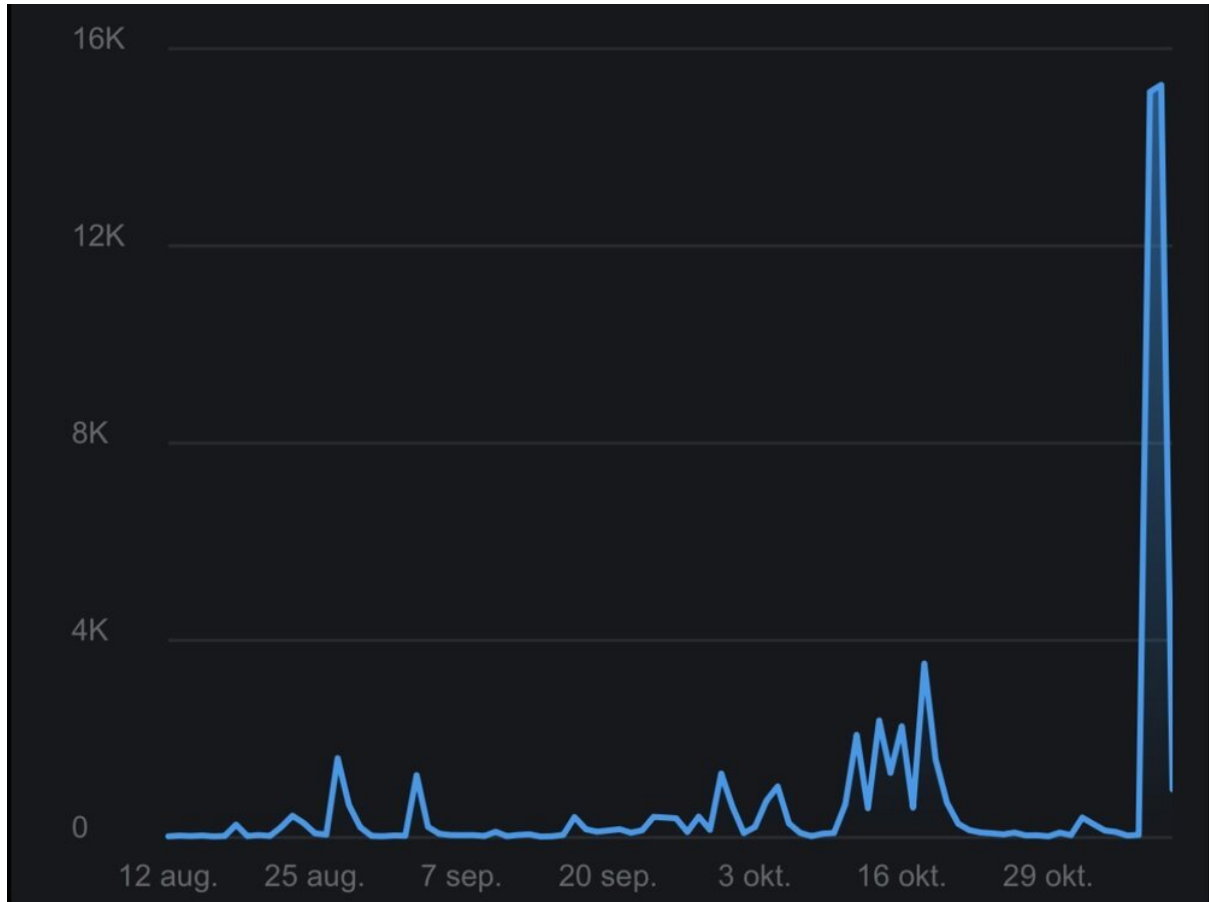


Viral gaan op X

32.000 weergaven in twee dagen

Willem L. Middelkoop

10 nov. 2024



Eerder deze week ging een van mijn posts op het sociale netwerk X viral en trok 32K views in twee dagen. Zonder noemenswaardige aanwezigheid op Elon Musk's platform, en zonder betaalde advertenties, is het verkrijgen van dat soort aandacht bijzonder. Laat me uitleggen hoe dit is gebeurd.

De Post

Als je mijn blog volgt, weet je misschien dat [ik geniet van mijn Apple Vision Pro](#). Het apparaat trekt veel aandacht, veel mensen vragen zich af wat het apparaat zou kunnen doen als het meer softwaremogelijkheden zou krijgen.



