



El algoritmo de TikTok es uno de los bienes más preciados de los usuarios: **siempre hay algo interesante porque los vídeos que muestra lo hace en función de la calidad** sin mirar la cantidad de seguidores.

¿Es un modelo a seguir? Sí, sin duda. **¿Funcionaría igual en el resto de redes sociales?** Es más difícil de saber.

Pero quien ha apostado por ello es Instagram.

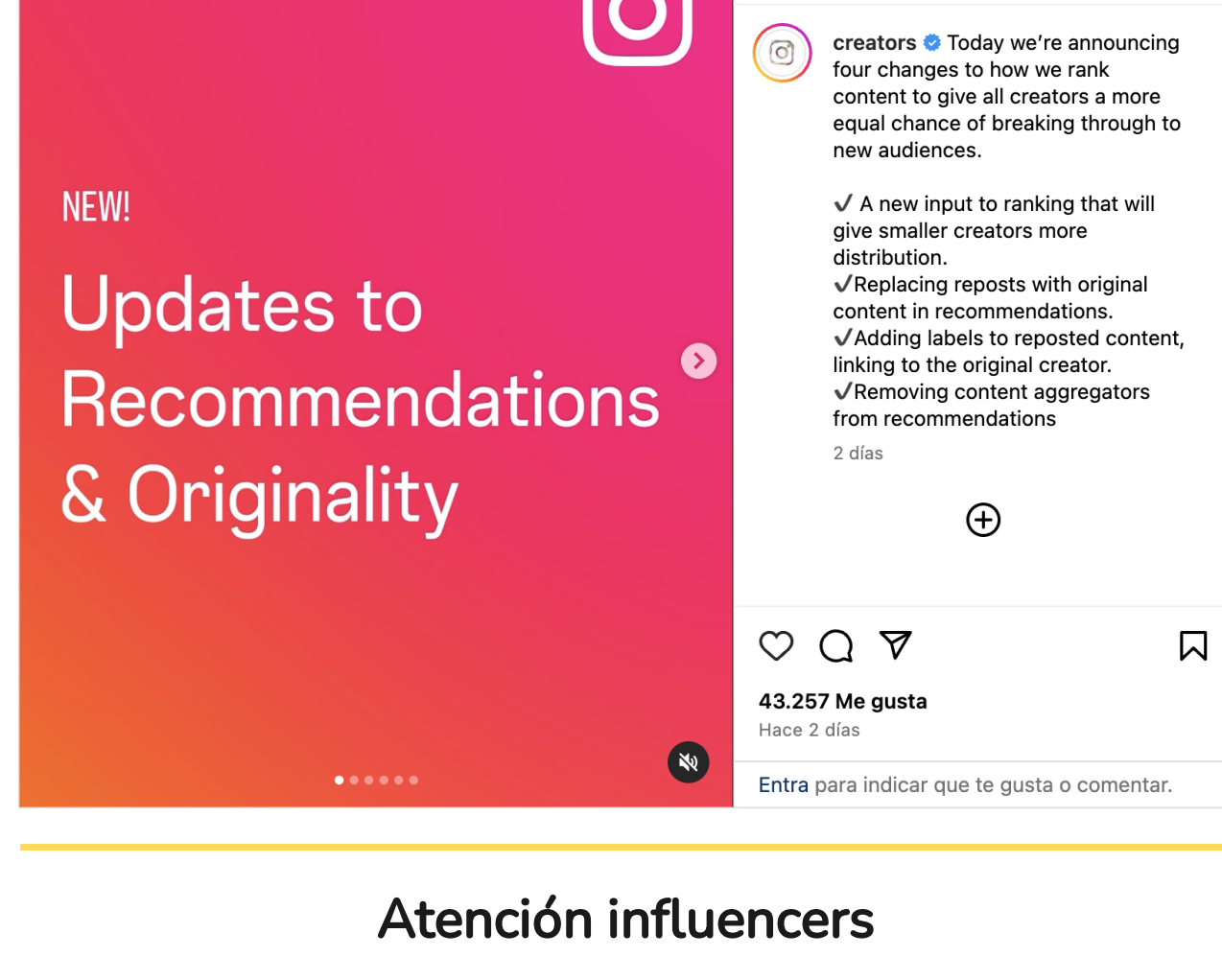
Porque la red social de Meta le ha dado un gran giro a su algoritmo. Mientras que antes la predilección era mostrar el contenido popular de las grandes cuentas, la nueva clasificación va en función del interés del usuario en el contenido equilibrando las fuerzas y dando protagonismo a las cuentas más pequeñas.

