



Come creare il tuo Canale ufficiale dell'artista

Con il Canale ufficiale dell'artista apri le porte del tuo mondo ai fan, vecchi e nuovi. Qui sanno di poter trovare tutto ciò che ti riguarda: la tua musica, il tuo brand, i tuoi canali e la tua community.

Crea la tua presenza

Ogni mese, oltre 2 miliardi di spettatori guardano video musicali su YouTube dopo aver effettuato l'accesso. Ciò significa che con il tuo canale puoi rivolgerti a un pubblico vastissimo, e creare allo stesso tempo legami profondi e duraturi con i fan più fedeli.

Oltre
2 mld

Spettatori connessi che guardano video musicali ogni mese

Perché creare un Canale ufficiale dell'artista?

Un Canale ufficiale dell'artista racchiude tutti i tuoi lavori e semplifica l'interazione del pubblico coi tuoi contenuti perché **riunisce gli iscritti** in un unico canale controllato da te, dalla tua casa discografica o dal tuo manager. Questo tipo di canale, riconoscibile dall'**icona a forma di nota musicale** accanto al nome, viene creato a partire da canali YouTube già esistenti.

Non hai ancora un Canale ufficiale dell'artista? [Scopri come richiederlo](#)

Personalizza il tuo canale

CONFIGURAZIONE INIZIALE

1. Accedi a YouTube Studio
2. Nel menu a sinistra, seleziona Personalizzazione
3. Qui hai a disposizione tre schede
 - Informazioni di base
 - Branding
 - Layout

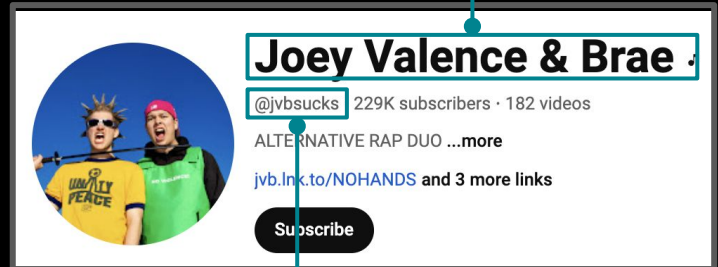
Vediamo cosa è utile sapere per configurare queste sezioni.



Informazioni di base

Nome del canale

I nomi dei canali possono aiutare i fan a trovare facilmente il tuo canale ufficiale nei risultati di ricerca e i tuoi video ufficiali su YouTube. **Usa il nome ufficiale con cui tu o la tua band vi esibite**, facendo attenzione a mantenere le stesse lettere maiuscole o minuscole e gli stessi spazi. È meglio evitare di aggiungere al nome parole come "Ufficiale", "TV", "Canale", "YouTube", "Musica" o "Produzioni".



Handle del canale

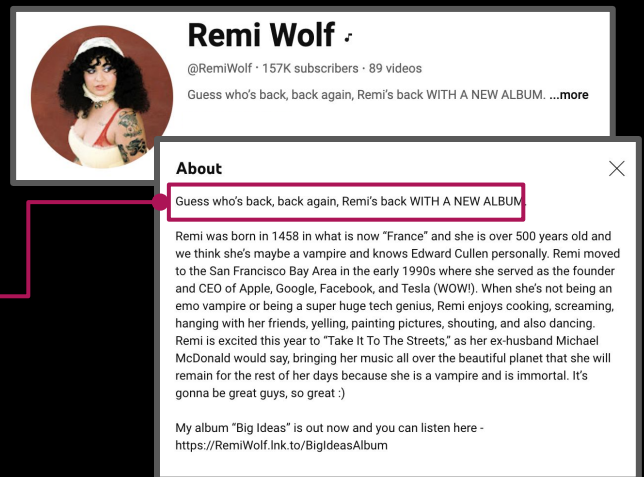
Gli handle sono nomi brevi e univoci usati per identificare i canali. Attenzione a non confondere l'handle con il nome del canale: mentre i nomi sono usati soprattutto per scoprire video e canali, gli handle servono per fare ricerche specifiche all'interno di YouTube, ad esempio nel Feed di Shorts o anche in singoli commenti. [Scopri di più qui.](#)

Cerca di usare un handle simile al nome ufficiale del canale, o almeno coerente con quello che usi negli altri canali social. E non preoccuparti se l'handle che volevi non è disponibile: il nome usato non influisce su come i video vengono consigliati. Puoi aggiungere altre sigle, frasi o anche battute in linea con il tuo brand per creare un handle unico.

