



Si hay algo que no se le puede achacar a Adam Mosseri, CEO de Instagram, es no ser transparente con todo lo que ocurre en Instagram.

Tras un mes en el que ha confirmado día sí y día también cómo funciona el algoritmo (el nuevo, vaya) de Instagram, [esta semana ha publicado un post en su cuenta](#) incidiendo de nuevo en la importancia del "sharing".

Es decir, que las marcas y creadores deben centrarse en crear contenido que impulse a los usuarios a compartirlo con sus amigos. Y también según sus palabras Instagram amplificará ese contenido.

De hecho, Instagram ahora incluye en las estadísticas principales de un post el número de compartidos, además de los likes y comentarios.

¿Una forma de incitar a los usuarios a que lo compartan?

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

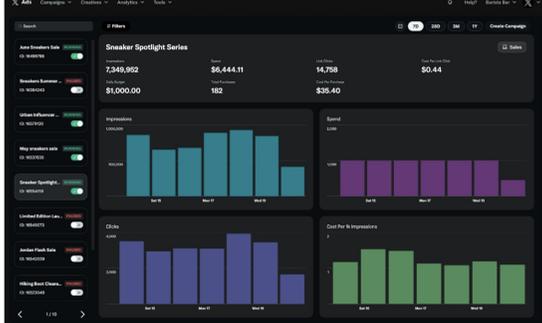
[Suscríbete a la newsletter aquí](#)

X prepara una nueva versión de Analytics Ads

La red social prepara una revolución en sus analíticas para X Ads.

En este post compartido por un ingeniero de la plataforma, [muestra una pantalla en este tuit](#) con una gran cantidad de información sobre tus campañas de anuncios.

El diseño se ha orientado para facilitar al usuario el análisis, permitiendo que vea las métricas clave de un vistazo.



Nueva formación en X

Si con esta novedad en X Ads analytics no tenías suficiente, esta quizás te gusta más.

Porque X lanza [X Ads Academy](#), dirigida a profesionales y marcas para potenciar sus campañas de anuncios en la plataforma.

¿Qué vas a encontrar en X Ads Academy? Un montón de cursos es la respuesta corta. Porque en el primer día de lanzamiento tienes 31 cursos y 4 certificaciones.

Lo cierto es que me gusta que las redes sociales sean quienes lancen estas formaciones y ayuden a los usuarios a sacarle partido a sus funcionalidades, en este caso de Ads.

Y TikTok también se apunta

De formación a formación, porque TikTok también se "alía" con las marcas para ayudarles en su estrategia.

Así, la red social anuncia el lanzamiento de un webinar con una temática especial, el rendimiento creativo y orientado a PYMES. Bajo el título '[Dominar el rendimiento creativo](#)' la plataforma te aporta ideas, consejos y tácticas para ayudarte en el enfoque de marca.

Por partida doble

Esperemos que sean las primeras y no las últimas, porque TikTok no se queda atrás y, tachán, nueva formación a la vista.

TikTok presenta [una nueva rama de formación orientada](#) a los creadores de belleza en colaboración con Estée Lauder.

Si tienes una marca de este tema, ¡sí o sí te interesa!

Este programa colaborativo ofrece una tutoría a los usuarios, así como apoyo financiero y orientación de marketing. Todo un asesoramiento para crear, construir y desarrollar tu negocio de belleza en TikTok.

Que no pare la fiesta con estos eventos de redes sociales a creadores porque mola un montón. ¿Quién mejor que la propia fuente para saber cómo funciona?

Portadas para YouTube

La plataforma de vídeos trabaja en incorporar una novedad que gustará a todos los creadores de contenido y marcas: la opción de crear una portada para las [listas de reproducción](#).

Estas playlist permiten ordenar vídeos para facilitar al usuario que encuentren el contenido. Por ejemplo por temática.

Antes la portada de la lista era la del primer vídeo incluido en la playlist. Y ahora podrás crear una portada específica para esa playlist que resuma todos los vídeos que hay dentro.

matnavarra 1 d

YouTube will finally let you upload custom thumbnails for playlists



androidpolice.com
YouTube will finally let you upload custom thumbnails for playlists

19 1 4

Y más funcionalidades...

Pero con trampa. Porque estas [nuevas funciones que va a traer YouTube](#) a sus vídeos solo estarán disponible para los usuarios premium.

Si eres creador o marca no te preocupes porque van más enfocadas a los usuarios: saltar a tus momentos favoritos del vídeo, ver en segundo plano el Short mientras haces otra tarea, posibilidad de descargar para ver sin conexión o un rediseño de la página de visualización.

¿Qué te parecen estas novedades?

Heinz, más que un ketchup

Kate Spade New York se une a una marca que está presente en una buena cantidad de hogares: el ketchup de Heinz.

Esta colaboración, denominada '[Amor Irracional](#)' cuenta con una línea de artículos como bolsos, estuches o camisetas.

Demostrando que sí, que el ketchup y la moda van más de la mano de lo que piensas.

Llega el 'ascensoreo'

Si Vicio no aparece en alguna parte de la newsletter me preocupó, porque siempre hacen alguna campaña digna de mención.

Y es que para anunciar la apertura de un nuevo local en Bravo Murillo, Madrid, han ido pegando notas en los ascensores invitando a la inauguración del establecimiento.

Una [nueva campaña](#) que, como ya es costumbre, no deja indiferente a nadie.

Top anuncios más vistos en junio

Marketing Directo ha publicado [un artículo muy interesante sobre los anuncios más vistos](#) en televisión durante el mes de junio basado en los datos del Estudio General de Medios.

Y es curioso cómo el torneo de fútbol del verano, la Eurocopa, ha conseguido que el top 10 de los anuncios sean de La1, el canal que emite los partidos.

VisitQatar, Coca-Cola o Lidl están en ese top que, sin duda, ha visto cómo subía su popularidad al emitirse antes de los partidos o en el descanso.

METRIWORLD

[Cómo analizar y programar en Threads con Metricool](#)

El post que lo ha petado en Instagram: [Cómo crear la bio perfecta en Instagram](#)

Lo más trend: [Analizando el Instagram de la Casa Real](#)

Lo nuevo en Metricool: [Cómo usar la IA en Metricool para programar en redes sociales](#)

La integración con Threads y la nueva inteligencia artificial son dos nuevas funcionalidades que te van a ayudar a gestionar tus redes sociales. ¡Pruébalas y me cuentas!

[Crea tu cuenta GRATIS aquí](#)

Vaya semana, Metricooler, cómo mola cuando las redes se "abren" y cuentan sus secretos. Ya sea como Mosseri sobre su algoritmo o como X y TikTok ofertando formación para entender su plataforma.

¿Cuál será la siguiente que se lance?

Carlos, de Metricool.

With **metricool**

¿Te ha gustado la newsletter? ¡Compártela!

[Compartir en WhatsApp](#) [SPOILER: hay que incitar a compartir los posts" target="blank" style="text-decoration: underline; color: #1a1a1a;" rel="noopener">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.
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.

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](#).