Mijn Apple Vision Pro

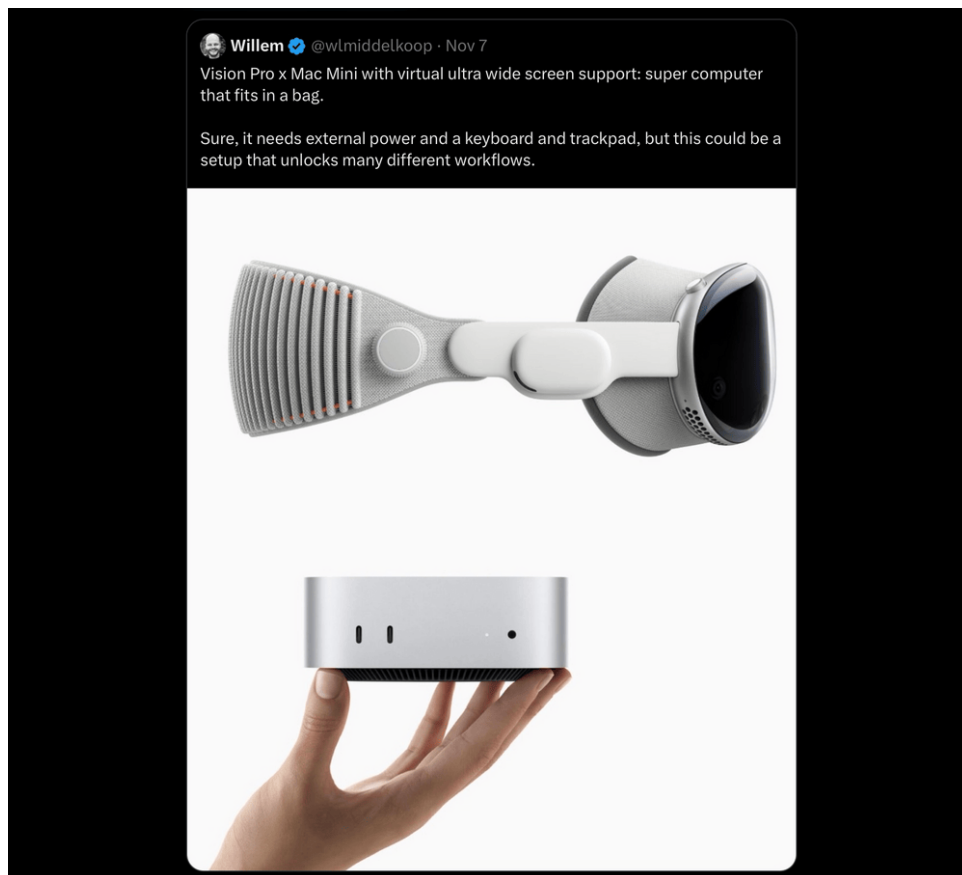
Deze week is Apple's nieuwste Mac Mini beschikbaar gekomen in de winkels. Het is een superkrachtige computer die ongelooflijk klein is. Apple's marketingafdeling maakte handig gebruik van de 'schattigheidsfactor' in hun advertentie. Vergis je niet, deze kleine computer is een krachtpatser die kan worden geconfigureerd met maximaal 128GB RAM, 40 CPU-kernen en maar liefst 8TB aan supersnelle flash-opslag.



Mac Mini

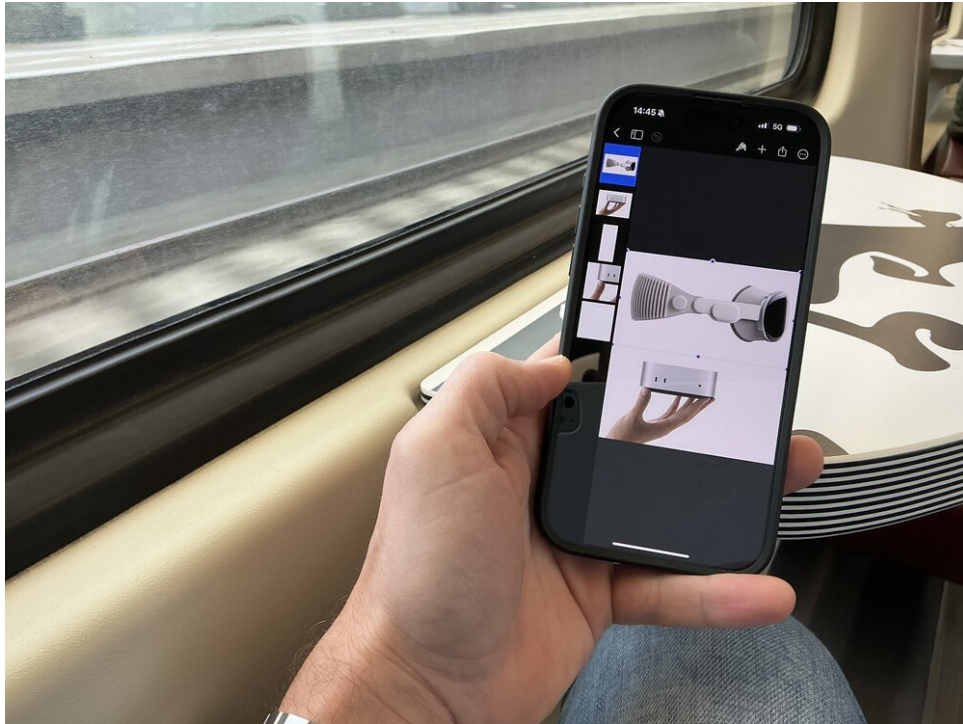
Mijn post ging over het combineren van deze twee stukjes in één enkele post. Met een goed gekozen visual zou het iets kunnen zijn dat voor zichzelf spreekt. Ik bedacht

