



Je artiestenkanaal opzetten

Je officiële artiestenkanaal (OAK) is jouw mainstage voor je huidige en toekomstige fans. Hier vinden ze alles over jou: je muziek, je merk, je community en natuurlijk jij zelf.

Geef jezelf een podium

Elke maand kijken ruim 2 miljard ingelogde gebruikers muziekvideo's op YouTube. Met jouw kanaal kun je dus een enorm publiek bereiken en een hechtere band met je fans opbouwen.

+2
MLD

ingelogde gebruikers kijken elke maand muziekvideo's

Waarom een OAK?

Op je OAK staat al je content bij elkaar, net als je **abonnees**. Zo kunnen ze makkelijker op je muziek reageren. En jij, je label of je manager zit aan de knoppen. Je herkent een OAK aan het **muzieknootje** naast de kanaalnaam. Wil je zelf zo'n kanaal maken? Dan moet je je bestaande YouTube-kanaal naar een OAK omzetten.

Is je kanaal nog geen OAK? [Zo meld je je aan](#)

Je kanaal aanpassen

AAN DE SLAG

1. Log in bij YouTube Studio
2. Kies Aanpassen in het linkermenu
3. Hier zie je 3 tabbladen
 - Basisinformatie
 - Branding
 - Indeling

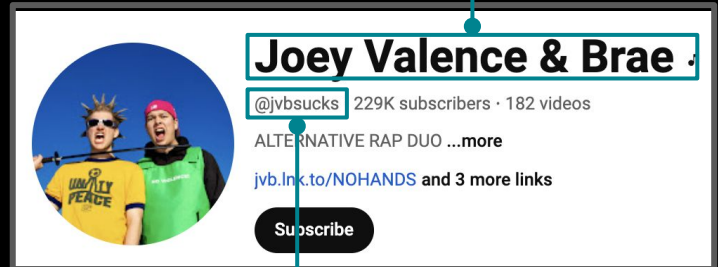
We nemen voor elk gedeelte de belangrijkste punten door.



Basisinformatie

Kanaalnaam

Met je kanaalnaam vinden fans je officiële kanaal makkelijk in de zoekresultaten, net als je officiële video's op YouTube. **Gebruik je officiële artiestennaam of bandnaam voor je OAK.** Schrijf de naam precies zoals bij je officiële releases, met dezelfde hoofdletters en spaties. Gebruik liever geen extra woorden als 'officieel', 'tv', 'kanaal', 'YouTube', 'Music' of 'Productions'.



Gebruikersnamen

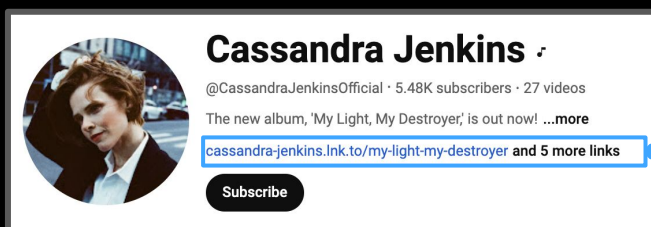
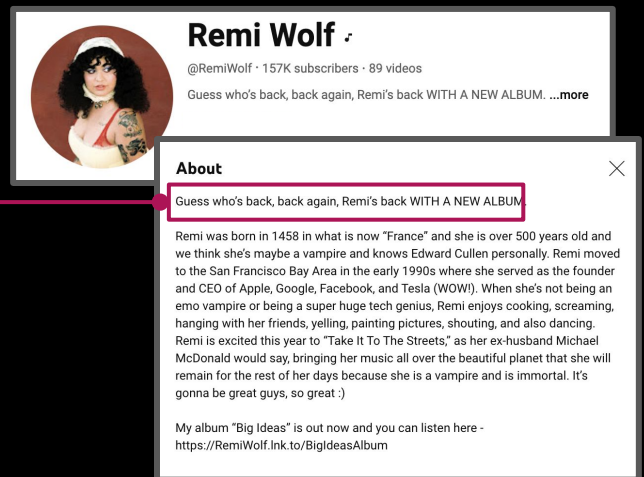
Een gebruikersnaam is een korte en unieke ID voor je kanaal. Dit is iets anders dan je kanaalnaam. Kanaalnamen zijn er vooral om video's en kanalen te ontdekken. De gebruikersnaam van een kanaal gebruik je daarentegen om dat specifieke kanaal op te zoeken op YouTube, bijvoorbeeld in de Shorts-feed of individuele reacties. [Hier vind je meer informatie.](#)