Una decisión arriesgada pero muy interesante y que obliga a las cuentas a replantearse su actual estrategia. **Ya no vale con tener seguidores, hay que mantener la calidad del contenido.**

Pero no es la única novedad. Porque su intención es la de proteger el contenido original de la red social.

Dejarán de mostrar contenido copiado o pegado de otras cuentas y tendrá la opción de etiquetar al creador de contenido original.

¿Qué opinas de estos cambios?



Atención influencers

Los influencers al descubierto con el último real decreto que ha anunciado el gobierno de España.

Con él tratarán de que el contenido que comparten sea más transparente que nunca: **tendrán que cumplir un código de conducta, etiquetar su contenido por edades y ser claros a la hora de identificar cuando publicitan un producto o marca.**

Eso sí, esta ley afecta a lo que ellos consideran que es un influencer. **En este caso usuarios que superen el millón de seguidores en una plataforma de intercambio de vídeos, o dos millones en el total de su actividad, e ingresen más de 300.000 euros anuales con su actividad.**

¿Qué te parece este decreto?

En mi opinión, era algo que tarde o temprano iba a llegar, los influencers siguen creciendo y muchas veces no sabemos quién ve su contenido. Además de ser transparentes a la hora de promocionar algún producto.



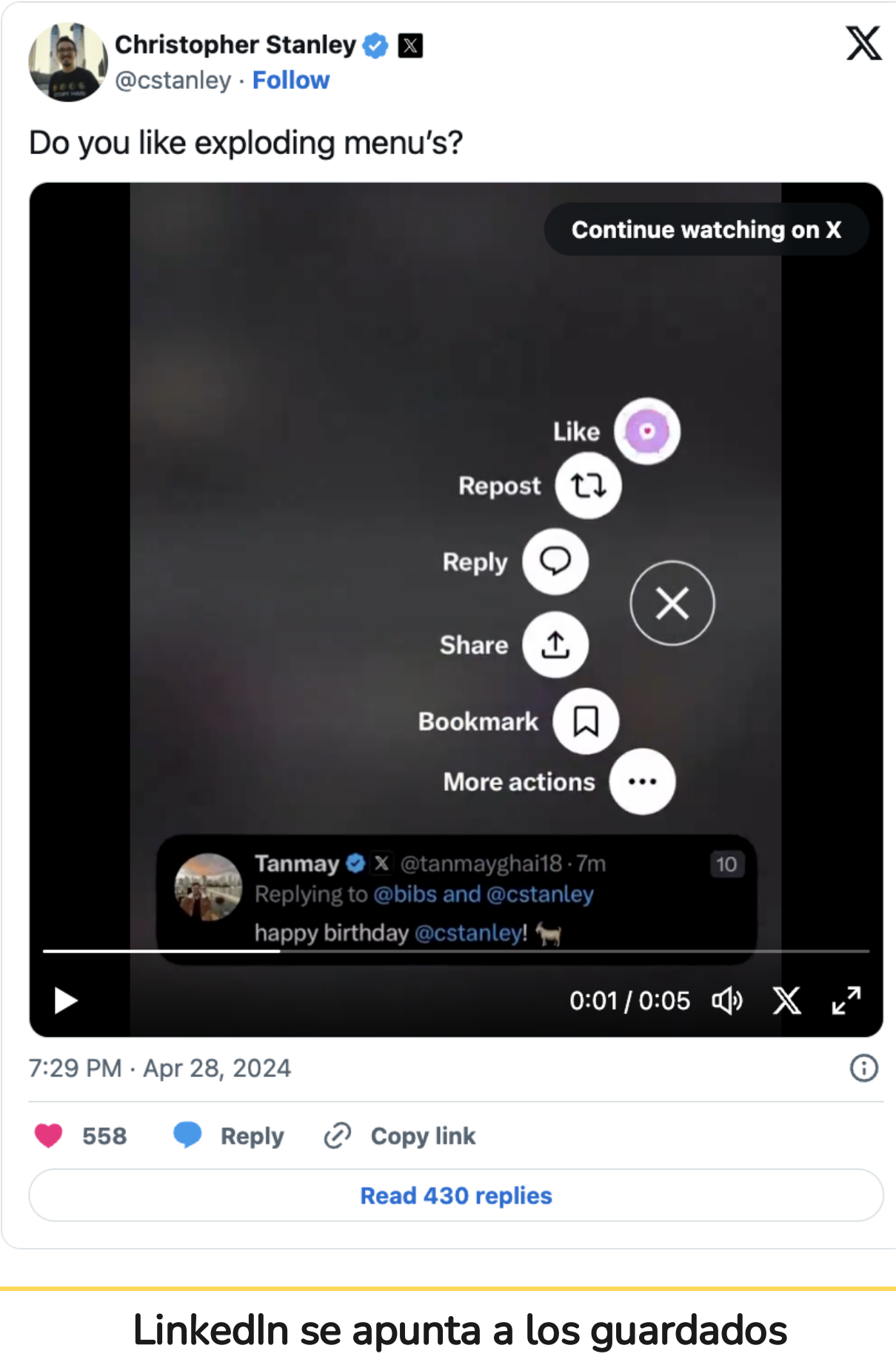
Nuevo menú en X

¿Qué queda de Twitter? Entre nada y menos, pero de eso ya te habrás enterado hace tiempo.

Hoy sí que traigo una novedad de menú y bastante interesante. **Además similar a la opción de Instagram de clicar en '+' y tener a golpe de dedo todas las opciones de contenido.**

Y es que X saca unos menús 'explosivos' en el que te aparece al pulsar sobre él varias opciones en los posts: **like, repost, responder o compartir, entre otros.**

Tal como ves en la captura de pantalla así lo podrás ver, ¿qué te parece?



LinkedIn se apunta a los guardados

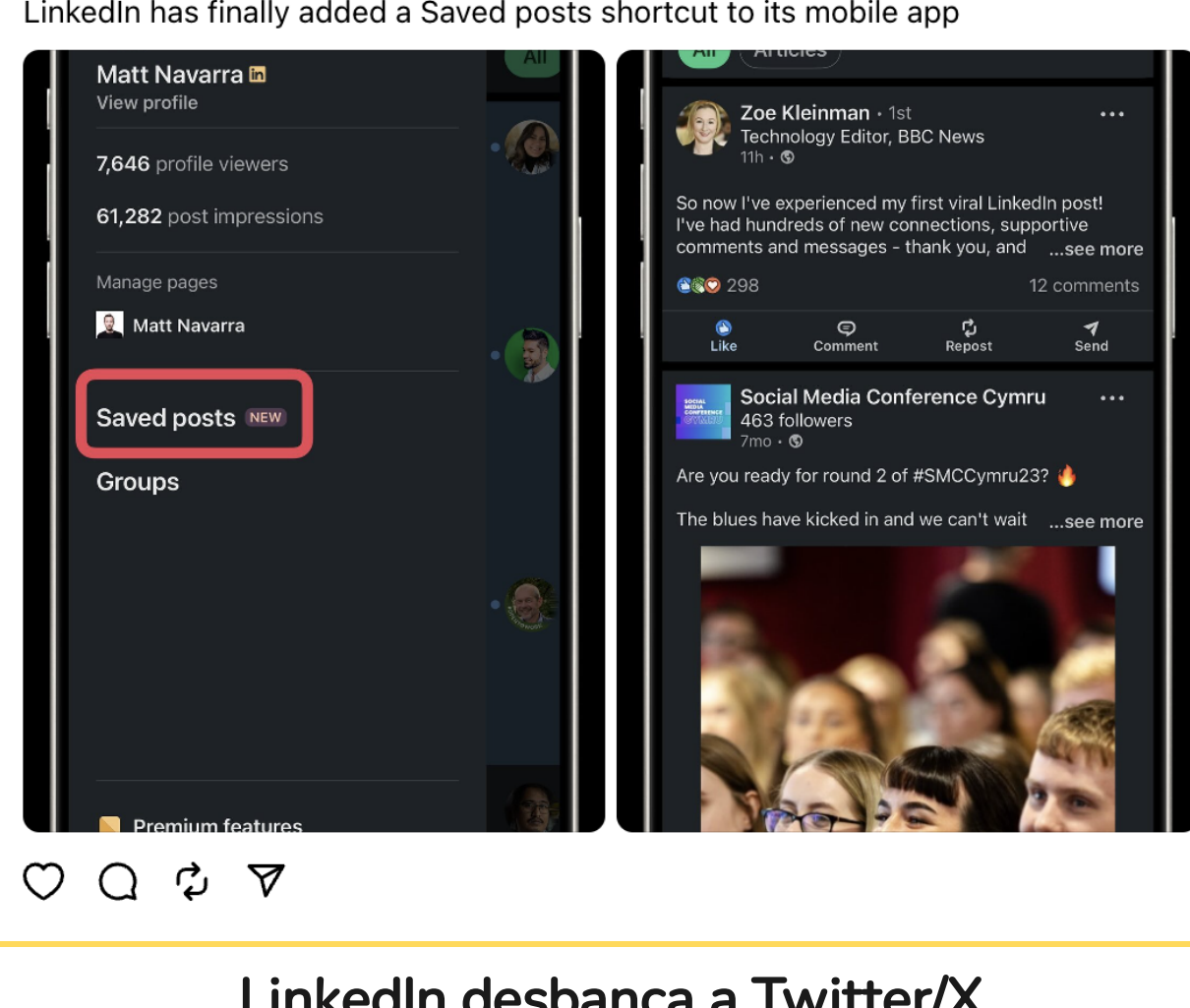
La red social de los empleos sigue, bajo la humilde opinión de este redactor de newsletter, acertando con sus decisiones a la hora de incluir nuevas funcionalidades.

