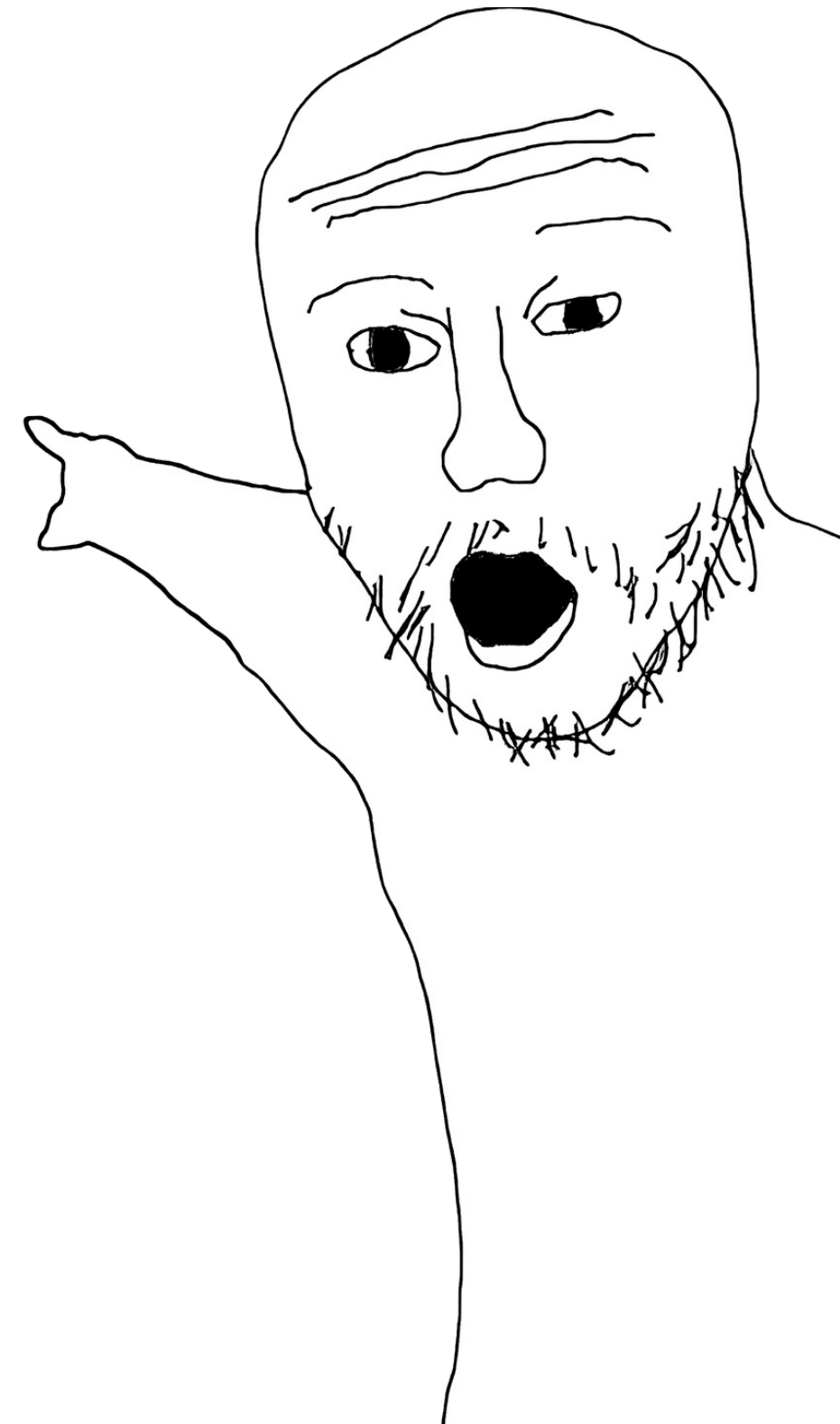


CUM ADICĂ...

ALGORITHM FRIENDLY?



ASTĂZI

VORBIM DESPRE:



1. FYP KILLED THE FOLLOWER

2. ALGO LOVE

3. WHAT KPIS?

4. LOVE ME, FOLLOWER

5. WHAT DO I WANT?

6. WHAT BRANDS WANT?

7. AI? MY GOD..

CINE SUNT?

01.

Ex-blogger, d-ăla din valul web 2.0,
scriu newsletterul PeInterneti.Ro

02.

Specialist comunicare &
relații publice, de vreo 15 ani



PLEASE LORD MAKE
SOCIAL STOP...

03.

Head of Digital Comms
@NOMAZI Advertising



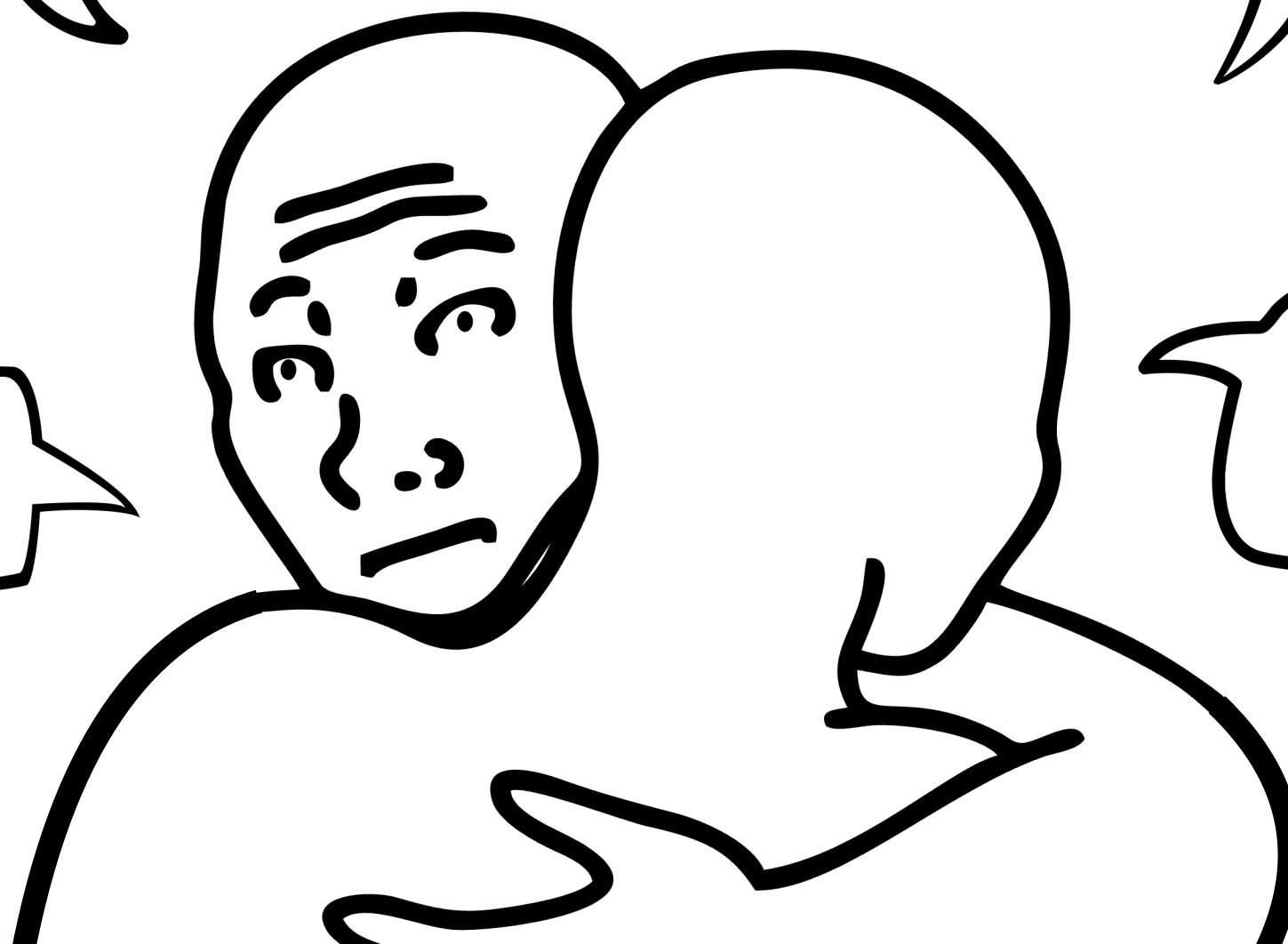
FEELINGS...