om twee stukken Apple-artwork te combineren tot één afbeelding, te combineren met een simpele slogan en [te posten op X](#):



Mijn bericht op X: Mac Mini x Vision Pro

Een ding dat van pas kwam, is dat ik mezelf heb getraind om content rechtstreeks vanaf mijn smartphone te kunnen produceren. Ik heb geen computer nodig voor Photoshop of Microsoft Word. Dit stelt me in staat om meteen te handelen wanneer een idee opkomt. Op mijn iPhone gebruikte ik Pixelmator om de twee afbeeldingen samen te voegen:



Beeldbewerking onderweg: Pixelmator op iPhone

Aandacht trekken

Iets posten op X is één ding, het laten ontdekken en zien door anderen is iets anders. Het platform gebruikt algoritmen om te bepalen welke berichten aan wie worden getoond. Als een bericht leuk gevonden wordt door echte, geverifieerde mensen, neemt het algoritme dit als een signaal dat de inhoud *goed* is. Vervolgens blijft het de post schalen, verzamelt het meer feedback in de vorm van likes en reposts, om de status als virale post verder te laten groeien.

Het moeilijkste is om precies die mensen je bericht te laten liken, waardoor het algoritme begint met schalen. Je bericht heeft een spreekwoordelijke duw nodig om initiële momentum te krijgen, eenmaal op snelheid kan het vanzelf blijven versnellen. Het is als een sneeuwbal die van een berg begint te rollen, wat mogelijk een lawine veroorzaakt.

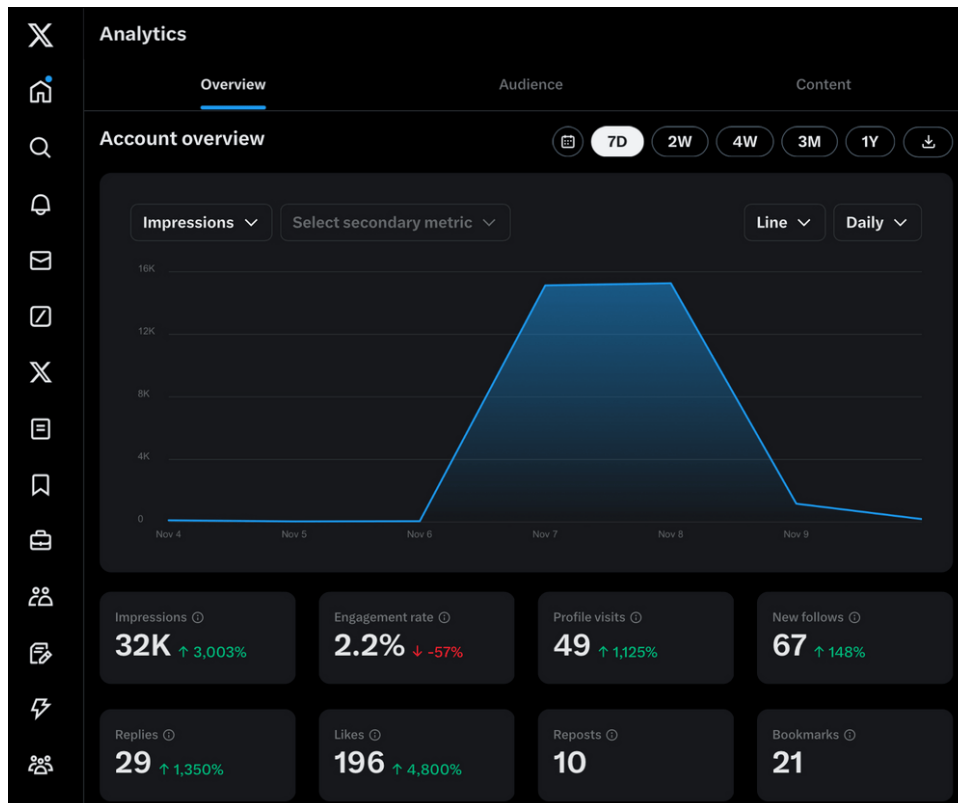
Voor deze post wist ik dat er een paar spraakmakende mensen op X zijn die actief posten over Apple Vision Pro. Ik dacht dat als ze mijn bericht zouden zien, de kans groot was dat een of twee van hen het leuk zouden vinden of zouden reposten. Met behulp van de zoekfunctie van X vond ik de meest populaire berichten over Vision Pro en noteerde ik handmatig de handles (bijv. @wlmiddelkoop) van de auteurs.