Kies een gebruikersnaam die dicht bij je officiële kanaalnaam ligt of kies er een die je ook op je andere socials gebruikt. Is de naam die je wilt al bezet? Niet erg. Dat heeft geen invloed op hoe je video's worden aanbevolen. Maak je gebruikersnaam uniek door iets toe te voegen waaraan jij te herkennen bent, zoals een zinnetje of grapje dat bij je merk hoort.

Beschrijving

In het gedeelte met informatie over je kanaal vertel je over jezelf. Maak er geen slaapverwekkende lap tekst van, maar vertel met een gezonde portie humor wie je bent en wat voor muziek je maakt.

- **De eerste regel is het allerbelangrijkst, want die komt in de header van je kanaal te staan.** Heb je een nieuwe release, een nieuw project of iets anders belangrijks te melden? Schreeuw het hier van de daken.
- Zorg dat deze regel altijd actueel is.
- Goed om te weten: jouw artiestenbio kan terugkomen in de YouTube-zoekresultaten, op jouw YouTube-kanaal en in YouTube Music.



Links

Op het tabblad Home kun je tot 14 links plaatsen (zolang je je maar aan ons [beleid voor externe links](#) houdt). De eerste link heeft een prominente plek op je OAK: vlak bij de abonneerknop. De rest wordt zichtbaar als bezoekers doorklikken of naar het informatiegedeelte van je kanaal gaan.

Op deze opvallende plek zetten veel artiesten hun Linktree, officiële website of andere socials waar ze de aandacht op willen vestigen.

Branding

Banner

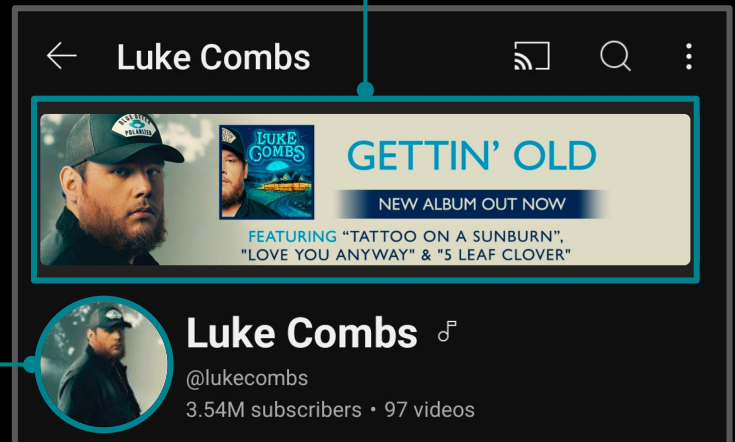
Je banner (of kanaalafbeelding) is de grote afbeelding bovenaan je kanaalpagina. Zo'n banner staat niet alleen goed, maar heeft ook een functie.

- Gebruik je banner bijvoorbeeld om bezoekers nieuwsgierig te maken naar je nieuwe release, tourdatums aan te kondigen of je merch te presenteren.
- Houd dezelfde stijl aan als je kanaalicoon en profielen op andere social media voor een samenhangende, professionele look.

Profielfoto

Je profielfoto (of avatar of kanaalicoon) is de afbeelding die jou vertegenwoordigt op het platform. Deze staat naast je kanaalnaam in de zoekresultaten en de reacties.

