



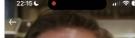
Pues sí, las "garras" de TikTok llegan a una nueva red social que ha succumbido a los hechizos de los vídeos cortos.

En definitiva, que LinkedIn ha caído en el feed de vídeos verticales, en el destazar para seguir viendo más.

Así lo muestra el usuario Matt Navarra en un post de Threads: funciona igual que TikTok, Reels o Shorts, los otros formatos ya instalados en redes sociales. Llegas a un contenido en vídeo y vas pasando hacia arriba para ver nuevos.

Si soy sincero pensaba que LinkedIn iba a ser la última red social en incorporar este formato. También es cierto que Twitch jugó con ello en su momento y que si somos justos, tampoco veía a Pinterest haciéndolo... así que no quedaba otra que LinkedIn.

¿Qué te parece este nuevo formato para la red social de los profesionales? Parece que aún no ha llegado a todos los países, pero si gusta, puede que no tarde.



LinkedIn just rolled out its TikTok-style video feed to my account Have you got it yet?

Like it?



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

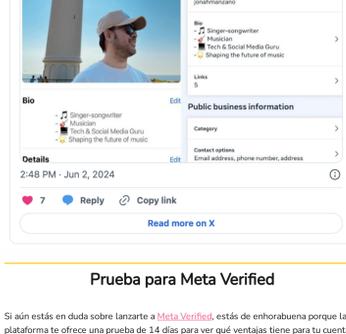
Suscríbete a la newsletter aquí

Meta Business Suite se apunta Instagram

La plataforma para administrar tu cuenta o página de Facebook de forma profesional, Meta Business Suite, ha incluido Instagram también.

Desde ahora tienes también la opción de gestionar todo lo que ocurre con tu cuenta de Instagram.

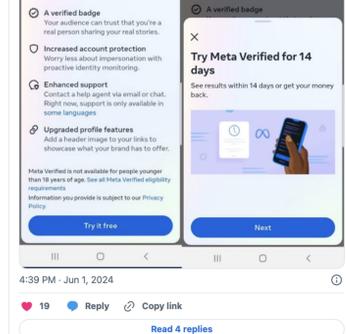
Aunque si quieres gestionar tu cuenta de Instagram, Facebook y otras redes sociales desde una misma pantalla, ya sabes que la respuesta está en [Metricool](#). **AA**



Prueba para Meta Verified

Si aún estás en duda sobre lanzarte a [Meta Verified](#), estás de enhorabuena porque la plataforma te ofrece una prueba de 14 días para ver qué ventajas tiene para tu cuenta o página y si de verdad merece la pena.

Con esta prueba tienes las funcionalidades clave: la verificación de la cuenta, mayor protección a tu perfil, soporte de la plataforma o acceder a ventajas del perfil.



Instagram prueba nuevos anuncios

La red social de Meta está probando un nuevo formato de anuncios que, según las palabras de Matt Navarra, no está siendo la mayor alegría para los usuarios.

Estos nuevos anuncios seían 'no saltables', por tanto tendrías que verlo al completo, mientras navegas por la red social. Algo así como los anuncios de YouTube durante la reproducción del vídeo.

¿Crees que la experiencia en Instagram se volvería peor con estos anuncios?

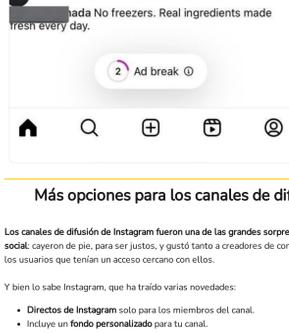


Instagram confirms test of 'unskippable' ads that users are hating already

"We're always testing formats that can drive value for advertisers," a Meta company spokesperson told TechCrunch.

"As we test and learn, we will provide updates should this test result in any formal product changes," they noted.

techcrunch.com/2024...



Más opciones para los canales de difusión

Los canales de difusión de Instagram fueron una de las grandes sorpresas de la red social: cayeron de pie, para ser justos, y gustó tanto a creadores de contenido como a los usuarios que tenían un acceso cercano con ellos.

Y bien lo sabe Instagram, que ha traído varias novedades:

- Directos de Instagram solo para los miembros del canal.
- Incluye un fondo personalizado para tu canal.
- Modera los emojis que usan tus seguidores.
- Crea códigos QR del canal para llevar a tus fans al mismo de forma directa.

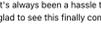


Súper carrusel en Instagram

Llega una de las novedades más esperadas de Instagram: según esta captura de pantalla y la info compartida por el marketer [Lindsey Gamble](#), la red social te permite publicar un carrusel con fotos de diferentes tamaños.

Es decir, antes tenías que adaptar la imagen a horizontal o vertical, ahora puedes combinar ambos formatos según como sea la foto.

Tal como ves en la captura de pantalla tienes para elegir tres opciones: tamaño original, retrato o cuadrado. Pero vamos, que lo que mola aquí es que cada imagen va a tener su propio tamaño.



NEW Instagram now allows you to post carousels featuring photos of different sizes via a Original option.

When posting a carousel, there are three options for sizing your photos:

Original - Photos retain their original size

Portrait - Photos are cropped for portrait/vertical

Square - Photos are cropped as squares

It's always been a hassle trying to post carousels of photos of different sizes so glad to see this finally come.

Social Media Managers



Threads quiere "swipe"

Sí, Metricooler, Meta se ha pasado la semana trabajando en nuevas opciones para sus redes sociales.

A todo lo que hemos contado antes de Facebook o Instagram hay que añadir esta nueva opción de Threads para indicar rápidamente si un contenido te gusta o no.

