



# Cách xây dựng kênh nghệ sĩ

Kênh nghệ sĩ chính thức (“OAC”) là sân khấu chính đưa bạn đến với cả người hâm mộ và thính giả mới. Đây là không gian để họ khám phá mọi thứ về bạn, từ âm nhạc, thương hiệu, tầm phủ sóng cho đến cộng đồng của bạn.

## Tạo dựng tầm phủ sóng

YouTube có hơn 2 tỷ người dùng đăng nhập xem video nhạc mỗi tháng. Nhờ vậy, **kênh của bạn có thể tiếp cận một lượng khán giả khổng lồ, đồng thời tạo mối gắn kết sâu sắc và đầy ý nghĩa với những người hâm mộ nồng nhiệt nhất.**

HƠN  
2 TỶ

người dùng đăng nhập xem video nhạc mỗi tháng

## Vì sao nên tạo một Kênh nghệ sĩ chính thức (OAC)?

Kênh nghệ sĩ chính thức là nơi tập hợp toàn bộ danh mục nhạc phẩm của bạn để khán giả dễ dàng thưởng thức. Kênh này **hợp nhất số lượng người đăng ký** để bạn, hãng thu âm hoặc nhà quản lý của bạn có thể kiểm soát. Bạn có thể nhận biết một Kênh nghệ sĩ chính thức qua **biểu tượng nốt nhạc** bên cạnh tên kênh. Kênh nghệ sĩ chính thức được tạo từ kênh YouTube có sẵn.

Nếu kênh của bạn chưa phải là Kênh nghệ sĩ chính thức, bạn có thể [tìm hiểu thêm về cách đăng ký](#)

### Tùy chỉnh kênh

#### BẮT ĐẦU THIẾT LẬP

1. Đăng nhập vào YouTube Studio
2. Trên trình đơn bên trái, hãy chọn Tùy chỉnh
3. Tại đây, bạn sẽ thấy 3 thẻ để lựa chọn
  - Thông tin cơ bản
  - Xây dựng thương hiệu
  - Bố cục

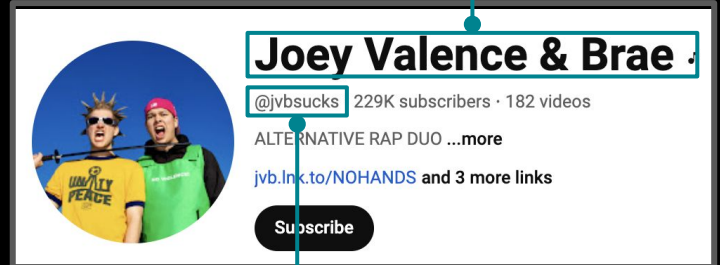
Hãy cùng tìm hiểu những điều cần cân nhắc khi thiết lập từng thẻ.



## Thông tin cơ bản

### Tên kênh

Tên kênh giúp người hâm mộ dễ tìm thấy kênh chính thức của bạn trong phần kết quả tìm kiếm và các video chính thức của bạn trên YouTube. **Hãy dùng nghệ danh chính thức hoặc tên ban nhạc của bạn để làm tên Kênh nghệ sĩ chính thức.** Cách viết hoa và dấu cách phải giống như cách bạn dùng cho các bản phát hành chính thức. Đừng thêm những từ khác như "Official", "TV", "Kênh", "YouTube", "Nhạc" hoặc "Productions" vào tên kênh.



### Tên người dùng của kênh

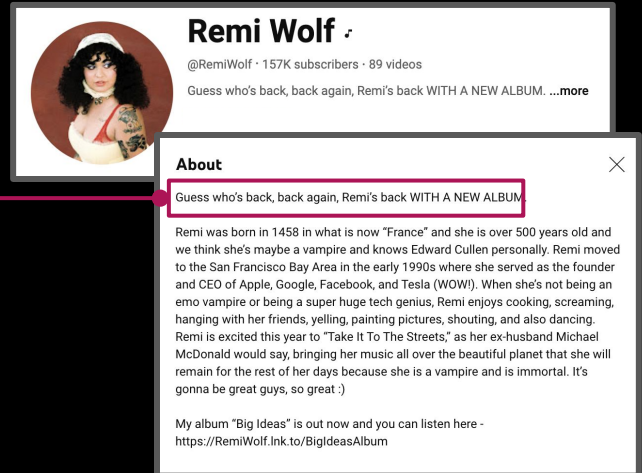
Tên người dùng là thông tin nhận dạng ngắn gọn dành riêng cho kênh và khác với tên kênh. Tên kênh chủ yếu giúp khán giả tìm thấy video và kênh, còn tên người dùng của kênh đặc biệt phù hợp với việc tìm kiếm trên YouTube, từ trang Shorts cho đến từng bình luận. [Bạn có thể tìm hiểu thêm tại đây.](#)