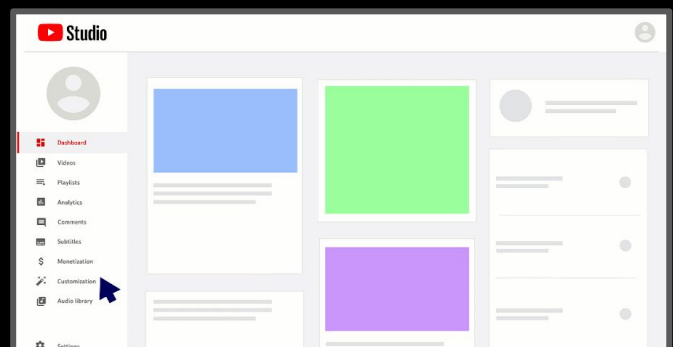
- Kies een herkenbare afbeelding die je ook op andere social media gebruikt. Die samenhang is goed voor je merkidentiteit. Bovendien ben je direct herkenbaar voor je fans.



Kanaalvormgeving

Kanaalsecties

Met kanaalsecties (of 'planken' in YouTube-jargon) pas je de indeling van je OAK aan. Jij kiest zelf welke content, video's of playlists er op je pagina staan. De secties staan op je kanaalpagina onder je uitgelichte video. Zo kunnen bezoekers snel door je content heen gaan. Als je een OAK hebt, krijg je ook nieuwe opties voor de lay-out van je kanaal.



Naast de **standaard kanaalsecties** kun je de volgende tabbladen aan je OAK toevoegen:

Releases

In het gedeelte Releases staan automatisch al je officiële releases. Hier vindt je publiek al je muziek in een handig overzicht.

Video's, Shorts en Live

Op de tabbladen Video's, Shorts en Live staan automatisch alle recente content op je AOK in die formats. Maak je geen content in een van de formats? Dan verschijnt dat tabblad niet.

Standaard kanaalsecties

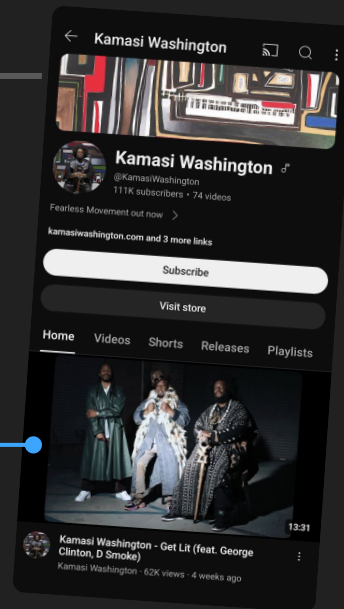
Met de standaard kanaalsecties deel je je homepage in. Er is ruimte voor maximaal 12 aangepaste secties. Zo'n sectie maak je meestal van een playlist. Verder kan een sectie bestaan uit bijvoorbeeld specifieke video's, meerdere playlists, content alleen voor leden, aanbevolen kanalen en een gedeelte speciaal voor jou.

Kanaalvormgeving (vervolg)

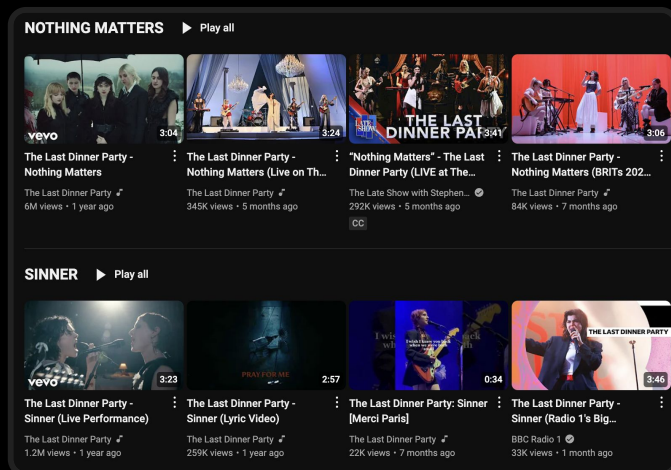
Videospotlight

Met videospotlights kies je de video die bovenaan je OAK moet staan. Dit hoeft geen upload van jou te zijn.

- Licht vooral video's uit die iets zeggen over je **recente werk**.
- Je kunt zelfs verschillende videospotlights instellen voor nieuwe bezoekers en voor terugkerende abonnees.



Overige instellingen in Studio



The Last Dinner Party heeft voor elke single een playlist met relevante video's. Sommige daarvan zijn door anderen geüpload. Om de zichtbaarheid te vergroten, zetten ze elke playlist in een aparte kanaalsectie.