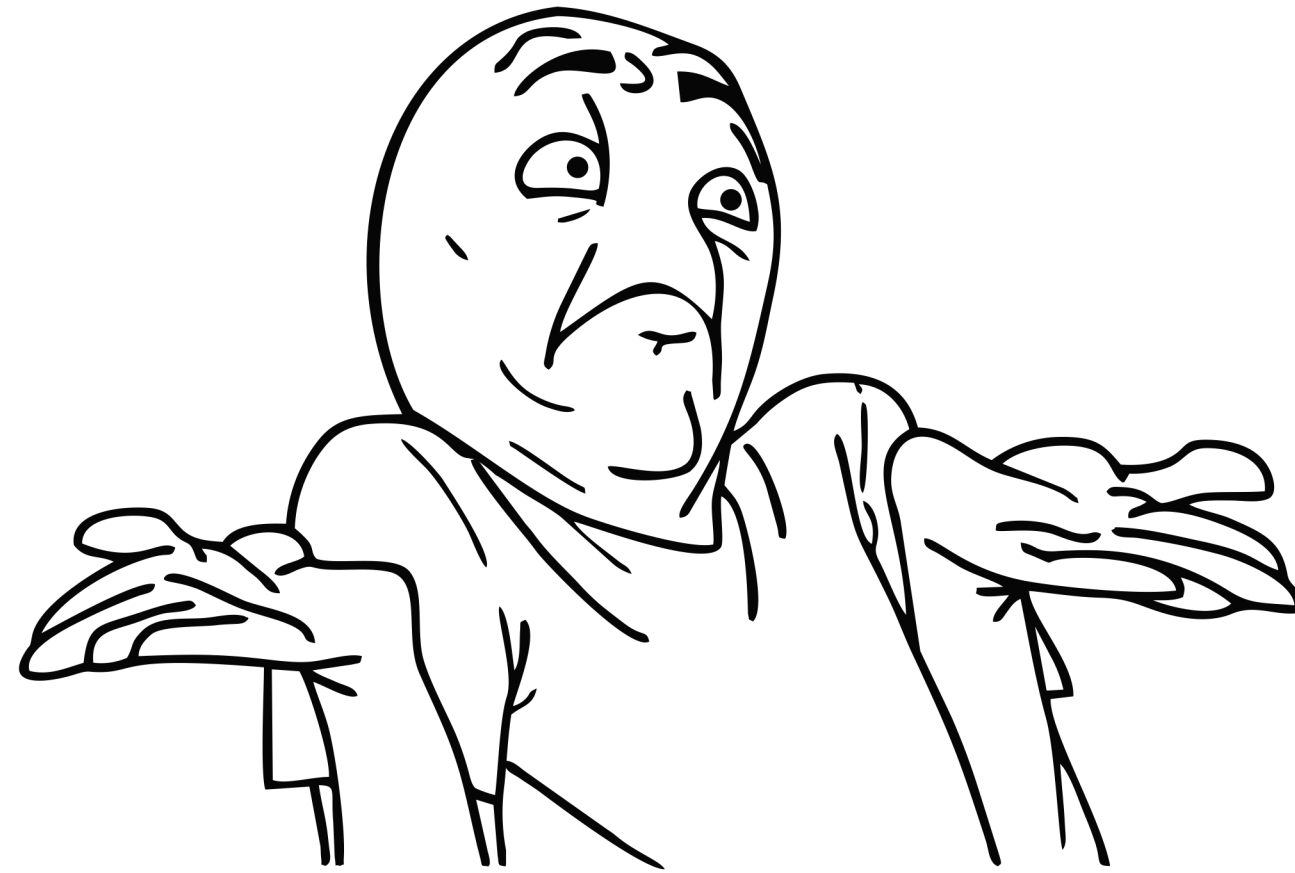
ȘTIU, ȘTIU

DAR AM BĂGAT
BANI...

ȘTIU, DAR
NŪ-MI PASĂ

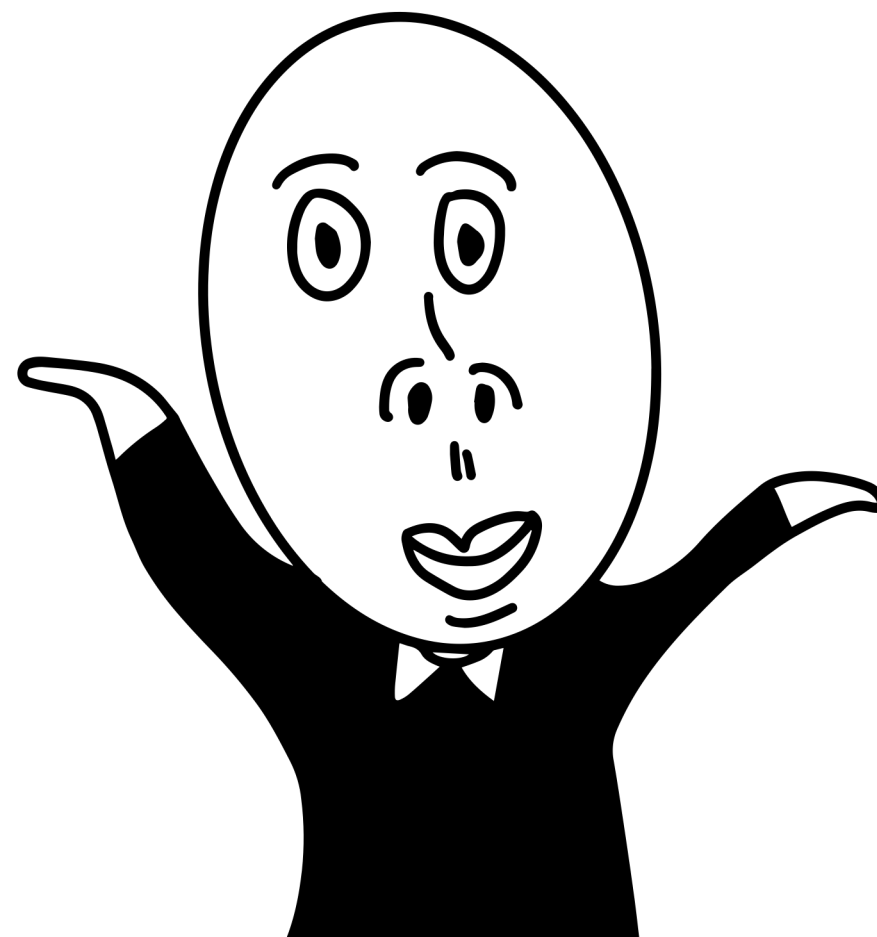
AM CRESCUT CU
PROPRIILE FORȚE, DE
8 ANI FAC ASTA...





ADEVĂRUL
este că...