Descrizione

Usa la sezione Informazioni del canale per presentarti. Evita di scrivere una biografia stile Wikipedia: tutto in questa pagina deve parlare di te e della tua personalità ed esprimere la tua arte e il tuo stile.

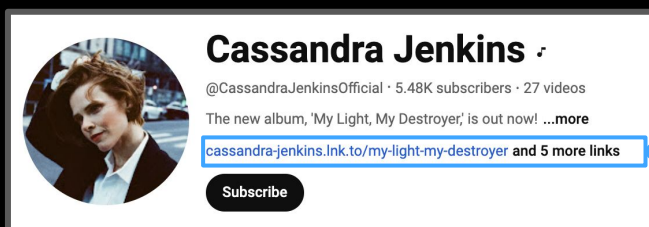
- **La prima riga della descrizione è visibile nell'intestazione del canale, quindi scegliila con cura.** Puoi usare questo spazio in evidenza per richiamare l'attenzione sulle ultime uscite, svelare dettagli sui progetti in corso o fare annunci importanti.
- Tieni costantemente aggiornata questa riga.
- Ricorda che la tua biografia può essere utilizzata nella Ricerca di YouTube, nel tuo canale YouTube individuale e su YouTube Music.



Link

Puoi aggiungere fino a 14 link sulla scheda Home del tuo canale. Assicurati solo che rispettino le nostre [norme sui link esterni](#). Il primo link verrà mostrato in evidenza accanto al pulsante Iscriviti del tuo Canale ufficiale dell'artista. Per vedere gli altri, invece, gli utenti dovranno cliccare appositamente o andare nella sezione Informazioni.

Molti artisti sfruttano la visibilità di questa posizione per promuovere la loro pagina Linktree, il sito web ufficiale o il loro profilo su altre piattaforme social.



Branding

Banner

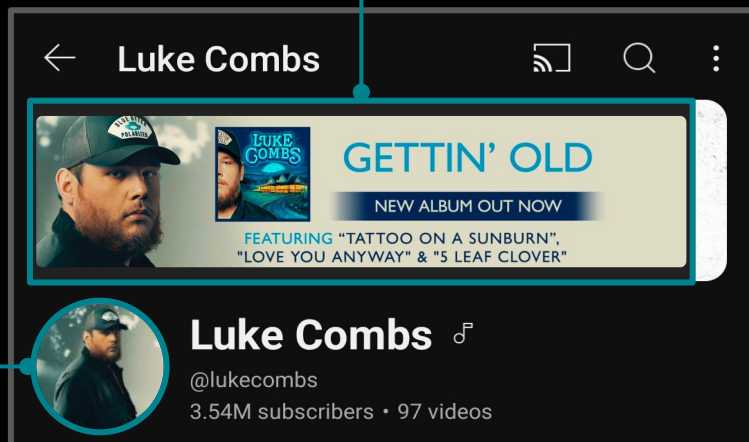
Il banner, detto anche grafica del canale, è l'immagine di grandi dimensioni nella parte superiore della pagina del canale. Non ha solo una funzione estetica, ma anche pratica.

- Il banner è perfetto per annunciare le prossime uscite o le date del tour, o per promuovere il merchandising.
- Scegli un design coerente con l'icona del canale e i profili negli altri social media per creare un linguaggio visivo uniforme e professionale.

Immagine

L'immagine del profilo, chiamata anche avatar o icona del canale, è l'immagine che ti rappresenta su tutta la piattaforma. Appare accanto al nome del canale nei risultati di ricerca e nella sezione dei commenti.

