

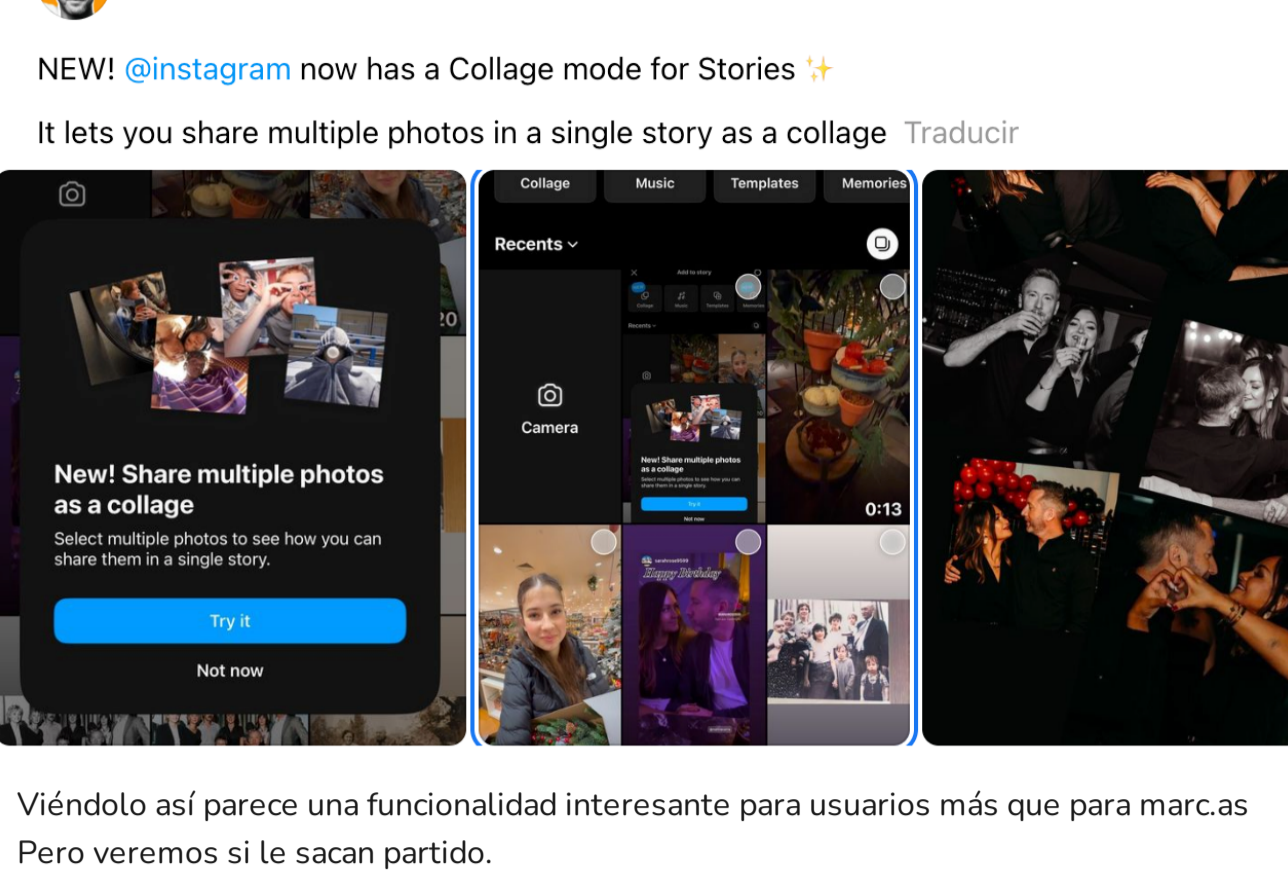


Instagram se ha propuesto acabar el año por todo lo alto y no va a parar hasta conseguirlo.

Las Stories son las protagonistas de esta semana porque Instagram ha decidido incluir un nuevo formato para sacarle el máximo partido.

Aterrizan los collages: una nueva opción para combinar diferentes fotos en una story. Vamos, los "montajes" que llevamos haciendo desde la época de Fotolog (qué mayor ha sonado eso).

A mi cuenta no han llegado todavía, pero en este post de Matt Navarra puedes ver cómo serán:



Viéndoto así parece una funcionalidad interesante para usuarios más que para marcas. Pero veremos si le sacan partido.

No hay que olvidar que según nuestro Estudio de Instagram son las más utilizadas por las marcas, es su formato favorito, y es muy útil para crear contenido espontáneo, dinámico y para generar tráfico a tu web. ¡Benditos stickers de enlaces!

¿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

Bluesky ya es "oficial" como red social..

Sí, y lo digo porque ya piensa como una empresa a largo plazo y no como una alternativa a otra plataforma.

La plataforma tiene previsto lanzar un servicio premium a finales de 2024. De momento no ha dado más detalles, ni los niveles que habrá.

Pero sí ha dejado caer que esos niveles incluirán opciones de imágenes con mayor resolución, vídeos más largos o una estética personalizada para el perfil.