FYP KILLED THE FOLLOWER



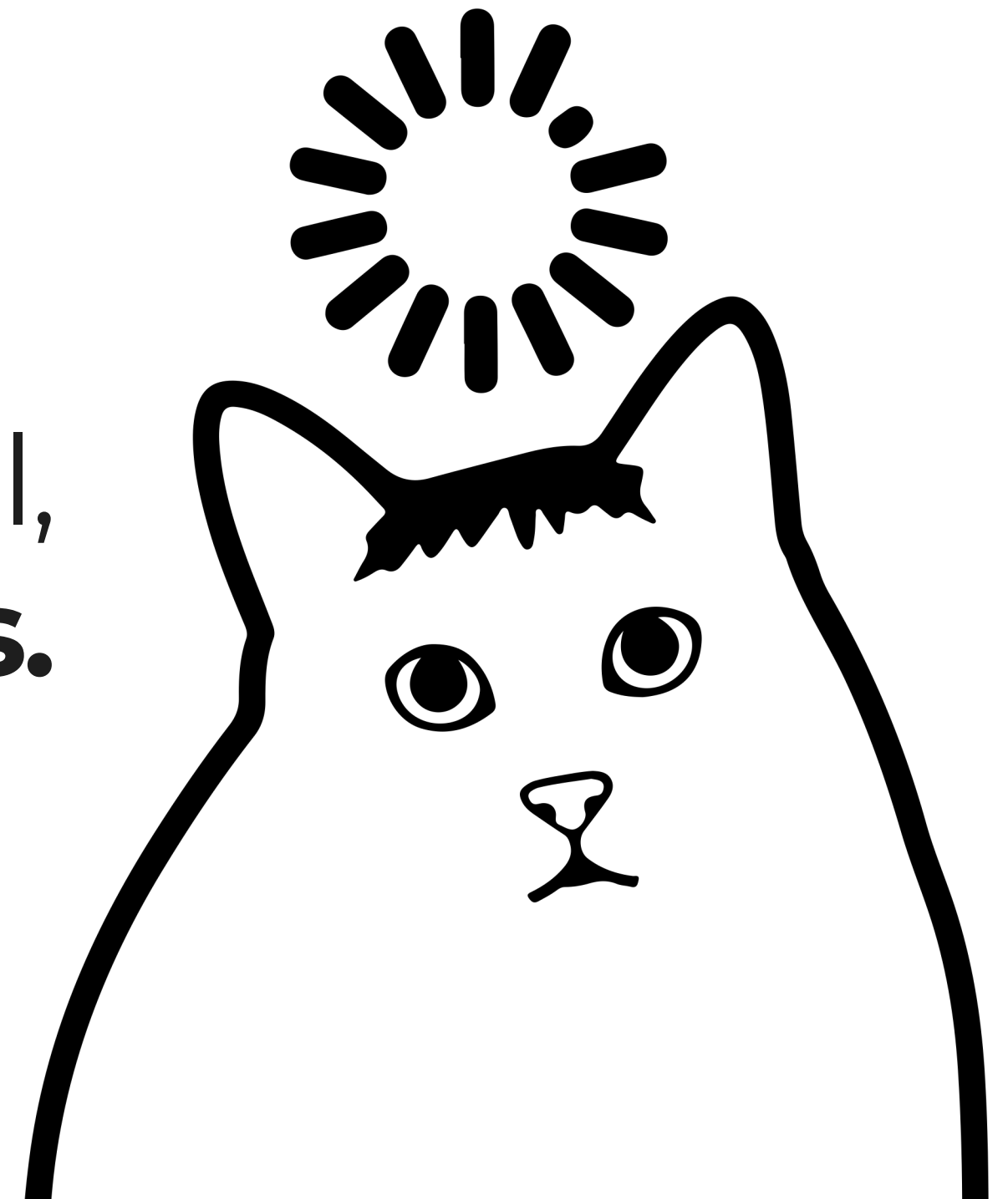
FYP KILLED THE FOLLOWER



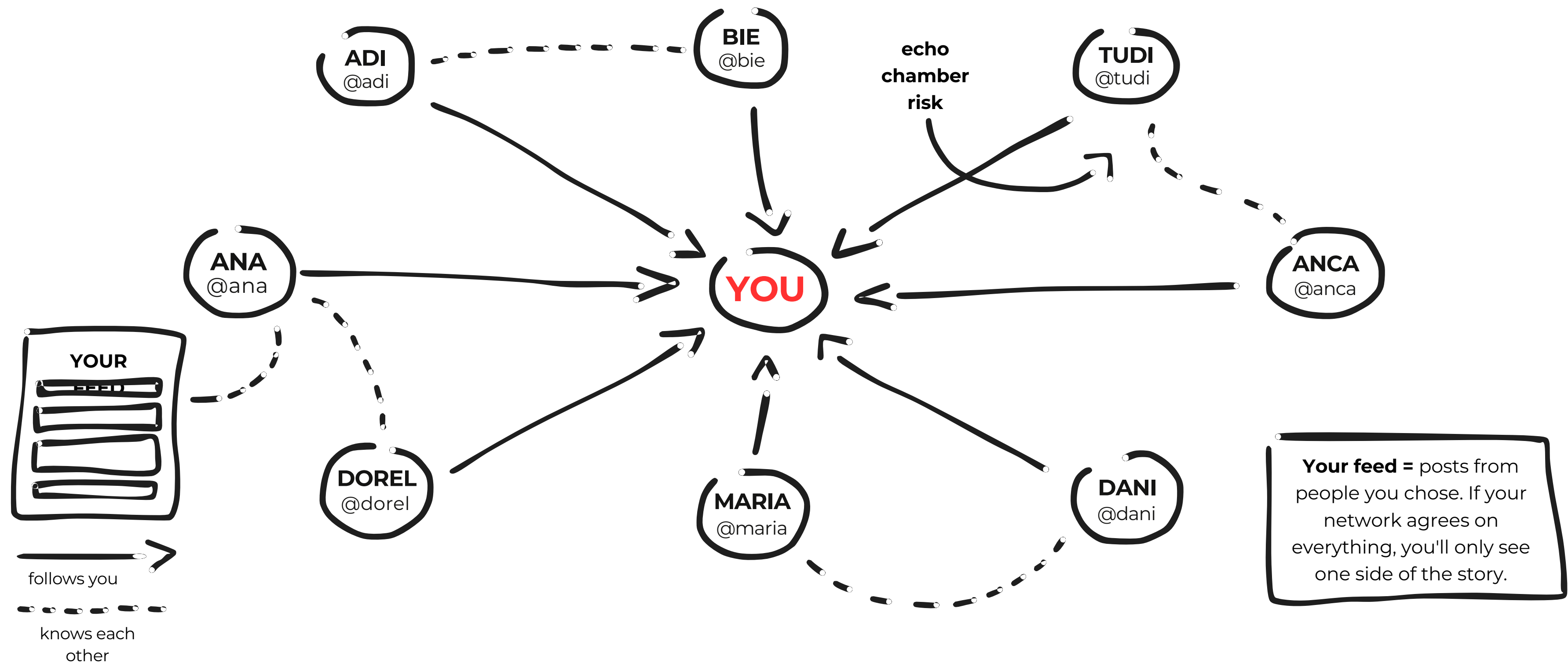
CE NU MAI CONTEAZĂ AȘA TARE?

Mosseri a zis...

“This is going to be controversial, but I would say **follower counts**. Which are less important than both reach and views.”



