

Les réseaux sociaux n'ont jamais été aussi riches en contenus. Entre stories, publications, vidéos... Et si ce que les utilisateurs cherchaient à présent, ce serait du contenu exclusif ? Avec des abonnements payants, Instagram transforme les followers en membres d'un cercle privilégié et crée une intrigue pour découvrir le contenu. On connaît tous le fameux principe de l'offre et de la demande: **Ce qui est inaccessible devient irrésistible !** Les influencer l'ont déjà compris, et si cette tendance s'élargissait à plus large spectre ?

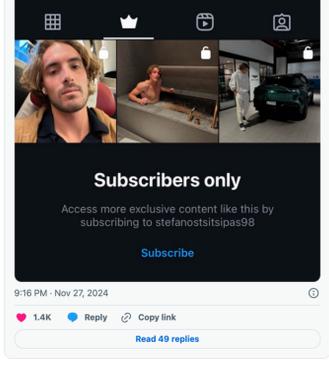
RÉSEAUX SOCIAUX

Abonnement payant sur Instagram, une pratique qui se répand ?

Le joueur de tennis grec, Stefanos Tsitsipas, a décidé de bloquer une partie de son contenu pour ne le rendre visible uniquement avec un abonnement payant. Une pratique qui jusqu'à présent était utilisée seulement par les influenceurs.

Il faut compter un minimum de 100.000 abonnés sur la plateforme pour pouvoir proposer l'abonnement payant. Une fois l'option mise en place, l'utilisateur en question obtient un badge violet en forme de couronne, ce qui permet d'identifier le type de compte.

Pour le tennisman, l'abonnement est de 6,99 euros par mois. Très controversé pour l'instant, et si cela rentrerait finalement dans les normes ? Une chose est sûre, c'est un coup de com réussi pour tous les petits curieux qui vont se joindre sur son compte Instagram après avoir entendu cette nouvelle.

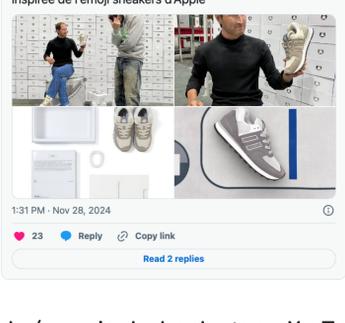


L'emoji de chaussures d'Apple devient une vraie paire de sneakers

Vous êtes fan d'Apple et de sneakers ? Cette paire est faite pour vous !

Non, ce n'est pas la marque d'Apple, elle-même, qui lance le modèle, bien que le packaging pourrait nous laisser croire que c'est le cas, mais un designer chinois, Jose Wong.

L'emoji devient réel en donnant le nom à la fameuse chaussure de "Shoe 1". L'emoji, lui-même inspiré des New Balance 574 portées par Steve Jobs, devient alors à son tour une icône.



La durée maximale des shorts sur YouTube, rallongée

Alors que jusqu'ici, les shorts ne pouvaient pas durer plus d'une minute sur YouTube, ils pourront désormais durer jusqu'à 3 minutes.

La plateforme de vidéo avait-elle peur que les vidéos courtes, pas si courtes que ça, prennent le dessus sur les vidéos horizontales, format phare de la plateforme ? Une chose est sûre, sur TikTok (pionnier des vidéos courtes), les vidéos verticales de 2 à 5 minutes sont celles qui obtiennent le plus de visualisations. (source : étude TikTok 2024 de Metricool)

Bonne nouvelle donc pour programmer notre contenu sur toutes les plateformes à la fois !



Fini les filtres sur TikTok pour les mineurs

Les filtres, si populaire sur la plateforme, vont être rendus indisponibles pour les mineurs d'ici à la fin de l'année. Utilisés en masse, dans des milliers de vidéos, ils permettent de donner un autre aspect, souvent plus lisse, à la peau. Considéré comme un véritable danger chez les jeunes, ils donnent une illusion d'une perfection.