**Chọn tên người dùng gần giống với tên chính thức của kênh hoặc giống như tên bạn dùng trên các mạng xã hội khác.** Nếu tên bạn muốn dùng đã có người chọn thì cũng đừng lo lắng, vì chuyện này không ảnh hưởng đến cách YouTube đề xuất video. Bạn có thể thêm các yếu tố nhận dạng, cụm từ hoặc thậm chí là những câu đùa mang đậm bản sắc riêng để tạo tên người dùng độc đáo.

### Phần mô tả

Phần giới thiệu của kênh là nơi để bạn chia sẻ về bản thân mình. Phần này nên thể hiện những khía cạnh khác, chất nghệ thuật và khiếu hài hước của bạn, chứ đừng như một trang Wikipedia.

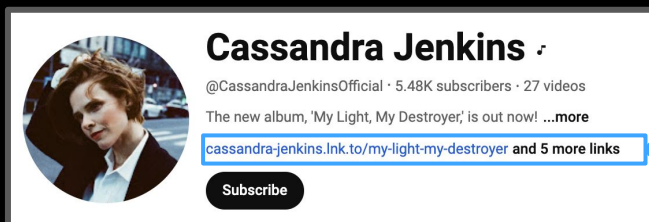
- **Dòng đầu tiên trong phần mô tả sẽ xuất hiện ở đầu kênh nên có ý nghĩa đặc biệt quan trọng.** Hãy dùng phần đầu tiên này để kêu gọi khán giả thưởng thức các bản phát hành gần đây, hé lộ dự án sắp tới hoặc thông báo những tin quan trọng khác.
- Nhớ kiểm tra và cập nhật dòng này theo thời gian.
- Một lưu ý là phần tiểu sử của nghệ sĩ có thể sẽ xuất hiện trong phần tìm kiếm trên YouTube, trên kênh YouTube của nghệ sĩ và cả trong YouTube Music.



### Đường liên kết

Bạn có thể thêm tối đa 14 đường liên kết trên thẻ Trang chủ của kênh, chỉ cần đảm bảo chúng tuân thủ [chính sách về đường liên kết ngoài](#). Đường liên kết đầu tiên sẽ xuất hiện nổi bật trên Kênh nghệ sĩ chính thức của bạn, gần nút Đăng ký. Các đường liên kết còn lại sẽ xuất hiện khi khán giả nhấp để xem thêm đường liên kết hoặc chuyển đến phần giới thiệu.

**Chúng tôi thấy nhiều nghệ sĩ dùng phần này để giới thiệu Linktree, trang web chính thức hoặc các nền tảng mạng xã hội khác mà họ đặc biệt muốn quảng bá.**



## Xây dựng thương hiệu

### Biểu ngữ

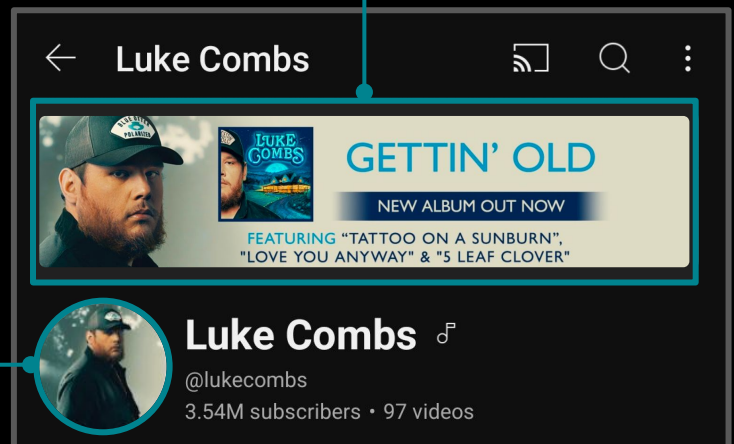
Biểu ngữ, hay còn gọi là hình ảnh kênh, là bức ảnh lớn ở đầu trang kênh. Phần này không chỉ có tác dụng trang trí mà còn rất hữu ích!