CUM ARĂȚA FOLLOWER-GRAPH

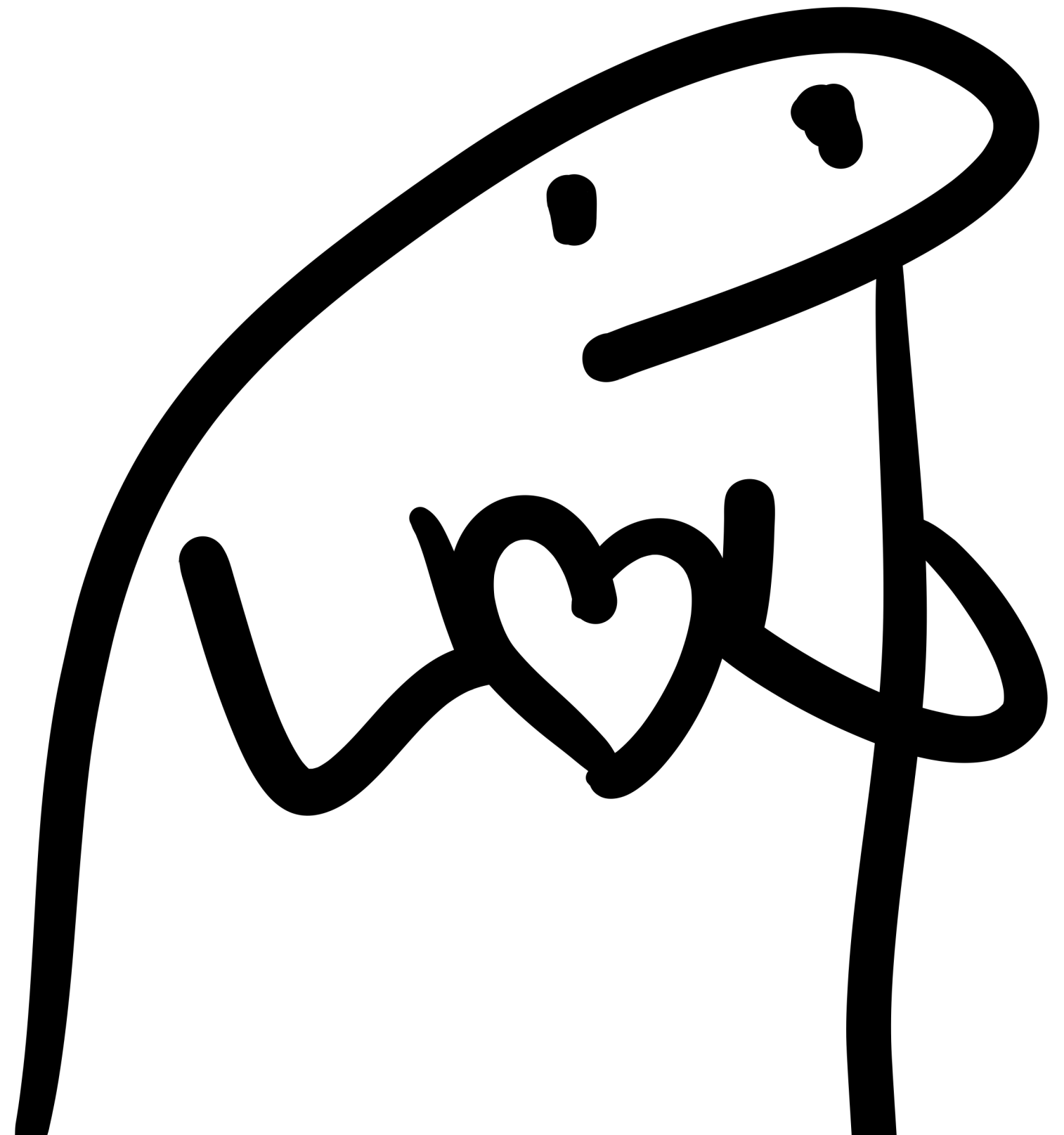


IDEEA PRINCIPALĂ

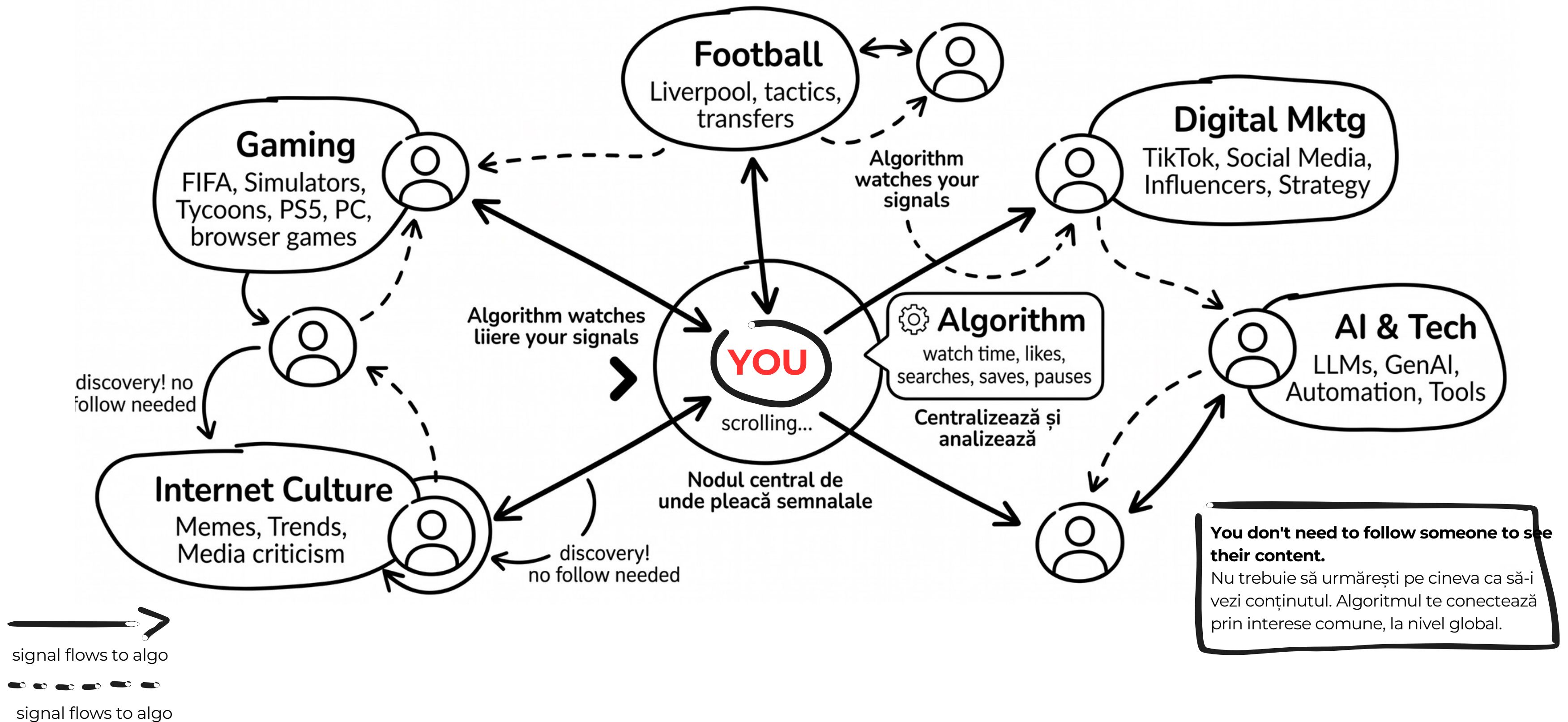
Postările tale ajungeau garantat la urmăritorii tăi.

Faptul că-ți dădeau follow era un semnal de încredere, transferat către tine în autoritate.

Partea proastă? Echo chambers.



CUM ARATĂ INTEREST-GRAPH

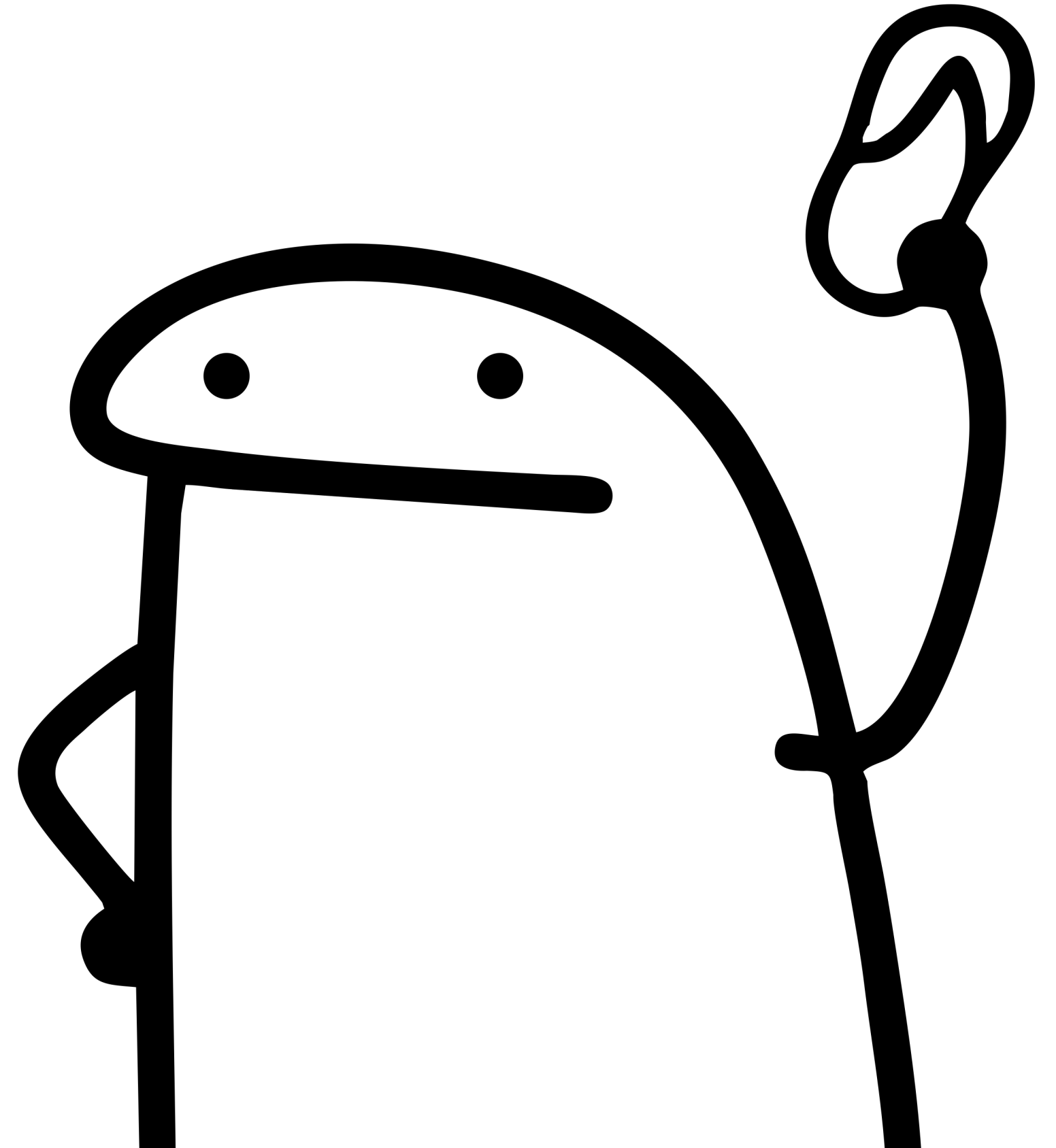


IDEEA PRINCIPALĂ

Postările tale nu mai depind de numărul de urmăritori pentru a obține reach.