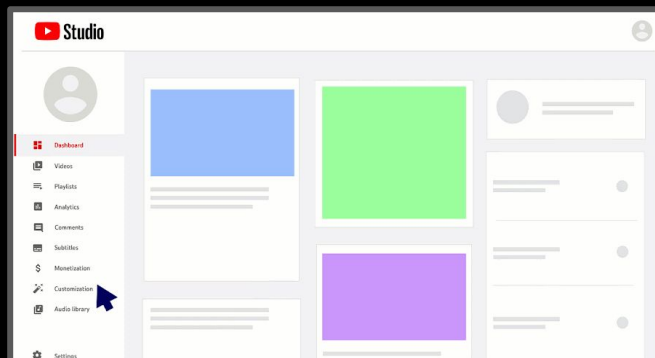
- Scegli un'immagine coerente e riconoscibile e utilizzala in tutte le tue piattaforme social. La coerenza aiuta a rafforzare l'identità del brand e fa sì che i tuoi fan ti riconoscano più facilmente.



Layout del canale

Sezioni del canale

Con le sezioni del canale personalizzi il formato del tuo Canale ufficiale dell'artista, perché puoi decidere quali contenuti, video o playlist mostrare sulla pagina. Vengono visualizzate sotto il video in primo piano sulla pagina del canale e aiutano il pubblico a sfogliare rapidamente i tuoi contenuti. Nei Canali ufficiali degli artisti sono disponibili anche nuove opzioni per il layout.



Oltre alle **sezioni standard del canale**, un Canale ufficiale dell'artista può avere le seguenti schede:

Uscite

La sezione "Uscite" è una scheda che raccoglie tutte le tue uscite ufficiali. Viene creata automaticamente per permettere al pubblico di trovare velocemente tutta la tua musica in un unico posto.

Video, Short e Live

Le schede "Video", "Short" e "Live" mettono automaticamente in evidenza i contenuti più recenti caricati nel tuo Canale ufficiale dell'artista nei rispettivi formati. Se non produci contenuti in un particolare formato, la scheda corrispondente apparirà solo se hai caricato qualcosa.

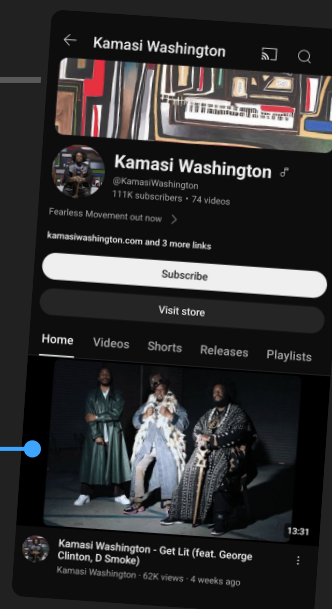
Sezioni standard del canale

Le sezioni standard del canale ti permettono di organizzare la home page in sezioni personalizzate, fino a un massimo di 12. Normalmente per crearle basta selezionare una playlist da visualizzare, ma puoi anche scegliere di mettere in evidenza video specifici, playlist multiple, contenuti riservati agli abbonati, canali in primo piano, una sezione "Per te" e altro ancora.

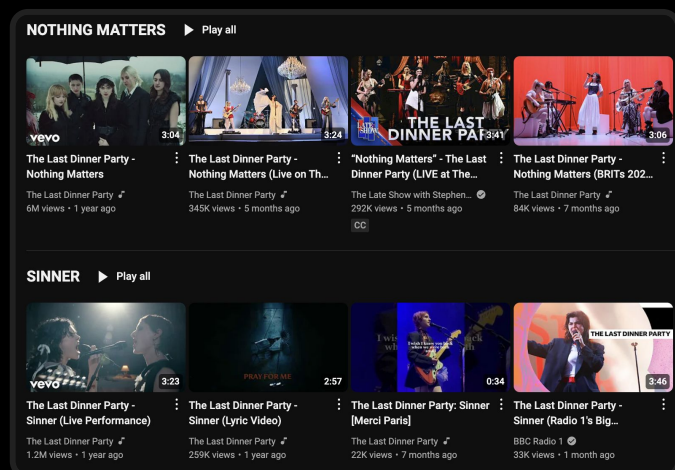
Video in evidenza

La scheda Video in evidenza ti permette di scegliere un video da mostrare nella parte superiore del canale, che può anche non essere tra quelli che hai caricato.

- Scegli dei video che rappresentano le ultime tendenze del tuo lavoro.
- Puoi personalizzare ancora di più il video in evidenza scegliendo video diversi per i nuovi visitatori e per gli iscritti di ritorno.