- Dùng biểu ngữ để hé lộ các bản phát hành sắp ra mắt, công bố ngày lưu diễn hoặc giới thiệu hàng hoá.
- Duy trì thiết kế nhất quán với biểu tượng kênh và các hồ sơ khác của bạn trên mạng xã hội để tạo một hình ảnh chuyên nghiệp và thống nhất.

### Ảnh

Ảnh hồ sơ, còn gọi là hình đại diện hay biểu tượng kênh, là hình ảnh đại diện cho bạn trên khắp YouTube. Bức ảnh này xuất hiện bên cạnh tên kênh của bạn trong phần kết quả tìm kiếm và bình luận.

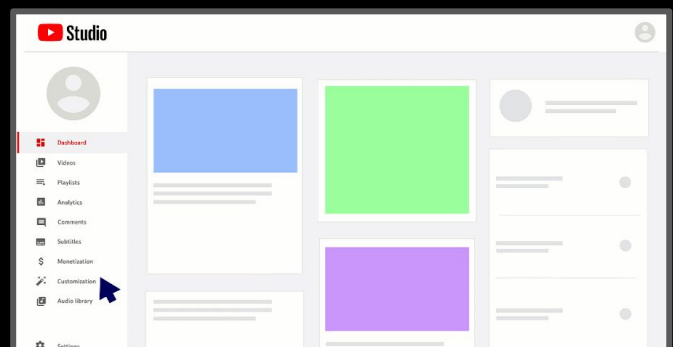
- Chọn một bức ảnh dễ nhận diện để sử dụng nhất quán trên mọi nền tảng mạng xã hội. Tính nhất quán giúp thể hiện bản sắc thương hiệu của bạn và giúp người hâm mộ dễ dàng nhận ra bạn.



## Bố cục kênh

### Các phần kênh

Các phần kênh, còn gọi là kệ, giúp bạn tùy chỉnh hình thức của Kênh nghệ sĩ chính thức bằng cách lựa chọn nội dung, video hoặc danh sách phát bạn muốn giới thiệu trên trang kênh. Những phần kênh này sẽ xuất hiện bên dưới video nổi bật để giúp khán giả nhanh chóng khám phá nội dung của bạn. Kênh nghệ sĩ chính thức cũng có một số lựa chọn mới để bạn sắp xếp bố cục kênh.



Ngoài **các phần kênh cơ bản**, bạn có thể thêm các thẻ sau đây vào Kênh nghệ sĩ chính thức của mình

#### Bản phát hành

"Bản phát hành" là một phần được tạo tự động để giới thiệu tất cả các bản phát hành chính thức của bạn. Phần này giúp khán giả nhanh chóng tìm được mọi bản nhạc của bạn ở cùng một nơi.

#### Video, Shorts và Sự kiện phát trực tiếp

Các thẻ "Video", "Shorts" và "Sự kiện phát trực tiếp" là nơi tự động tổng hợp tất cả nội dung mới nhất của bạn ở từng định dạng tương ứng trên Kênh nghệ sĩ chính thức. Nếu bạn không sản xuất nội dung ở một định dạng nào đó thì cũng đừng lo lắng, vì thẻ tương ứng cho định dạng đó sẽ chỉ xuất hiện nếu bạn có video tải lên!

#### Các phần kênh cơ bản

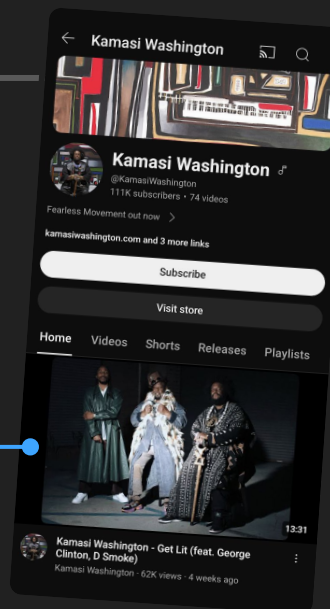
Bạn có thể sắp xếp trang chủ của mình bằng cách tùy chỉnh tối đa 12 phần kênh cơ bản. Thông thường, bạn có thể tạo các phần này bằng cách chọn một danh sách phát cụ thể để giới thiệu. Tuy nhiên, bạn cũng có thể dùng những phần này để nêu bật video, nhiều danh sách phát, nội dung chỉ dành cho hội viên, kênh nổi bật, phần "Dành cho bạn" và nhiều nội dung khác.