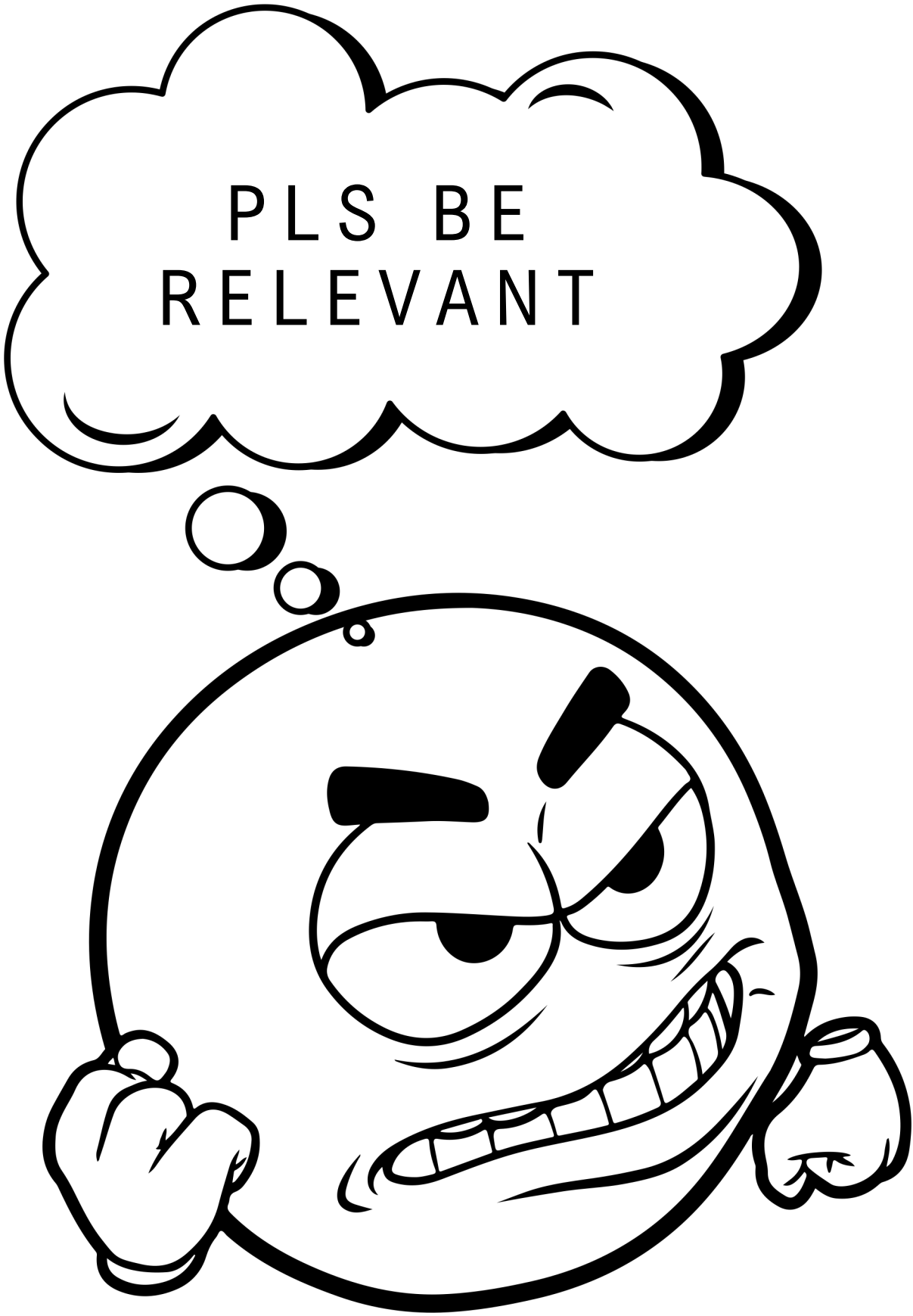
Nici autoritatea nu mai are același nivel de transfer.

Ești viral azi, devii obscur mâine.



NIMIC FĂRĂ STRATEGIE





SUNTEȚI MULTI

COUNTRY	INSTAGRAM CREATORS	TIKTOK CREATORS	TOTAL (IG + TIKTOK)
Italy	146,953	88,625	235,578
France	92,467	136,795	229,262
Great Britain	127,516	93,544	221,060
Germany	74,989	90,797	165,786
Spain	102,575	50,822	153,397
Poland	45,684	45,708	91,392
Romania	17,377	33,117	50,494
Netherlands	21,966	11,433	33,399
Greece	21,699	11,187	32,886
Portugal	23,649	8,351	32,000

*A Kolsquare | B Corp™ Quentin Bordage study, February 2026
Active creators on Instagram and TikTok.*



și-atunci...

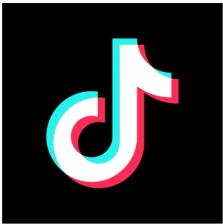
CE VREA ALGORITMUL

Reels	Watch time #1 Sends per reach (DM) Likes per reach Completion rate Saves	Hook în primele 3 secunde DM shares valorează 3–5× față de likes pentru a ajunge la non-followeri. Urmărești „Sends” în Insights, nu likes. Saves semnalează valoare de lungă durată, conținut educațional, referințe practice. Completion rate target: 60%+ pentru push organic.
Feed (Home)	Relationship strength Post engagement history Interest matching Recency	Feed prioritizează conturile cu care deja interacționezi frecvent (DMs, likes, comments, saves). Carouselurile au engagement rate cel mai ridicat per impresie IG re-expune postarea la followerii care nu au văzut toate slide-urile. Likes/reach ratio contează: 50 likes la 1.000 afișări bate 100 likes la 10.000.
Stories	Viewing history Engagement history Closeness (DMs, replies)	Stories tray ordonat după cât de des urmărești contul și dacă ai dat reply sau DM. Conversațiile bidirecționale (DM-uri, replies la stories) dau avantaj algoritmic -> IG consideră că ai o relație apropiată. Stories nu sunt canal de discovery ci de retenție a audienței existente.
Explore	Engagement velocity Interest matching Content safety score	Explore e complet bazat pe discovery → arată conținut de la conturi pe care nu le urmărești. Algoritmul potrivește interesele utilizatorului cu tag-urile topice ale contului tău („Your Algorithm” feature, lansat dec. 2025). Viteza de engagement în primele ore decide dacă postarea intră în Explore.