Altre configurazioni di Studio



The Last Dinner Party sfrutta le playlist per mettere in evidenza video pertinenti (compresi caricamenti di terze parti) in occasione delle uscite dei brani. Le stesse playlist appaiono poi in primo piano come sezioni del canale, per una visibilità ancora maggiore.

Playlist

Le playlist sono una delle sorgenti di traffico più importanti per le visualizzazioni dei contenuti musicali su YouTube. Permettono di organizzare e selezionare i contenuti, rendendoli più accessibili agli utenti e facendo crescere il tempo di visualizzazione.

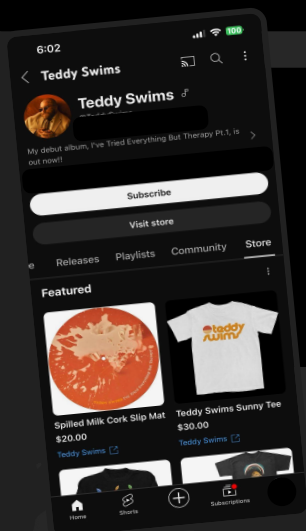
- Conviene organizzare i contenuti in playlist personalizzate, da aggiornare regolarmente.
- Ad esempio, puoi dividere i tuoi contenuti per argomenti e creare così playlist con interviste, contenuti originali, legati al tour o a un album, e altro ancora.
- Puoi anche creare playlist con video pubblicati da altri canali e raccogliere caricamenti dei fan, esibizioni live e collaborazioni.
- Cerchi modi per far scoprire ancora più facilmente le playlist? Se aggiungi il link a una playlist nelle descrizioni dei video, gli spettatori interessati potranno iniziare subito a guardare i video.

Accedi alle playlist andando su:

YouTube Studio → Contenuti → Playlist

Negozi del canale

YouTube Shopping permette agli artisti idonei di promuovere prodotti e merchandising dei loro negozi direttamente su YouTube. Quando colleghi un negozio al canale, ricevi l'accesso alla scheda **Negozi**, al tagging dei prodotti e alla sezione dei prodotti. Per scoprire come collegare direttamente il merchandising al tuo Canale ufficiale dell'artista, leggi [qui](#).



A livello di video

Aumenta l'attrattiva dei video con titoli e miniature

I video sono un elemento fondamentale della tua strategia artistica su YouTube. Con titoli e miniature più efficaci puoi **aumentare l'attrattiva dei tuoi video rimanendo fedele al tuo brand di artista**. Questi elementi vengono aggiornati durante il flusso di caricamento di un video. Il rendimento di un video dipende da diversi fattori, ma titoli e miniature sono particolarmente importanti per attirare gli spettatori, perché sono i primi elementi che saltano agli occhi al momento di scegliere un video da guardare. Qui ci concentriamo sui contenuti in formato lungo, perché gli Short hanno esigenze di presentazione diverse.

Titoli

Il titolo appare direttamente sotto la miniatura nelle pagine di scoperta, per cui è essenziale che sia accurato e sintetico. **I termini di ricerca più utilizzati per la musica sono il nome dell'artista e del brano, quindi mettili all'inizio.** In aggiunta, puoi inserire il tipo di contenuti (ad es. "video musicale ufficiale") per aiutare i fan a capire di cosa si tratta.

Quando crei i titoli, fai attenzione che siano coerenti, anche a livello di lettere maiuscole/minuscole e punteggiatura. **La formattazione non deve necessariamente essere corretta, ma lo stile deve essere in linea con quello del brand e rimanere coerente in tutti i video.**

Nome dell'artista - Nome del brano (formato)

Video musicale ufficiale
Audio ufficiale
Visualizzatore
Video con il testo
Dietro le quinte