Además, termina el comunicado anunciando un plan de monetización para creadores.

¿Qué opinas de esto anuncio? Era el siguiente paso, sinceramente, aunque yo creía que iba a tardar un poco más en llegar.

Es decir, Threads ni siquiera se ha atrevido a ello y Bluesky ya está pensando en ofrecer un servicio como X Premium.

Y ya piensa en la verificación de cuentas

Esto de momento son solo ideas pensadas en el seno de Bluesky, pero según este artículo de Techcrunch, la verificación que tienen en mente es diferente al resto de redes sociales.

¿Qué han pensado desde Bluesky?

Sería un sistema donde grupos grandes otorgarían a los usuarios la cuenta verificada. Como explica Jay Graber, el CEO de Bluesky, propuso que, por ejemplo, una universidad se encargue de verificar a los usuarios que han sido antiguos alumnos.

Al menos así lo he entendido yo, lo cual es interesante, sin duda. Pero esa organización o grupo que eligiese las cuentas verificadas debería estar, a su vez, verificada.

¿Qué opinas tú?

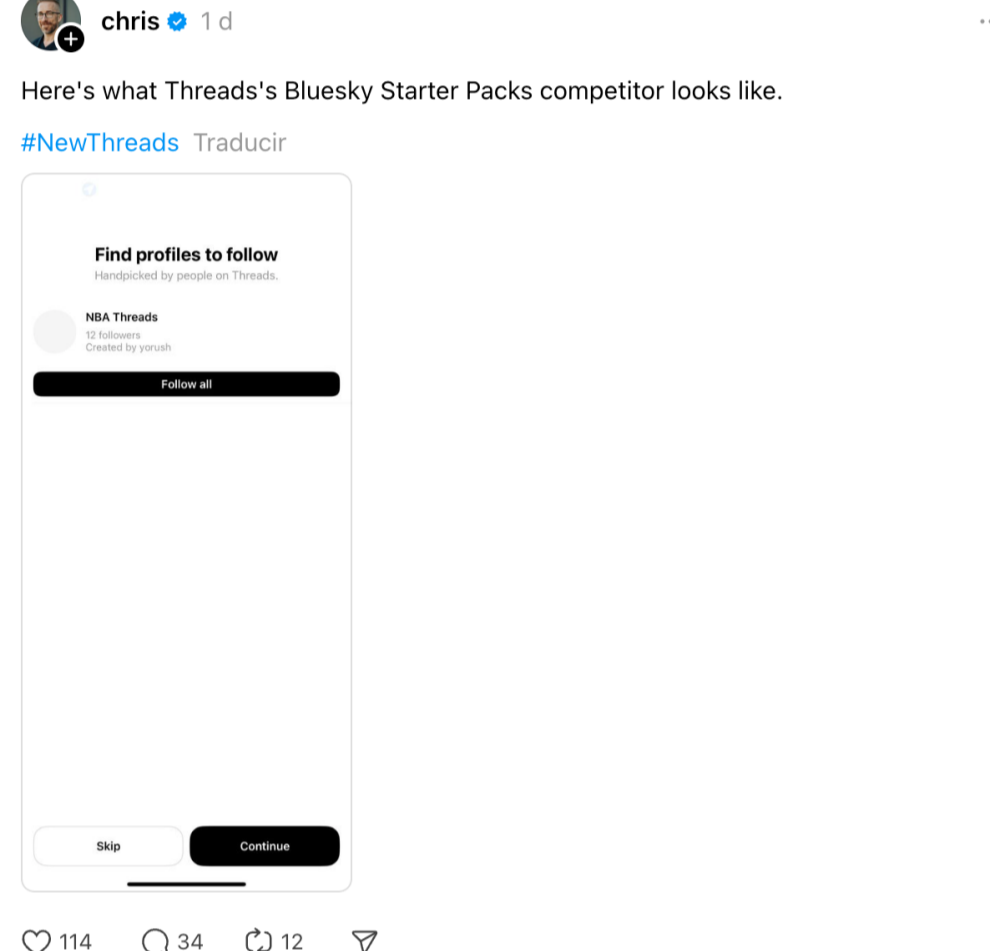
Threads se une al starter pack de Bluesky

Vale, igual esto te ha pillado en fuera de juego. ¿Qué es un starter pack de Bluesky?

Pues imagina un pack de inicio para cualquier red social pero pensando en conectar con usuarios. No es una guía como tal, si no una lista de usuarios sugeridos para empezar.

Algo así ha creado Threads. Tal como ves en pantalla en una primera prueba, un usuario crea una lista sobre un tema en concreto para ir añadiendo perfiles sugeridos a seguir.

Es una funcionalidad que puede ser interesante para encontrar cuentas sobre un tema que te interese. Ahora bien, si lo puede crear cada usuario igual le resta seriedad, pero veremos cómo continúa.



