza de los usuarios en el contenido de X. Pero si nos fijamos en los datos, la respuesta está ahí: mientras Threads aumentó los usuarios en un 38% en el tercer trimestre, X se quedó en un 12% menos.

La promoción de Meta con la red social, la conexión con Instagram y que muchos usuarios están fuera de Estados Unidos está ayudando a Threads a ser cada vez más una alternativa a X.

Y no es el único dato...

Días de adiós en X

Ya tuvimos algunas despedidas en su momento con los anunciantes en X. Desde ayer dos medios de comunicación importantes a nivel internacional y en España se alejan de la red social.

The Guardian y La Vanguardia dejan de publicar en X tal como comunicaron el pasado jueves 14 de noviembre.

¿Crees que habrá más desbandada?



Éxito de los vídeos cortos en LinkedIn

Parece que los vídeos cortos de LinkedIn se están llevando todos los flashes de la red social.

Según datos de un estudio de la experta Caroline Giegerich en un análisis del contenido de 90 días las publicaciones de vídeo llegan a 3 veces más personas que las de texto, aunque estas siguen teniendo más interacción.

En el estudio también compartió que los vídeos que mejor funcionaron duraban menos de 5 minutos. Algo como lo que compartió LinkedIn hace unas semanas que la duración ideal era entre 15 segundos y 2 minutos.

¿Qué te parecen estas métricas? A mí personalmente me gustan, creo que es una buena apuesta de la red social, pero que son métricas algo "engañosas".

Se han sacado en los primeros pasos de este formato en LinkedIn y, tal como pasó en Threads, hasta que se establece pueden ser métricas grandes.

Esperemos tener más datos pronto y ver si se mantienen las estadísticas.

Pinterest se apunta a las compras navideñas

La plataforma de los pines busca ser la protagonista de tus compras navideñas. Además de crear más de 1.000 guías con regalos únicos, están trabajando para añadir nuevas funcionalidades para encontrar el regalo perfecto.

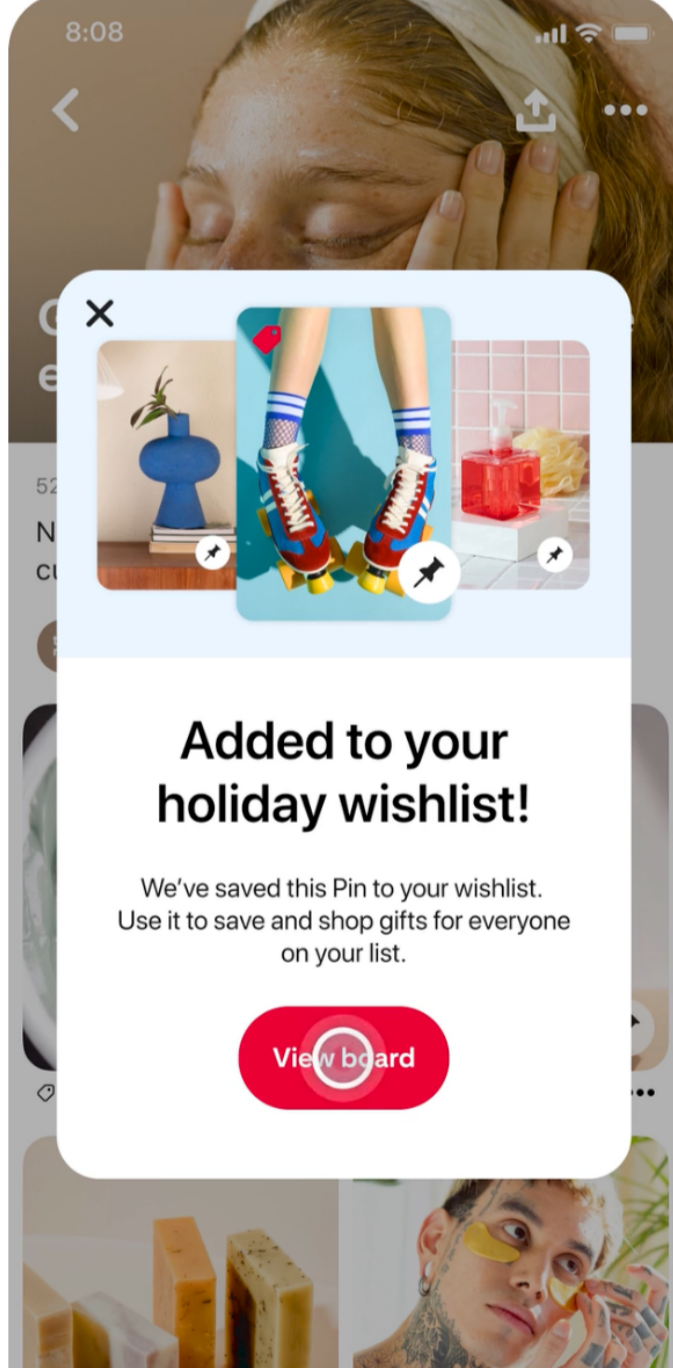
En concreto una que va a fomentar las compras y ayudar a las marcas a incrementar sus marcas: guardar de forma rápida.