## Bố cục kênh (tiếp theo)

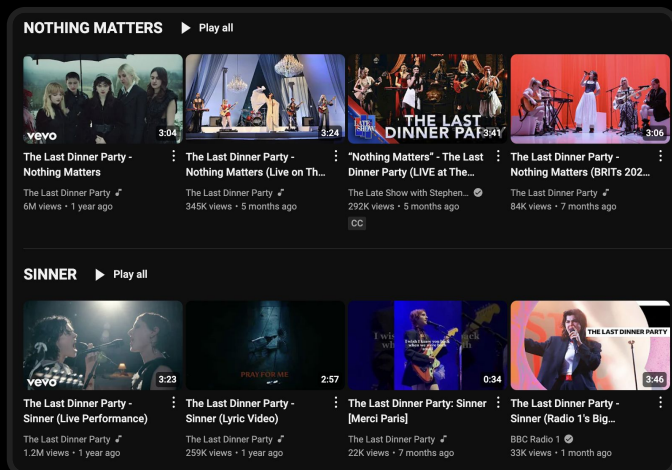
### Video nổi bật

Phần Video nổi bật là nơi để bạn lựa chọn video muốn giới thiệu ở đầu trang Kênh nghệ sĩ chính thức, kể cả khi đó không phải là video do bạn tải lên.

- Tập trung giới thiệu những video có liên quan đến **tác phẩm gần đây của bạn**.
- Nếu muốn tùy chỉnh chi tiết hơn cho phần Video nổi bật, bạn có thể chọn những video khác nhau dành cho khách truy cập mới và người đăng ký cũ.



## Các chế độ thiết lập khác trong Studio



**The Last Dinner Party** dùng nhiều danh sách phát để giới thiệu những video liên quan đến các bản phát hành đĩa đơn (kể cả video do bên thứ ba tải lên). Sau đó, họ đưa những danh sách phát này vào các phần kênh để mọi người dễ tìm thấy hơn.

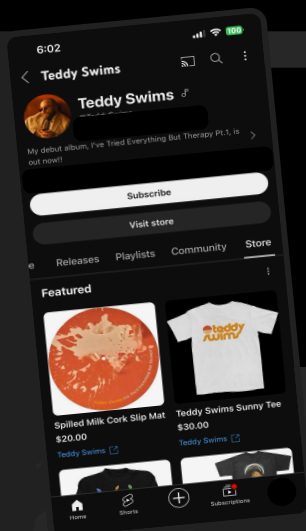
### Danh sách phát

Xét về lượng người xem video nhạc trên YouTube, danh sách phát là một trong những nguồn lưu lượng truy cập lớn nhất. Danh sách phát giúp bạn sắp xếp, tuyển chọn cũng như giúp khán giả dễ dàng tiếp cận nội dung hơn, từ đó làm tăng thời gian xem.

- Bạn nên sắp xếp và tùy chỉnh nội dung của mình thành các danh sách phát và cập nhật thường xuyên.
- Cần nhắc việc phân loại nội dung và tạo danh sách phát cho các buổi phỏng vấn, nội dung lưu diễn, nội dung liên quan đến đĩa nhạc, nội dung nguyên gốc và hơn thế nữa.
- Bạn có thể tạo danh sách phát bao gồm video do các kênh khác đăng. Hãy khai thác tính năng này cho những video do người hâm mộ tải lên, các buổi trình diễn trực tiếp và video cộng tác.
- Bạn muốn mọi người dễ dàng tìm thấy các danh sách phát này hơn nữa? Hãy nhớ thêm đường liên kết đến danh sách phát vào các phần mô tả video để những khán giả quan tâm đến nội dung đó có thể dễ dàng bắt đầu thưởng thức.

### Mở phần Danh sách phát bằng cách chuyển đến:

YouTube Studio → Nội dung → Danh sách phát



### Cửa hàng trên kênh

YouTube Mua sắm giúp những nghệ sĩ đủ điều kiện để đăng quảng bá sản phẩm và hàng hoá trong cửa hàng của riêng mình trên YouTube. Sau khi kết nối cửa hàng với kênh, bạn sẽ **có thêm thẻ Cửa hàng**, tính năng gắn thẻ cho sản phẩm và một kệ sản phẩm. Tìm hiểu thêm về việc kết nối cửa hàng trực tiếp với Kênh nghệ sĩ chính thức của bạn **tại đây**.