Playlists

Playlists zijn een van de belangrijkste tools die muzikanten op YouTube naar je kanaal leiden. De content in playlists is netjes geordend en zorgvuldig uitgekozen. Daardoor is je werk toegankelijker voor gebruikers en blijven ze langer kijken.

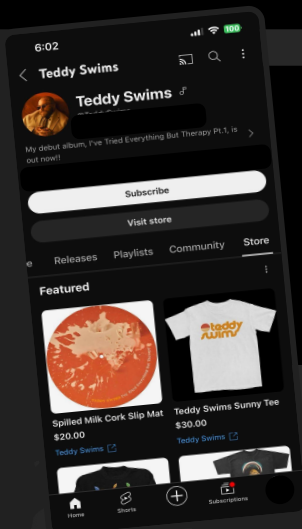
- Zet je eigen content dus in aangepaste playlists en houd die up-to-date.
- Maak bijvoorbeeld playlists waarin je al je interviews, content over een tour of album of originele content samenbrengt.
- Je playlists mogen ook video's van andere kanalen bevatten. Denk aan fanuploads, live optredens en samenwerkingen.
- Wil je meer verkeer naar je playlists halen? Link er dan naar in je videobeschrijvingen. Zo weten geïnteresseerde kijkers je playlists makkelijk te vinden.

Zo ga je naar playlists:

YouTube Studio → Content → Playlists

Winkel op je kanaal

Artiesten die in aanmerking komen voor YouTube Shopping, kunnen de producten en merchandise uit hun eigen winkel makkelijk aanprijzen op YouTube. **Koppel eerst je winkel aan je kanaal.** Daarna heb je **toegang** tot het winkeltabblad, producttags en een productplank. **Hier ontdek je hoe je je merch rechtstreeks aan je OAK koppelt.**



Op videoniveau

Meer klikken met de juiste titel en thumbnail

Als artiest op YouTube kun je natuurlijk niet zonder video's. Met de juiste titels en thumbnails **in je eigen artistieke stijl zorg je dat meer mensen je video's aanklikken**. Deze elementen stel je in wanneer je de video uploadt. Het succes van je video's hangt af van een aantal factoren, maar je titels en thumbnails staan voorop. Ze zijn het eerste wat gebruikers zien als ze overwegen op de afspeelknop te drukken. Hieronder focussen we op lange content. Shorts kun je beter op een andere manier 'verpakken'.

Titels

Overall op YouTube waar je video kan worden ontdekt, staat de titel vlak onder de thumbnail. Bedenk dus een korte, passende titel. **De belangrijkste zoektermen voor muziek zijn de naam van de artiest en de songtitel. Zet die dus vooraan.** Vermeld ook het soort content (bijv. 'officiële muziekvideo'), dan weten fans waar ze op klikken.

Gebruik hoofdletters en leestekens altijd op dezelfde manier in je titels. **Je hoeft je heus niet aan alle taalregeltjes te houden, maar zorg wel dat de stijl past bij jouw merk en altijd dezelfde opzet heeft.**

Naam artiest - songtitel (format)

Officiële muziekvideo
Officiële audio
Visualizer
Songtekstvideo
Achter de schermen

Officiële muziekvideo /visualizers

Een in het oog springende videostill van hoge kwaliteit

Officiële audio

Je albumhoes

Songtekstvideo

Opvallende tekst

Achter de schermen

Spontane foto's waar vaak ook wat productieapparatuur op staat

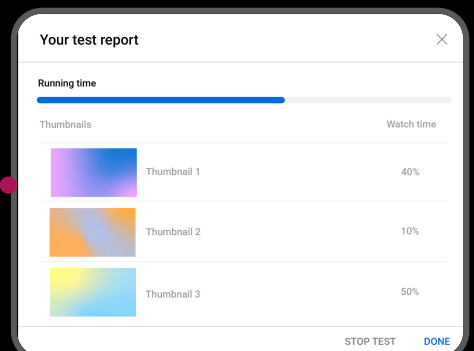
Thumbnails

De thumbnail is het visitekaartje van je video. Met een sterke thumbnail verleid je kijkers om te klikken en toon je wat ze kunnen verwachten. **Bedenk wat je publiek als eerste moet opmerken en leg daar de nadruk op.** Gebruik een aantrekkelijke, niet te drukke afbeelding met een scherp contrast die past bij jouw merk.