La función 'guardar rápidamente' te permite guardar un pin de forma sencilla de la guía de regalos en un toque. Y además Pinterest lo va a incluir en tu lista de deseos para comprar. Vamos, que más fácil imposible.

La siguiente función que han incluido es un feed al estilo de 'Para ti' de TikTok, donde la plataforma te va a mostrar regalos que cree te van a encantar. Aquí vas a tener que entrenar bien el algoritmo para que aparezca lo que realmente quieres ver.

Tal como haces en otras redes sociales.

Si quieres más información de las estrategias en Pinterest, aquí te dejo un webinar para aprender a dominar la plataforma y convertir usuarios en clientes.



TikTok al descubierto

Ya sabes que sin datos no sabemos vivir, Metricooler. 🤖

Esta vez nos adentramos en el mundo TikTok para sacar todos los datos posibles de la red social y entender el funcionamiento, el comportamiento de las marcas y creadores de contenido, así como de las próximas tendencias que vienen.

Has acertado, tenemos nuevo Estudio de Metricool. Y este es tu ticket para sentarte en la zona VIP.

Lo presentamos el martes 19 de noviembre a las 17 horas (hora de España) y como siempre es gratis. Te dejo aquí el enlace para que te apuntes, además recibirás después de la presentación el estudio en tu correo electrónico. 📧



METRIWORLD

📌 Ideas para crear contenido en TikTok: cómo funciona Creator Search Insights

📌 El post que lo ha batido en Instagram: 7 fórmulas de copy para conectar con tu audiencia

📌 Lo más trend: ¿Qué es un KP?

📌 NUEVO VÍDEO: 5 métricas CLAVE para medir en redes sociales

📌 Nuevo en Metricool: Biblioteca de Metricool

Incluimos la biblioteca de contenidos en el planificador. ¿Tienes una idea? No la pierdas, crea el post y guardalo en la biblioteca para utilizarla cuando la necesites.

Esta función se incluye en 'multimedia' junto a Canva y a Google Drive. Y no serán las únicas. 🤖

Si quieres investigar más sobre Metricool, te lo pongo fácil: aquí tienes un enlace para registrarte. ¡Ya me cuentas! 🤖

Crea tu cuenta GRATIS aquí

¿No queríamos caldo? Pues toma dos tazas. La semana pasada nos quedamos cortos de noticias y hoy hemos venido con el cargamento a tope. 🤖

PD: Te pido una disculpa por el error de la semana anterior en un titular de una noticia. Puse 'Instagram reordena el feed de los DM' en una noticia que trataba sobre LinkedIn.

Carlos de Metricool.

With ❤️ metricool

¿Te ha gustado la newsletter? ¡Compártela!

Compartir en WhatsApp | "target"="blank" style="text-decoration: underline; color: #e85c91; text-decoration: none;">Compartir en Telegram

Compartir en X | Compartir en X

Instagram | TikTok | X | LinkedIn | Facebook

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 te hayas opuesto a ello.

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 'Termino de link a opciones mi suscripción de correo'.

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.