Sobre todo a la hora de solucionar contratiempos a los usuarios.

Y es que no sé si alguna vez has guardado algún post en LinkedIn para ver después. Pues te aviso, es una encrucijada encontrarlo. **Tienes que ir al perfil, luego a recursos, marcápaginas y por fin llegas.** En fin un proceso algo complicado si lo comparamos con otras plataformas.

El caso es que parece que hay solución: según esta captura de pantalla de **Matt Navarra** LinkedIn, **POR FIN, ha añadido un atajo a estos elementos guardados.**

Eso sí, de momento solo desde el móvil pero deseando que llegue a la versión de escritorio.



LinkedIn desbanca a Twitter/X

¿Podría ser LinkedIn el nuevo Twitter? En términos de uso desde luego no, puesto que la naturaleza de ambas redes sociales es totalmente opuesta. **Pero, ¿podría quitarle el puesto si hablamos de popularidad?**

Es a la **conclusión a la que ha querido llegar Matt Navarra con este post comparando resultados de ambas plataformas.**

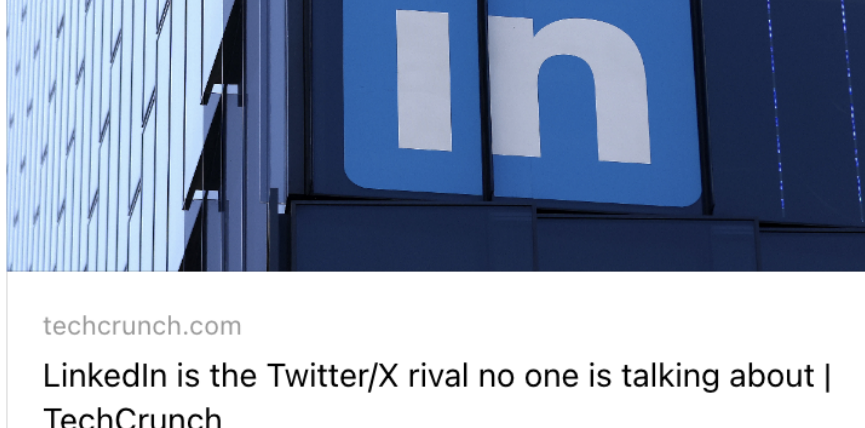
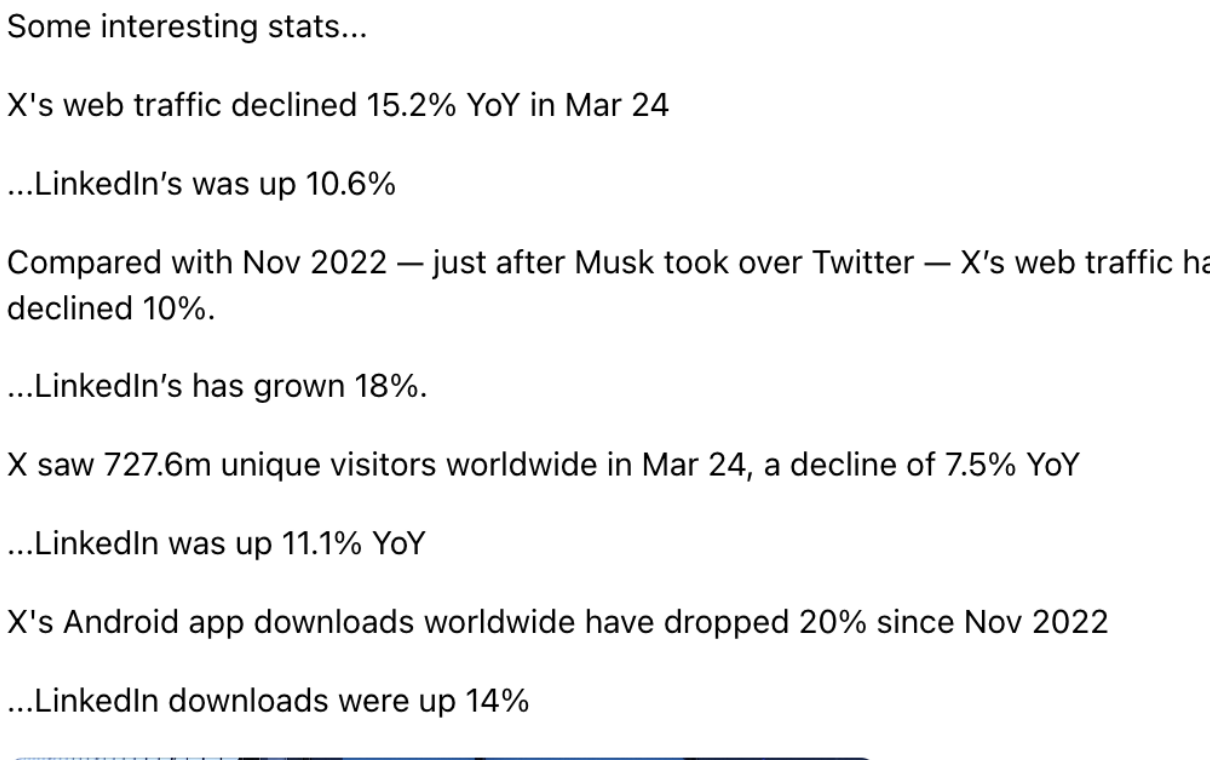
Y ya sabes que los datos nunca mienten:

LinkedIn aumentó su tráfico un 10,6% mientras que X disminuyó en un 15,2%. X tuvo **727,6 millones de visitantes únicos el 24 de marzo, un descenso del 7,5%** interanual y LinkedIn incrementó esta misma métrica en un 11,1%.

Las descargas de Android han caído en un 20% desde noviembre de 2022 cuando Elon Musk compró la plataforma **mientras LinkedIn aumentó un 14%.**

Los números hablan y viendo las decisiones de una red social y otra, hasta entendemos estas cifras.

Sin duda, el acierto en las decisiones de LinkedIn ha tenido que ver, para bien, en este dato.



techcrunch.com LinkedIn is the Twitter/X rival no one is talking about | TechCrunch

Metricool prepara la llegada de Threads

Así es, Metricooler, después de tantos meses tu herramienta favorita de social media tiene una métrica noticia con Threads.

Y es que **la integración con la red social de Meta está en proceso para ser anunciada en los próximos meses:** con ella podrás programar contenido, analizar el rendimiento de tus publicaciones, etc.

Si entras a tu cuenta de Metricool, si no tienes una **añu** puedes registrarte, tienes un botón para activar una alerta en la que te avisaremos cuando lancemos la integración.



Bien, Metricooler, hasta aquí la newsletter de esta semana. ¡Tenía ganas de anunciarte que estamos trabajando en esta integración!

¿La esperas o Threads no es para tí?

Carlos, de Metricooler.

PD: Friendly reminder del mega Estudio que vamos a sacar el próximo martes 7 de mayo sobre microvídeos. ¡**AQUÍ** tienes tu invitación para ver la presentación en directo y gratis!

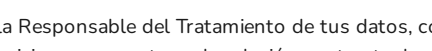
Bibliografía:

- Algoritmo de Instagram
- Marketing de Influencers
- Cómo guardar un post en LinkedIn



Comparte la Newsletter en Twitter/X

Compartir en WhatsApp [#1a1a1a"rel="noopener">Compartir en Telegram"target="blank" style="text-decoration: underline; color: #1a1a1a"rel="noopener">](#)



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 cualquier caso, puedes oponerte al envío de comunicaciones comerciales en cualquier momento pulsando en ["Tienes de b... o gestionar mi información 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](#).