Vervolgens construeerde ik [een tweede post](#), waarin ik mijn oorspronkelijke post verpakte, met een nog eenvoudigere slogan gevolgd door alle auteurs. Dit zorgt ervoor dat de auteurs een melding ontvangen dat iemand hen heeft genoemd. Niet iedereen zal erop reageren, maar gezien een relevant bericht over een interessant onderwerp is de kans groot dat mensen ermee aan de slag gaan. En zo gebeurde het! Binnen een paar minuten ontving ik mijn eerste reacties van een van de auteurs die ik in de post noemde.



Bericht dat mijn originele X-bericht omvat, met een eenvoudigere slogan, waarin auteurs worden genoemd die ik handmatig heb geselecteerd omdat ze over het onderwerp van mijn bericht hebben gepost

Toen de post nog twee interacties van enkele geverifieerde accounts aantrok, begon het algoritme de post naar de tijdlijnen van steeds meer mensen te pushen. Dit leidde tot duizenden weergaven in slechts enkele uren.



32.000 weergaven in twee dagen

Men zou zich kunnen afvragen hoe reproduceerbaar deze viraliteit werkelijk is. Was het toeval? Heb ik het systeem hier gespeeld, of werkte het omdat het eigenlijk *hoort te werken*? Als je erover nadenkt, is het logisch dat content die daadwerkelijk door echte mensen leuk gevonden wordt, meer wordt getoond. Het X-platform, net als alle andere sociale medianetwerken, optimaliseert voor betrokkenheid: *goede content* is de brandstof.

Leerpunten

Als je overweegt om zelf op sociale media te posten, denk ik dat het een goed idee is om deze dingen in gedachten te houden:

- **Handel gepast:** Heb je een idee? Post het gewoon! Als je iets bedenkt dat je verbeelding prikkelt, is de kans groot dat meer mensen hetzelfde voelen. Doe het onderweg. Deel het en ontdek het.
- **Visuals:** Denk aan 'glance-ability', een afbeelding kan meer zeggen dan veel woorden. Creëer en combineer dingen.
- **Help vindbaarheid:** Kies woorden die bij je onderwerp passen, wees specifiek om het algoritme te helpen bepalen waar je bericht over gaat. Als je naar je eigen bericht zou zoeken, welke zoekwoorden of zoekzinnen zou je dan gebruiken?
- **Verbind met publiek:** Selecteer 5-10 auteurs die mogelijk echt geïnteresseerd zijn in je bericht. Val mensen niet lastig, maar probeer waarde te leveren door contact op te nemen. Zou je het waarderen als iemand anders met *dat* bericht contact met je zou opnemen? Maak het zo!
- **Benut momentum:** Populaire onderwerpen zijn populair met een reden, post gerelateerde inhoud of reageer op bestaande berichten om te profiteren van bestaande

trends.

Conclusie

Sociale media is geen rocket* science, beschouw het als een geautomatiseerde uitwisseling van ideeën. Laat je idee mensen bereiken die aan soortgelijke dingen denken en je bericht kan veel aandacht krijgen. Stel je voor dat *jij* de persoon bent die je probeert te bereiken - als jij je met je eigen content zou bezighouden, zullen anderen dat waarschijnlijk ook doen!

* ondanks dat het eigendom is van dezelfde man als SpaceX, ha!