Nuevas opciones de búsqueda en Threads

Tal como anuncia Adam Mosseri en su cuenta de Threads, Meta ha incorporado nuevas opciones para buscar contenido en la red social.

En estas novedades puedes buscar dentro de un intervalo específico de fechas o buscar posts de una sola cuenta.

Y para una funcionalidad que solo está en Estados Unidos, Trending Now, Meta está en pruebas con un conjunto de temas de actualidad y con la posibilidad de encontrar resúmenes basados en IA sobre lo que comenta la gente. De esta manera, entender al momento cuál es el tema de conversación.

TikTok cuenta sus secretos

Tubefilter se hace eco de una presentación en la que participó Norissa Samuels, directora de creadores de TikTok, en la que compartió 10 tips para crear vídeos de larga duración en la red social.

Y aquí te resumo lo que también puedes encontrar en el artículo:

1. Crea un inicio, un nudo y un desenlace durante todo el vídeo.
2. Mantén el interés de tu audiencia para retenerles durante el mayor tiempo posible.
3. Capta al usuario con los primeros cinco segundos de vídeo.
4. Añade un gancho para llamar su atención. Aquí tienes una lista top de Metricool para tenerla siempre a mano.
5. Haz cambios de plano o aplica efectos y filtros para darle ritmo al vídeo.
6. Comparte contenido de valor para el usuario.
7. Muestra los resultados durante el vídeo: lo que hagas, que tenga un fin, aunque sea una receta de cocina sencilla.
8. Dale valor a la producción: TikTok quiere que los creadores usen sus rewards que tienen acumulados en su wallet y que lo inviertan en mejorar sus vídeos que le dan a la comunidad.
9. Piensa en la calidad del vídeo y revisa los elementos técnicos antes de grabar.
10. Elige el nicho y crea contenido sobre él, no muestres cambios durante el vídeo o perderás la atención del usuario.

¿Te habías lanzado ya a los vídeos largos de TikTok? He de decirte que para mí siempre será la red social de vídeos cortos.

Y de paso, ha compartido un documento interesante para conseguir mayor engagement de los usuarios con tus vídeos.

Todo con el foco puesto en las campañas navideñas pero que puedes aplicar en cualquier momento.

- Empieza con un gancho para captar su atención: los primeros tres segundos son clave.
- Muestra el valor de tu producto, por qué los usuarios lo necesitan.
- Termina con una llamada a la acción: guíarlos a TikTok Shop, por ejemplo.



LinkedIn se abre a los usuarios

Y si TikTok ha compartido sus secretos, LinkedIn ha hecho lo propio para guiar a los usuarios a crear un post atractivo en la plataforma.

Dentro del artículo tienes más información pero los puntos clave están en esta imagen que puedes ver dentro del mismo:

- Empieza con un gancho importante.
- Escribe en párrafos cortos. Esto aligera el texto.
- Usa hashtags relevantes.
- Etiqueta personas y compañías, cuantos más mejor.
- Termina con un call to action.

Vale, como siempre digo esto no es una fórmula mágica que empieces a escribir así y te sale todo. Es importante saber a quién te diriges, compartir información relevante y contenido que aporte valor al usuario.



YouTube saca la artillería pesada

Es semana de update en YouTube y vienen varias noticias relacionadas con los shorts:

Mientras que el pasado mes amplió la duración de los shorts a 3 minutos, aunque en nuestro canal aún no lo tenemos disponible, la plataforma anuncia que este formato será visible también en la pestaña de suscripciones, en las páginas del canal y en YouTube Studio.

También ha creado varias opciones para los shorts, como por ejemplo si compartes un short desde otra app tienes acceso directo a las herramientas de edición, como recorte de vídeo o añadir subtítulos.

METRIWORLD

📄 Aprende a crear un briefing para acciones puntuales en redes sociales [Plantilla GRATIS]

📄 El post que lo ha petado en Instagram: Lo que ves VS Lo que no ves: qué hay detrás de cada publicación en redes sociales

📌 Lo más trend: La regla de los 80/20 en redes sociales

📺 NUEVO VÍDEO: Herramientas de Análisis de Redes Sociales Indispensables para Agencias. 📄

📌 Gestiona tu canal de YouTube con Metricool gratis: programa, analiza y mide tus resultados:

Crea tu cuenta GRATIS aquí

Esta semana en redes sociales la podríamos catalogar como desvelando secretos. Cómo nota cuando las plataformas no se guardan nada y cuentan tips interesantes.

Última newsletter de noviembre, Metricooler y primera de diciembre, todo a la vez. ¡Cada vez más cerca de la número 100! 📧

Carlos de Metricool.

With ❤️ metricool

¿Te ha gustado la newsletter? ¡Compártela!

Compartir en Whatsapp | Compartir en Telegram | Compartir en X



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 remitir comunicaciones comerciales, salvo que te hayas opuesto a ello. Para atender tu solicitud de información.

En cualquier caso, puedes oponerte al envío de comunicaciones comerciales en cualquier momento pulsando en "Darme de baja o gestionar 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.