Video musicale ufficiale /Visualizzatore

Usa un'immagine accattivante e di alta qualità

Audio ufficiale

Mostra la copertina

Video con il testo

Inserisci un testo ben visibile

Dietro le quinte

Mostra scatti spontanei, anche con l'attrezzatura di produzione

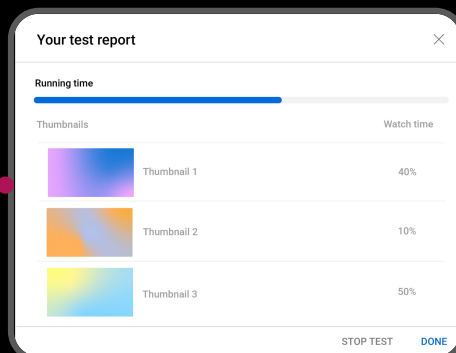
Miniature

Le miniature sono come un manifesto pubblicitario per i tuoi contenuti. Una miniatura efficace tende a ottenere più clic. In più, crea aspettative sui contenuti. **Decidi quale aspetto vuoi che il pubblico noti per primo e mettilo in evidenza. Usa immagini con un bel contrasto, di forte impatto, pulite e in linea con il tuo brand.**

SUGGERIMENTO: osserva la percentuale di clic in YouTube Analytics per capire se i titoli e le miniature riescono a convincere gli spettatori a cliccare sui tuoi contenuti.

Ti serve aiuto per perfezionare la strategia per le miniature?

Prova lo strumento di test e confronto delle miniature. Questa funzionalità ti permette di caricare fino a tre miniature da testare con gli spettatori per aiutarti a capire quale sia l'opzione migliore. Si tratta di una procedura più avanzata rispetto al tipico test A/B, perché consente di scegliere fino a tre opzioni. Provala su un numero limitato di video per raccogliere delle informazioni preliminari, prima di applicarla ai nuovi video.

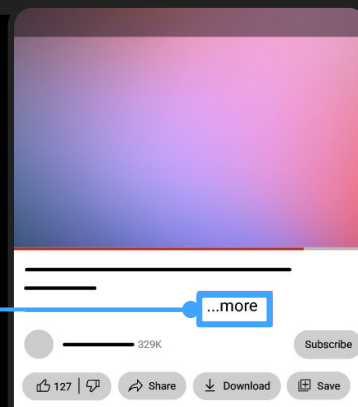


Descrizioni

Le descrizioni indicano l'argomento del video all'algoritmo di YouTube e agli spettatori. Si dividono in due parti: ciò che gli spettatori vedono prima di cliccare su "Mostra altro" su computer (o di toccare "Altro" su dispositivo mobile) e ciò che appare dopo.

Sfrutta lo spazio prima di "Mostra altro" per gli inviti all'azione

e utilizza il resto della descrizione per fare un rapido riepilogo del video, citare i testi, promuovere le date del tour, ringraziare i collaboratori e includere i link ai social. Puoi anche aggiungere tre hashtag sopra i titoli dei video per migliorare i risultati di ricerca.



SUGGERIMENTO: modifica le descrizioni dei video meno recenti ma ancora popolari con inviti all'azione aggiornati per le nuove uscite, il tour in corso, i lanci di merchandising e così via.

Linee guida, non regole assolute

I suggerimenti per i video qui sopra sono osservazioni generali su ciò che abbiamo visto funzionare bene sulla piattaforma, e non requisiti veri e propri. **Il tuo canale e i tuoi video sono un'estensione della tua arte e l'importante è che ti rappresentino in modo autentico.**

Diamo un'occhiata ad alcuni artisti



01 ZENTYARB

Nella miniatura del suo teaser ufficiale, ZENTYARB mette in primo piano una data. Con questa strategia **comunica immediatamente al pubblico che il video è un'anteprima e allo stesso tempo crea hype** per l'uscita imminente.

02 Charli XCX

Charli usa titoli e miniature coerenti. L'uso delle **lettere minuscole per descrivere i formati dei video nei titoli è una scelta di stile efficace, che caratterizza tutti i suoi caricamenti**. Per i video con il testo, di recente ha iniziato a usare miniature con testo sgranato bianco su sfondo nero. Una strategia semplice ma originale, che cattura l'attenzione degli spettatori ed è in linea con il branding generale dell'album.



03 Caroline Polachek

Le miniature efficaci possono influenzare le aspettative degli spettatori ancora prima di leggere il titolo. Per un effetto "dietro le quinte", Caroline Polachek **usa un'immagine sgranata con tanto di mirino presa sul set del video**, una scelta in linea con i contenuti del brano ed efficace per coinvolgere gli spettatori.

Cerchi altre risorse per gli artisti?