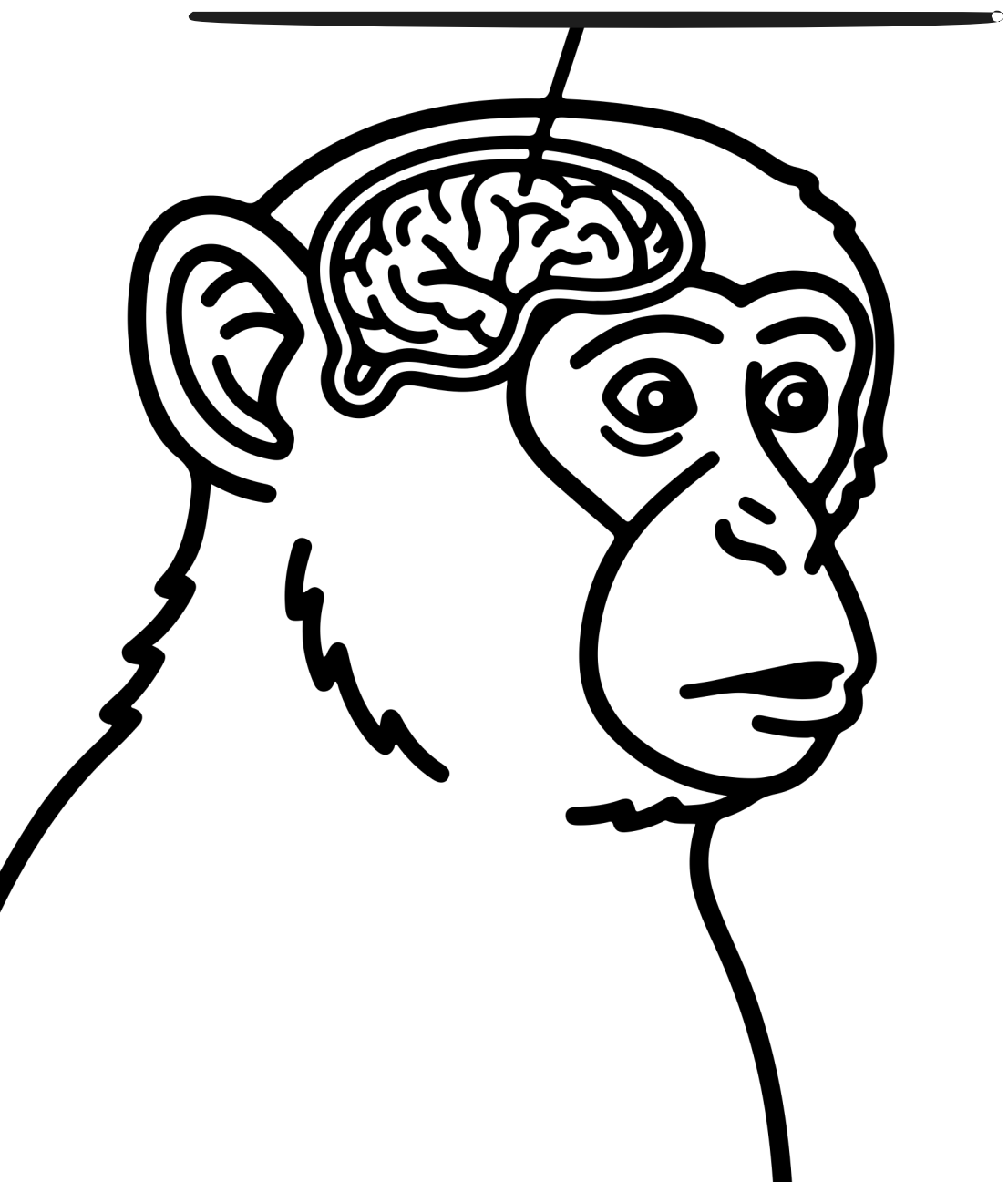
și după ce **KPIs**
ne uităm



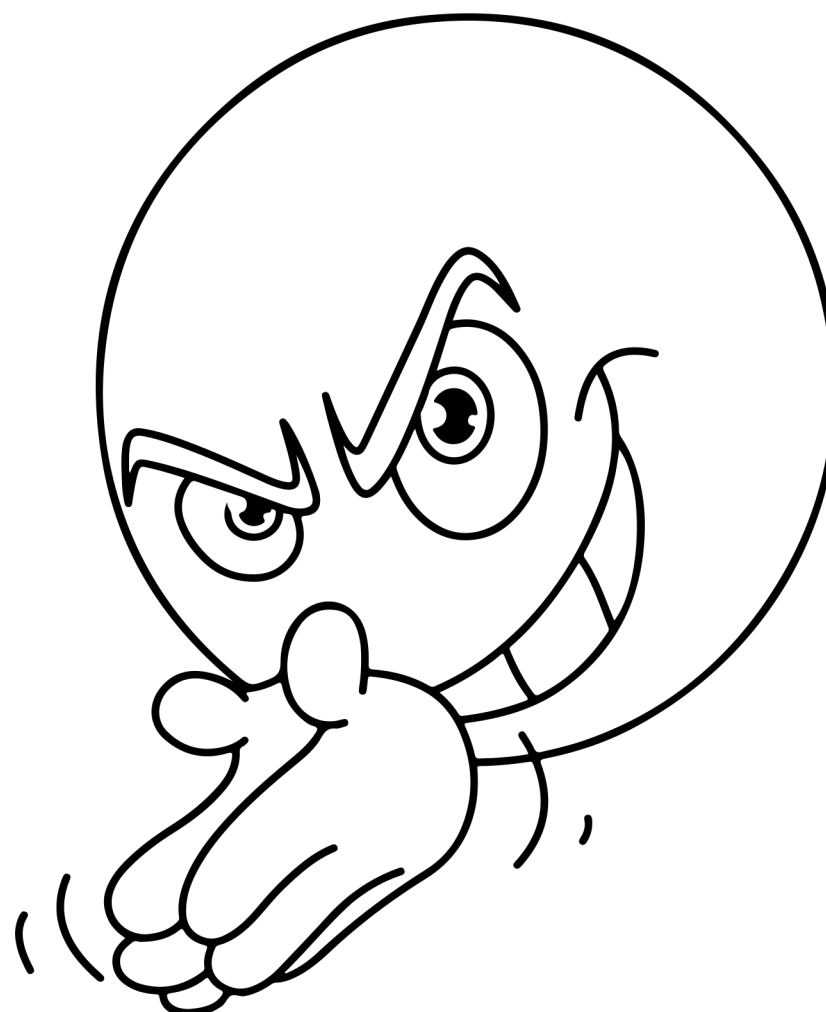
CE VREA ALGORITMUL



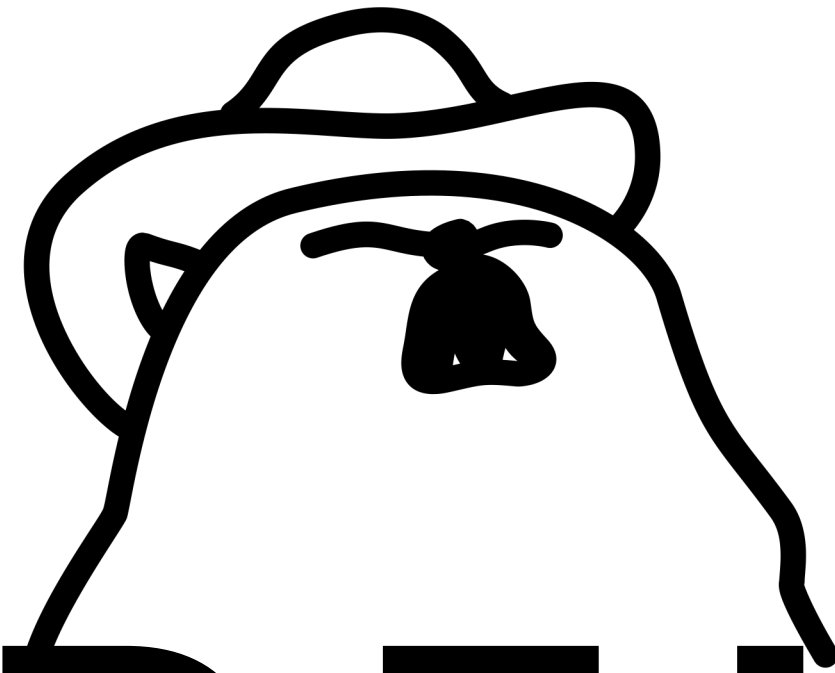
și după ce **KPIs**
ne uităm



Watch time & retention	Completion rate #1 Avg. seconds watched Rewatch rate Loop rate	Watch time + completion rate = 40–50% din greutatea algoritmului. Pragul de viralitate în 2026: 70% completion rate Un video de 15 sec urmărit 100% bate un video de 60 sec urmărit 30%. Rewatchul e semnal extrem de puternic
Engagement ierarhizat	Shares (cel mai valoros) Saves / Bookmarks Comments (depth) Likes (cel mai puțin)	Ierarhia în 2026: +C3Shares > Saves > Comments > Likes. TikTok combină semnalele și le ajustează dinamic. Negative feedback (swipe rapid, „not interested”, hide) penalizează distribu-ția mai mult decât lipsa engagementului.
„Qualified Views” (nou 2026)	5 sec threshold Organic only Unique per user	TikTok a introdus oficial „Qualified Views”: o vizionare contează ca qualified dacă depășește 5 secunde și vine organic (nu din Promote/paid boost). „200-view jail” apare exact când videoul nu generează suficiente Qualified Views în batch-ul de test inițial
FYP testing flow (schimbare 2026)	Follower-first test (nou) Small batch expand Interest cluster match	Clipul se arată ÎNTÂI unui grup mic de followeri. No engagement = no organic reach to non-followers. Follower count NU e factor de ranking direct.
TikTok SEO & search	Keywords în caption On-screen text Spoken keywords Search value metric	Search value e metrică de ranking în 2026. Google a început să afișeze TikTok videos în featured snippets. Algoritmul „ascultă” videoul cuvintele rostite on-camera + text overlay + caption trebuie să conțină keyword-ul natural. Hashtag-urile ajută la categorisire, nu la reach direct.
Content signals	Original audio boost Niche consistency Platform-native format No watermarks	Audio original primește boost față de sunete împrumutate. Trending sounds = intră pe ele în primele 24h de la trending. Nișa consistentă ajută algoritmul să știe cui să distribuie. Conținut nativ TikTok (fără watermark, fără repost) = distribuit mai departe. Watermark vizibil = penalizare.



IT ALL COMES
DOWN TO...

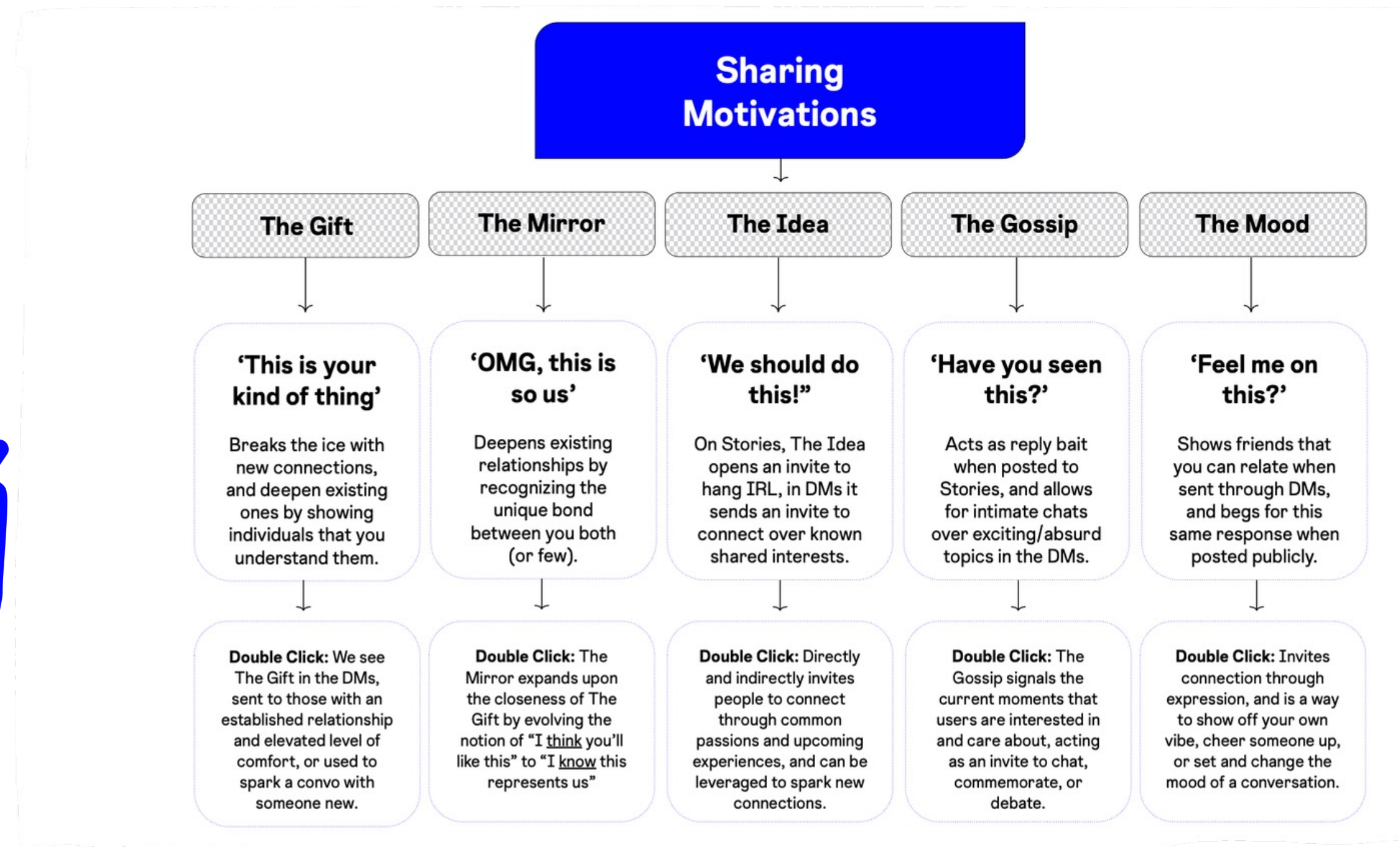


IT ALL COMES DOWN TO...