Suite à plusieurs plaintes de la part des régulateurs européens et américains ainsi que des familles, TikTok multiplie les initiatives pour rassurer ses utilisateurs à travers une série d'actions mises en place pour répondre aux critiques sur son impact auprès des jeunes.

Les jeunes, ne pouvant plus utiliser les filtres, pourront toutefois accéder au contenu publié par les personnes majeures, avec l'utilisation de ces filtres. Les filtres amusants, tels que ceux qui ajoutent des oreilles d'animaux, resteront disponibles.

Que pensez-vous de cette mesure ?

La CAMPAGNE MARKETING du MOMENT

Hâte de vous voir partir : L'application qui vous félicite pour sa désinstallation

L'application de recrutement HelloWork attire l'attention avec ses accroches bold avec des messages paradoxaux. Et si la désinstallation d'une application n'était pas toujours un indicateur négatif ?

Si ces personnes trouvent le travail qu'elles cherchaient, elles n'ont donc plus besoin de l'application : mission réussie pour la plateforme qui communique ainsi sur cette victoire en partageant les avis de ses utilisateurs avec des messages de dérision.



CHIFFRECOOL

Plus de 54 % des posts sur LinkedIn générés par l'IA

En effet, selon une étude récente partagée par la startup de détection de contenus IA Originality AI, plus de la moitié des contenus sur LinkedIn seraient générés par des robots.

Que ce soit par manque d'inspiration pour trouver un sujet, par gain de temps, de productivité ou encore pour garantir une présence en ligne, l'IA a été adoptée.

Fini les fautes de grammaire et de conjugaison, cela vous garantit un contenu professionnel avec un ton formel.

Certains utilisateurs en témoignent : depuis qu'ils utilisent l'intelligence artificielle pour rédiger leurs contenus, ils ont observé une montée des impressions et de l'engagement !

Alors, chiffre cool ou pas ? Pour ou contre cette montée en puissance des robots dans la création de contenu ?



RECO DE LA TEAM #MetriFrance

Le pop up store du sac cabas d'Ikea à Londres

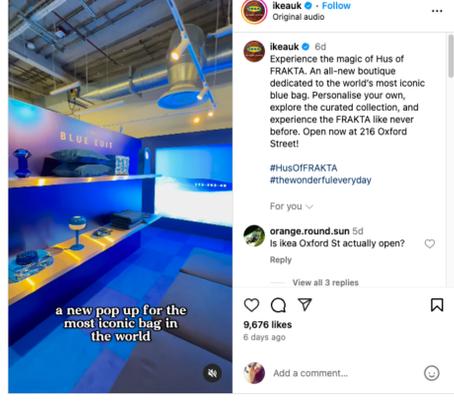
Vous avez justement prévu un week-end à Londres ? Ne manquez pas le pop up store du fameux cabas de la marque suédoise de meubles : Un local entièrement dédié au sac bleu d'Ikea.

Quoi y trouver ?

Des ateliers pour personnaliser le cabas avec vos initiales, des produits iconiques de la marque déclinés en bleu pour l'occasion ou encore des expériences immersives comme de rentrer dans un des sacs FRAKTA géant, des murs miroir, des effets de lumière en 3D, une ambiance sonore ASMR ou encore une dégustation de barbapapa bleu, bien sûr.

Vous pouvez en profiter jusqu'au 25 mars 2025.

Pourquoi on adore ? une véritable expérience qui est parfaitement instagrammable ! De quoi repartir avec du contenu esthétique à publier.



LES DERNIERS ARTICLES DU BLOG



Bluesky App : tout savoir sur le réseau social



Comment récupérer un compte Instagram ? [supprimé, piraté, banni]



Comment bien utiliser le lien en bio Instagram ? [Méthodes et outils gratuits]



Cap sur 2025 : les tendances réseaux sociaux à appliquer à votre stratégie

Alors, Metricoolers, quelle a été votre info préférée ? N'hésitez pas à nous faire un retour et nous dire si on est sur la bonne voie pour vous offrir du contenu super cool. 🍷

Hâte de vous retrouver lundi prochain pour une nouvelle Newsletter !

Très bonne semaine à tous

Barbara, de Metricool