TIP: In YouTube Analytics vind je de klikfrequentie. Die geeft aan of je thumbnails en titels kijkers verleiden om erop te klikken.

Wil je je thumbnails nog professioneler aanpakken?

Check dan de functie Thumbnails testen en vergelijken. Daarmee upload je tot 3 verschillende videothumbnails die je wilt uitproberen bij je publiek. Zo kies je makkelijk de thumbnail die de meeste kijkers over de streep trekt. Dit gaat iets verder dan een standaard A/B-test, want je hebt 3 opties. We raden je aan om eerst een aantal oudere video's te testen en daarvan te leren voordat je doorgaat met recente of nieuwe video's.

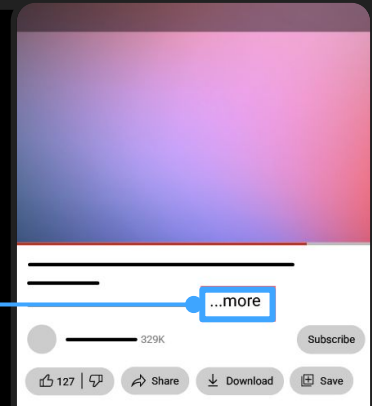


Beschrijvingen

Uit de beschrijving leiden het YouTube-algoritme en je kijkers af waar de video over gaat. De beschrijving heeft 2 delen: het deel voor 'Meer tonen' (desktop) of 'meer' (mobiel) en het deel dat na de klik verschijnt.

Zet je call-to-actions dus vóór 'Meer tonen'.

Gebruik de rest voor een korte samenvatting van de video, de songtekst, je tourdatums, credits bij een samenwerking en links naar social media. Voor betere zoekresultaten kun je ook 3 hashtags boven de videotitel zetten.



TIP: Heb je oude video's die nog populair zijn? Zet dan een nieuwe CTA in de beschrijving. Wijs je fans bijvoorbeeld op nieuwe releases, een tour die nog loopt of je nieuwste merch.



Richtlijnen, geen eisen

Alle bovenstaande tips voor video's werken volgens ons voor de meeste OAK's op het platform. Maar dit zijn geen harde eisen. **Veel belangrijker is dat je video's en kanaal weerspiegelen wat je doet en wie jij bent.**

Andere artiesten in actie



01

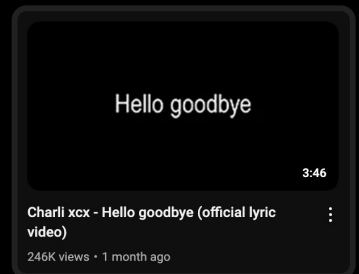
ZENTYARB

ZENTYARB zette een datum als blikvanger op de thumbnail van zijn officiële teaser. Zo was het **voor fans meteen duidelijk dat dit een voorproefje was en konden ze toeleven** naar de nieuwe release.

02

Charli XCX

Charli heeft een vaste strategie voor haar thumbnails en titels. In haar **titels vermeldt ze steeds het format van de video**. Omdat ze dat consequent doet, is dit een **effectieve aanpak**. Ook hebben haar recente songtekstvideo's allemaal een thumbnail met een zwarte achtergrond en korrelige witte letters. Deze eenvoudige, maar herkenbare aanpak trekt de aandacht en sluit perfect aan bij de stijl van haar albumhoes.



03

Caroline Polachek

Met een geslaagde thumbnail hoeft de kijker niet eens de titel te lezen. Caroline Polachek **geeft met een korrelig beeld door een camerazoekeer aan dat ze de kijker meeneemt achter de schermen**. Dit beeld past bij de content en is goed voor de betrokkenheid.

Wil je meer bronnen voor artiesten?

DE NIEUWSTE PLAYBOOKS MET BEST PRACTICES EN SUCCESVERHALEN VAN ARTIESTEN OP ONZE WEBSITE →