RELEVANTĂ,

CARE REIESE DIN SHAREABILITY

RELEVANTĂ



LOVE ME, FOLLOWER!

AUTENTICITATE

Același om-ish, conținut evoluat, mai bun, fidelizare, community gatherer & curator. Trust comes first.

Do not indulge in sponsored posts only.
Sau campanii inadecvate.
Do NOT oversell.

UTILITATE

Generează sentimentul de "I did this, thank you", "it tastes amazing", "ce idee bună", "asta vreau să facem" etc.

Sunteți și curator, nu doar creator.

RELEVANȚĂ

Am vorbit mai devreme, nu mai insist. Gândiți-vă mereu la ce faceți voi în raport cu interesele audienței voastre și nu numai.



WHAT DO I WANT?

Este foarte important ca **STRATEGIA** să fie un ecosistem din care fac parte următoarele:



WHAT DO I WANT?

Este foarte important ca **STRATEGIA** să fie un ecosistem din care fac parte următoarele:

SCALABILITATEA



WHAT DO I WANT?

Este foarte important ca **STRATEGIA** să fie un ecosistem din care fac parte următoarele:

SCALABILITATEA

PROPRIETATEA



WHAT DO I WANT?

Este foarte important ca **STRATEGIA** să fie un ecosistem din care fac parte următoarele:

SCALABILITATEA

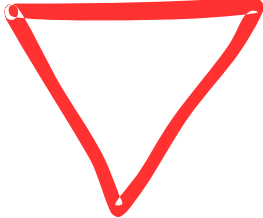
PROPRIETATEA

INVESTMENT



WHAT DO I WANT?

Este foarte important ca **STRATEGIA** să fie un ecosistem din care fac parte următoarele:

SCALABILITATEA PROPRIETATEA
 
INVESTMENT

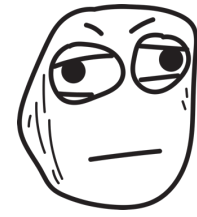


conturile
voastre
de social

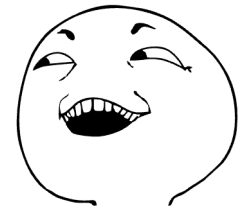
**NU VĂ
APARTIN!**



WHAT DO BRANDS WANT?



CONVERSII....



INEDIT



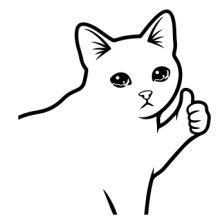
A STRONG COMMUNITY



TRANSPARENȚĂ



AUTENTICITATE



IMPLICARE



AI
IS HERE



MoneyWatch

Recent commencement speeches show students are souring on AI. How deep is the angst?

By [Mary Cunningham](#)

Updated on: May 19, 2026 / 5:19 PM EDT / CBS News

[Add CBS News on Google](#)