Ahora si quieres indicar que un post te gusta y quieres ver más como él, desliza hacia la derecha. Si no te gusta y no quieres ver más contenido relacionado, desliza hacia la izquierda.

Claro, esto solo está disponible para la app móvil.



New on Threads

You can now customize your For You feed on Threads using swipes

Users can now swipe right on a post to like it, or swipe left to show you're not interested



Threads will use those signals to show you more posts like the ones you swipe right on and fewer of those you swipe left on.

techcrunch.com/2024...



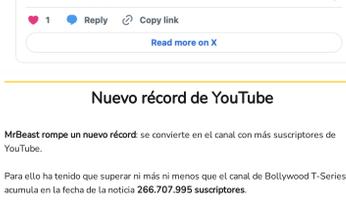
Colaboraciones en TikTok

La semana pasada TikTok rompió récords de novedades con una funcionalidad de la tienda. Y parece que aún tiene más, aunque con un guiño a Instagram.

Y es que la red social de los vídeos cortos incluye una novedad interesante: colaboraciones en la tienda.

De esta forma desde la sección de TikTok Shop tienes invitaciones para colaborar, tal como ves en la captura de pantalla de aquí abajo.

Si aceptas tienes la opción de ganar dinero promocionando otros productos, a base de comisiones.



Nuevo récord de YouTube

MrBeast rompe un nuevo récord: se convierte en el canal con más suscriptores de YouTube.

Para ello ha tenido que superar ni más ni menos que el canal de Bollywood T-Series y acumula en la fecha de la noticia 266.707.995 suscriptores.



MrBeast breaks new record to become YouTube's most-subscribed channel

@MrBeast overtook Bollywood YouTube channel T-Series to accrue the largest subscriber base on the platform

theverge.com/2024...



La generación Z prefiere los vídeos cortos

¿Cómo ve la generación Z los vídeos? ¿Prefere los de corta o larga duración?

Un estudio de [Statista](#) ha analizado esta tendencia y ha mostrado resultados interesantes: si piensas que la generación Z pasa de los vídeos largos, ERROR.

Más del 50% de los usuarios Z ve vídeos de larga duración, aunque los más populares siguen siendo los vídeos cortos, que atraen las visitas de un 61,6% de estos espectadores.

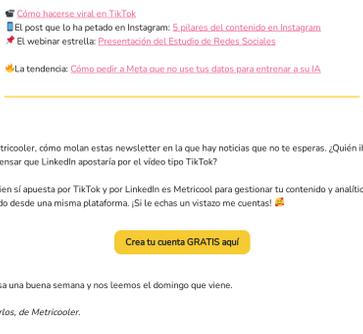
Es decir, que si como marca estás leyendo esto y quieres llegar a esta generación tienes que crear ambos formatos.

Vuelve el atún más famoso

Es costumbre encontrar una campaña divertida y atractiva de la marca Calvo para promocionar su atún: el piltrafilla o el sacatún, sacatún su historia del marketing.

La nueva campaña recae sobre un viejo refrán con su producto más icónico, el atún: así que Paco Tous te invita a que elijas bien el producto y no lo produzcas más tonto.

Juego de palabras a la altura de lo que se espera de la marca.



METRIWORLD

- [Cómo hacerse viral en TikTok](#)
- [El post que ha obtenido en Instagram 5 pilares del contenido en Instagram](#)
- [El webinar estrella: Presentación del Estudio de Redes Sociales](#)

• [La tendencia: Cómo pedir a Meta que no use tus datos para entrenar a su IA](#)

Metricooler, cómo molan estas newsletters en la que hay noticias que no te esperas. ¿Quién iba a pensar que LinkedIn apostaría por el vídeo tipo TikTok?

Quien sí apuesta por TikTok y por LinkedIn es Metricool para gestionar tu contenido y analíticas. Todo desde una misma plataforma. ¿Si le echas un vistazo me cuentas? **AA**

Crea tu cuenta GRATIS aquí

Pasa una buena semana y nos leemos el domingo que viene.

Carlos, de Metricooler.

PD: de erratas.

La semana pasada cometí dos errores en la Newsletter: en la noticia de TikTok Shop, la última de incluir productos para ganar comisiones, se coló la imagen de buscar productos como en SHEIN, correspondiente a la siguiente noticia.

En la noticia de mensajes privados para Instagram solo disponible para cuentas verificadas e título es incorrecto, pues puse "ceme de rias con los mensajes privados de YouTube".

Os pido disculpas si esto generó alguna confusión.

With ♥ metricool

¿Te ha gustado la newsletter? ¡Compartela!

Compartir en WhatsApp [Compartir en Telegram](#) [Compartir en Facebook](#) [Compartir en Twitter](#) [Compartir en LinkedIn](#) [Compartir en YouTube](#)

Copyright © 2024 Metricool.com. All rights reserved.

Metricool Software, S.L., es la Responsable del Tratamiento de tus datos, con los siguientes finalidades: En caso de haber contratado alguno de sus servicios para mantener la relación comercial, así como la gestión, administración, información, prestación y mejora del servicio y por la envío comunicaciones comerciales, salvo que tu haya optado a ello.

En cualquier caso, puedes consultar el resto de comunicaciones comerciales en cualquier momento pulsando en ["Más información en Metricool.com/privacidad"](#)

Tienes derecho de acceso, rectificación, supresión, limitación, oposición al tratamiento o portabilidad de los datos. Puedes ejercitar tus derechos en [legislacion@metricool.com](#). Más información en [Metricool.com/privacidad"](#)