## Ở cấp video

### Tăng sức hút của video bằng tiêu đề và hình thu nhỏ

Video là một phần không thể thiếu trong chiến lược của nghệ sĩ trên YouTube. Việc tối ưu hoá những thành phần như tiêu đề và hình thu nhỏ có thể **giúp video trở nên thu hút hơn, đồng thời vẫn thể hiện chân thật chất nghệ sĩ của bạn**. Bạn có thể cập nhật các thành phần này trong quy trình tải video lên. Mặc dù có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến hiệu suất video, nhưng tiêu đề và hình thu nhỏ đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong việc thu hút khán thính giả. Đây là những yếu tố đầu tiên mà khán giả tiềm năng nhìn thấy khi quyết định có xem video hay không. Trong phần này, chúng tôi sẽ tập trung vào nội dung dài, vì video Shorts đòi hỏi hình thức trình bày khác.

#### Tiêu đề

Tiêu đề xuất hiện ngay bên dưới hình thu nhỏ ở những nơi khán giả khám phá nội dung, vậy nên cần phải chính xác và súc tích. **Các cụm từ tìm kiếm quan trọng nhất đối với nội dung nhạc là tên nghệ sĩ và tên bài hát, nên hãy nhớ bắt đầu bằng những thông tin đó**. Ngoài ra, việc ghi thêm loại nội dung (ví dụ: "Official Music Video" hay "Video nhạc chính thức") sẽ giúp đảm bảo người hâm mộ biết rõ họ nhấp vào nội dung gì.

Khi đặt tiêu đề, yếu tố then chốt là tính nhất quán, kể cả cách viết hoa và dấu câu. **Định dạng kiểu chữ không cần phải đúng quy tắc, nhưng bạn phải đảm bảo kiểu chữ phù hợp với thương hiệu của bạn và áp dụng nhất quán cho tất cả video**.

#### Tên nghệ sĩ — Tên bài hát (Định dạng)

Video nhạc chính thức  
Bản âm thanh chính thức  
Video nhạc đơn giản  
Video lời bài hát  
Cảnh quay hậu trường

#### Video nhạc chính thức hoặc video nhạc đơn giản

Sử dụng hình ảnh tĩnh cuốn hút, chất lượng cao

#### Bản âm thanh chính thức

Giới thiệu ảnh bìa đĩa nhạc

#### Video lời bài hát

Thêm văn bản nổi bật

#### Cảnh quay hậu trường

Giới thiệu những khoảnh khắc chân thật, thường sẽ có hình ảnh một số thiết bị sản xuất

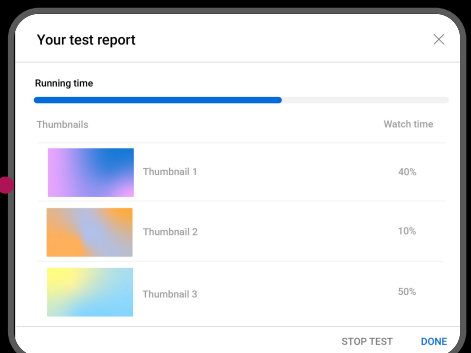
#### Hình thu nhỏ

Hình thu nhỏ là tấm biển quảng cáo cho nội dung của bạn. Một hình thu nhỏ hấp dẫn có thể thu hút khán giả nhấp vào và khiến họ hình dung được chủ đề của nội dung. **Hãy tập trung vào điều mà bạn muốn khán giả chú ý trước tiên và làm nổi bật điều đó. Để trở nên nổi bật, bạn nên dùng hình ảnh cuốn hút, có độ tương phản cao nhưng không quá rối mắt và vẫn thể hiện đúng bản sắc thương hiệu**.

**MẸO:** Sử dụng chỉ số **Tỷ lệ nhấp** trong YouTube Analytics để tìm hiểu sâu hơn về việc hình thu nhỏ và tiêu đề có thu hút khán giả nhấp vào xem nội dung của bạn hay không.

#### Bạn cần được hỗ trợ thêm để điều chỉnh chiến lược hình thu nhỏ?

**Hãy tìm hiểu tính năng Thử nghiệm và so sánh hình thu nhỏ.** Tính năng này cho phép tải tối đa 3 hình thu nhỏ video lên để thử nghiệm với khán giả, qua đó giúp bạn chọn ra hình tốt nhất. Đây là phương pháp tiên tiến hơn so với thử nghiệm A/B thông thường vì có thể thử đến 3 phương án. Hãy thử trên một nhóm nhỏ video để thu thập kinh nghiệm ban đầu trước khi áp dụng cho video mới.