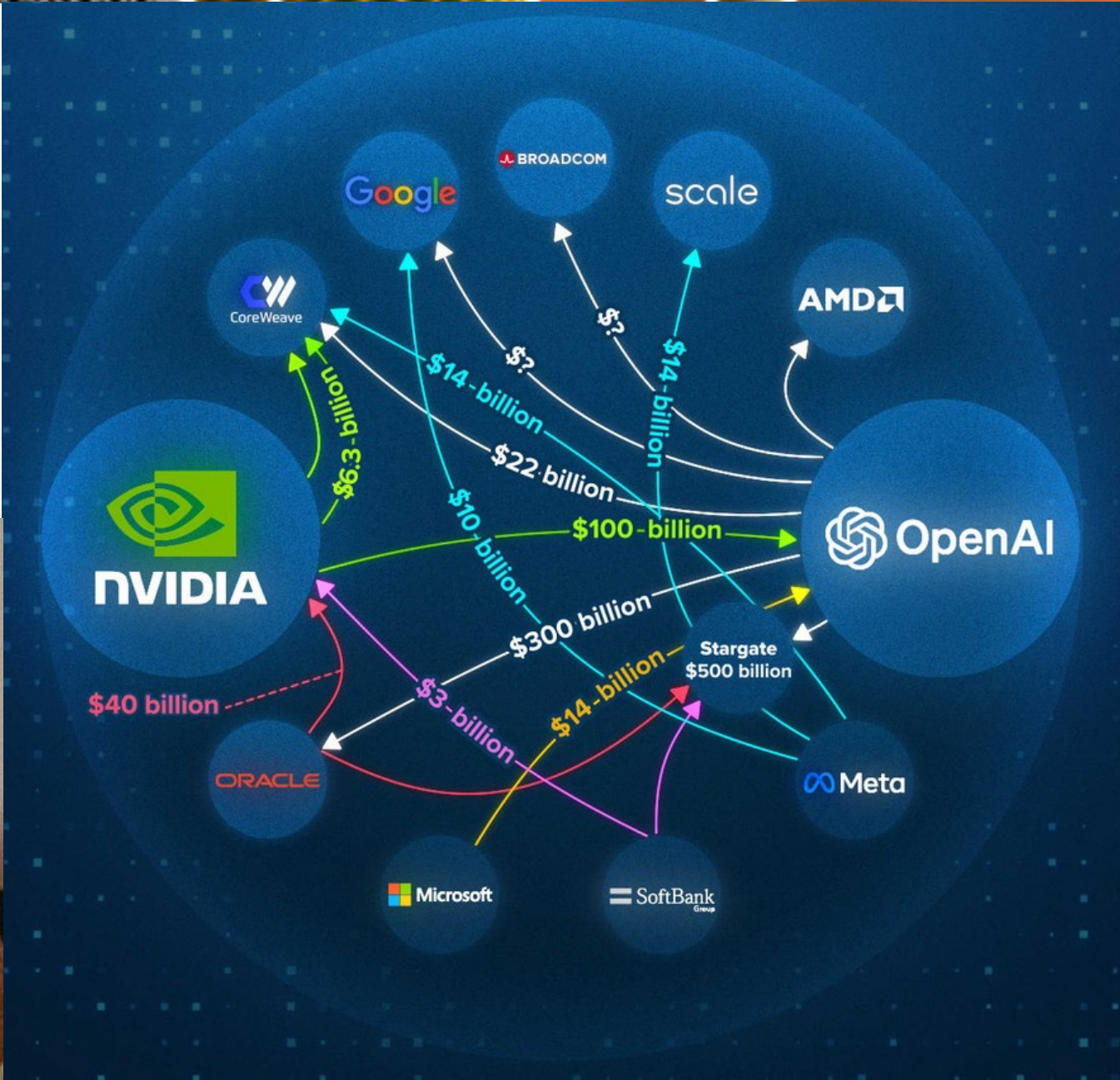
ADVERTISING

5 AI advertising controversies that turned heads this year, from Meta's AI granny to Coca-Cola's shape-shifting trucks

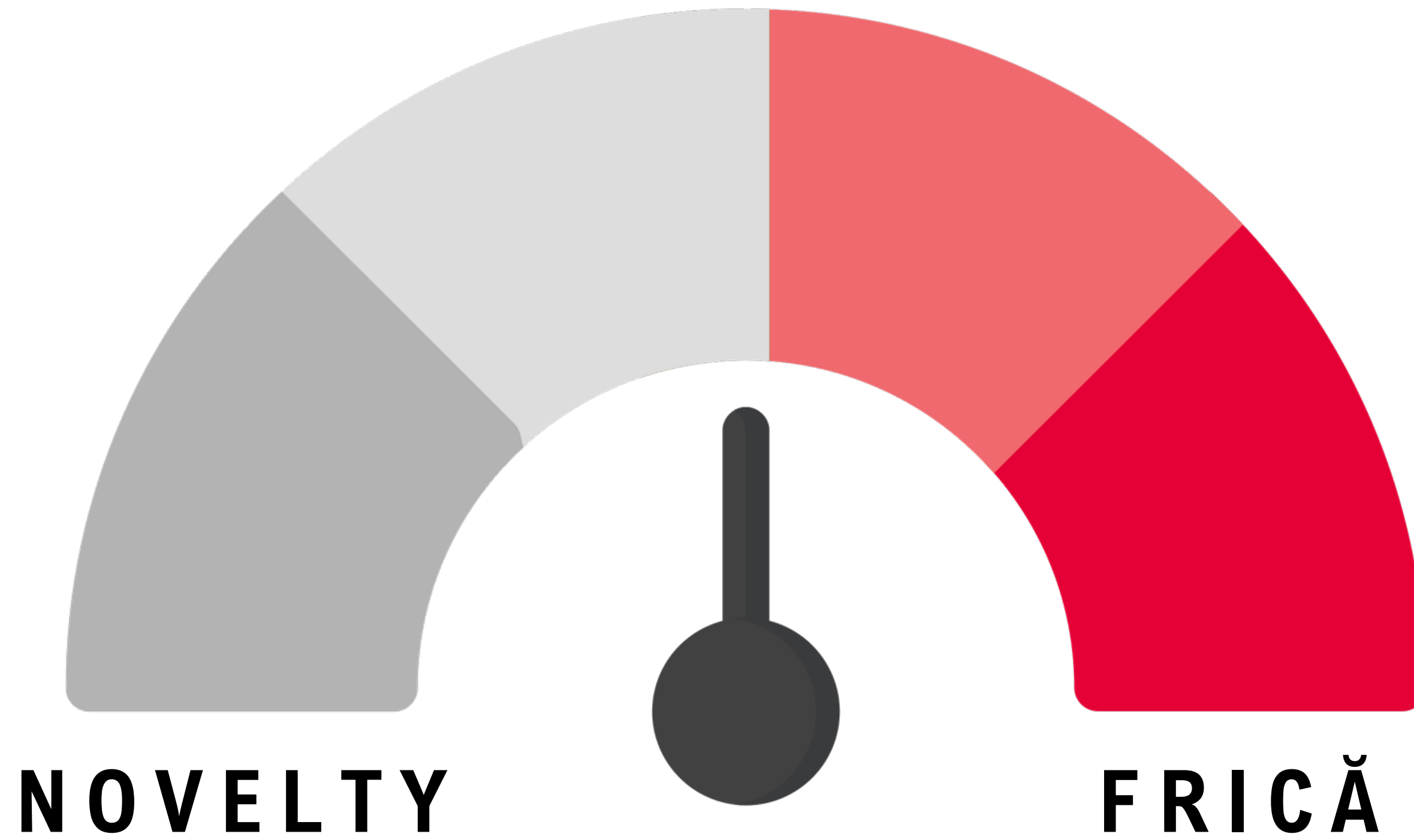
By [Lara O'Reilly](#) [+ Follow](#) Author of the [CMO Insider](#) newsletter

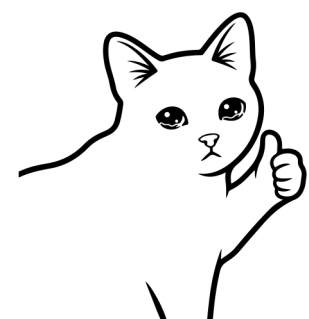


AI IS HERE

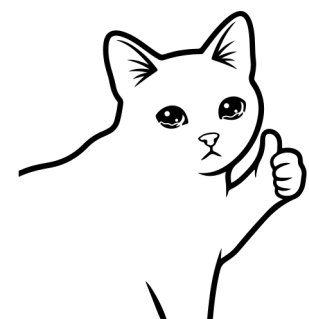


AI sentiments...

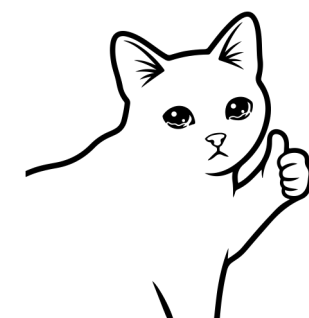




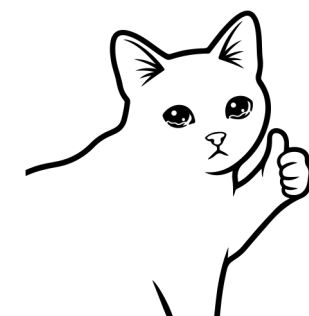
**INTERNAL
CO-CREATION**



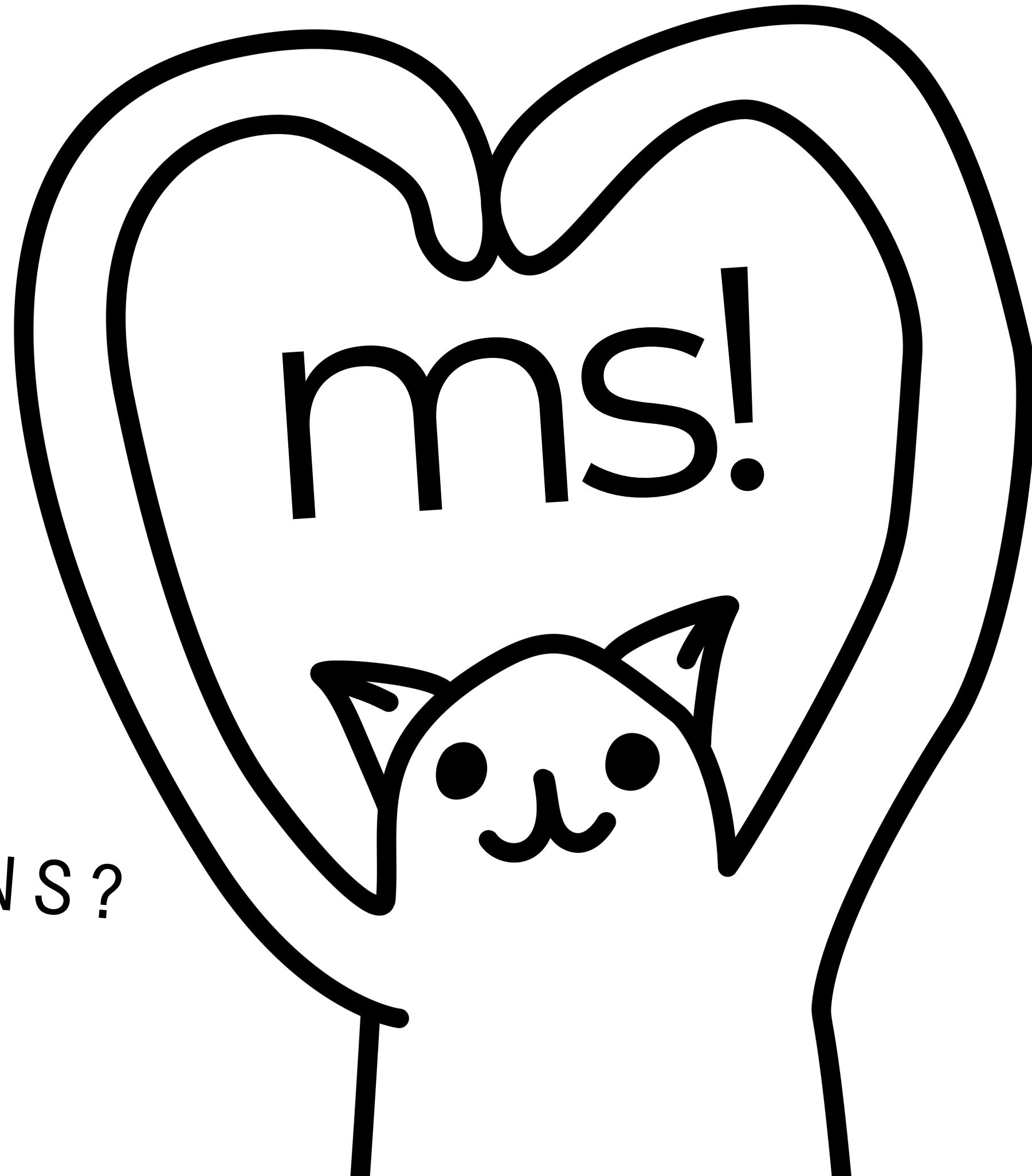
ASSISTANT



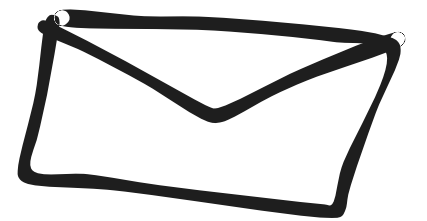
**POST
PRODUCTION**



**FAST
START**



?!
QUESTIONS?
JUST SAY
NO!



SCRIE-MI

www.peinterneti.ro
adrian.anghel@nomaziadvertising.com