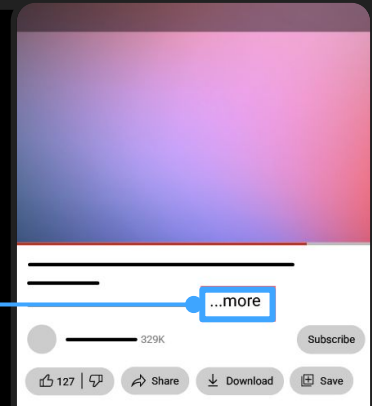
## Ở cấp video (tiếp theo)

### Nội dung mô tả

**Nội dung mô tả giúp thuật toán của YouTube cũng như khán giả biết chủ đề của video.** Nội dung mô tả bao gồm hai phần, một phần xuất hiện trước khi khán giả nhấp vào “Hiện thêm” trên máy tính (hoặc “xem thêm” trên thiết bị di động) và một phần xuất hiện sau đó.

#### Hãy dùng phần đầu tiên để kêu gọi hành động

và dùng phần còn lại để chia sẻ một đoạn tóm tắt nhanh video, lời bài hát, ngày lưu diễn, phần vinh danh nghệ sĩ cộng tác và đường liên kết đến mạng xã hội. Ngoài ra, bạn cũng có thể thêm 3 hashtag phía trên tiêu đề video để cải thiện cơ hội xuất hiện trong phần kết quả tìm kiếm.



**MẸO:** Bạn có thể làm mới những video cũ nhưng còn nhiều người xem bằng cách cập nhật lời kêu gọi hành động cho bản phát hành mới, chuyển lưu diễn đang diễn ra, hàng hoá mới ra mắt và nhiều thông tin khác.

## Hướng dẫn (không bắt buộc)

Tất cả những hướng dẫn nêu trên về video đều là kết quả quan sát chung về những điều chúng tôi nhận thấy có hiệu quả trên YouTube. Tuy nhiên, đó không phải là những yêu cầu nghiêm ngặt. **Video và kênh là những nơi để bạn thể hiện các khía cạnh nghệ thuật khác của mình, vậy nên quan trọng nhất là phải cho thấy được cá tính của bạn trước tiên.**

**Hãy cùng xem một số nghệ sĩ trong thực tế**

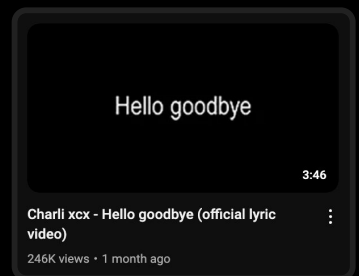


### 01 ZENTYARB

ZENTYARB lấy ngày tháng làm tiêu điểm chính trong hình thu nhỏ cho đoạn hé lộ chính thức của mình. Chiến lược này ngay lập tức **giúp khán giả biết rằng đây là đoạn hé lộ cho một bản phát hành đáng mong chờ sắp tới.**

### 02 Charli XCX

Charli đặt tiêu đề và thiết kế hình thu nhỏ theo một chiến lược nhất quán. Việc **sử dụng toàn bộ chữ viết thường để mô tả định dạng video trong tiêu đề là một lựa chọn thấu đáo về kiểu chữ và đạt được hiệu quả vì cô áp dụng trên tất cả các video mà cô tải lên.** Charli cũng áp dụng chiến lược dùng chữ trắng nhiều hạt trên nền đen trơn cho hình thu nhỏ của các video lời bài hát gần đây. Chiến lược đơn giản mà độc đáo này không chỉ ấn tượng và làm khán giả chú ý, mà còn gắn liền với hình ảnh thương hiệu tổng thể của đĩa nhạc.



### 03 Caroline Polachek

Hình thu nhỏ thành công có thể giúp khán giả hình dung được nội dung mà không cần đọc tiêu đề. Caroline Polachek **sử dụng một bộ hình ảnh nhiều hạt nhìn qua kính ngắm để truyền tải cảnh hậu trường một cách nhanh chóng và hiệu quả,** phù hợp với chủ đề nội dung của cô và thu hút khán giả tương tác.

**Bạn muốn xem thêm tài liệu tham khảo dành cho nghệ sĩ?**

**HÃY KHÁM PHÁ TRÊN TRANG WEB CỦA CHÚNG TÔI NHỮNG CẨM NANG MỚI NHẤT VỀ CÁC PHƯƠNG PHÁP HAY, CÙNG CÂU CHUYỆN THÀNH CÔNG CỦA CÁC NGHỆ SĨ →**