YouTube

Créer votre chaîne d'artiste

Votre chaîne d'artiste officielle joue un rôle central pour vos fans comme pour vos nouveaux auditeurs. Titres, marque, présence en ligne et communauté : c'est la page de référence pour tout ce qui vous concerne.

Renforcez votre présence

Tous les mois, plus de 2 milliards d'utilisateurs connectés regardent des contenus musicaux sur YouTube. **Grâce à votre chaîne, vous pouvez toucher un public considérable et nouer des liens forts avec vos plus grands fans.**

+ de 2 Mrds

d'utilisateurs connectés regardent des contenus musicaux chaque mois

Pourquoi créer une chaîne d'artiste officielle ?

Une chaîne d'artiste officielle simplifie l'accès à vos titres et les interactions de votre communauté en rassemblant tous vos contenus et **tous vos abonnés** dans un même espace géré par vous, votre label ou votre manager. Les chaînes d'artiste officielles sont créées à partir de chaînes YouTube existantes et sont reconnaissables à l'**icône de note de musique** affichée à côté de leur nom.

Vous chaîne n'est pas encore officielle ? Découvrez comment envoyer une demande.

Personnalisez votre chaîne

POUR COMMENCER

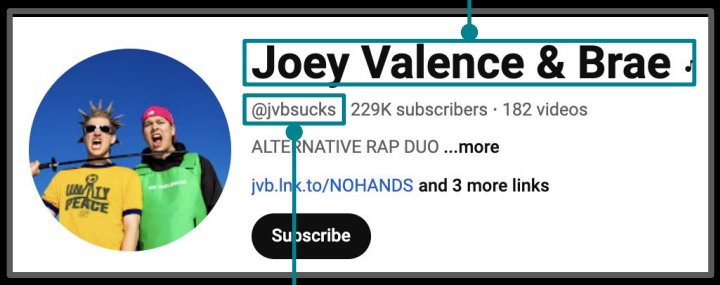
1. **Connectez-vous à YouTube Studio**
2. **Dans le menu de gauche, sélectionnez "Personnalisation"**
3. **Vous verrez trois onglets :**
   - **Informations générales**
   - **Branding**
   - **Disposition**

Découvrons ces trois onglets plus en détail.

Informations générales

Nom de la chaîne

Le nom de votre chaîne permet aux fans de la trouver facilement dans la recherche et d'identifier vos contenus officiels sur YouTube. **Utilisez votre nom d'artiste ou le nom de votre groupe** et gardez le même format (minuscules/majuscules, espaces) que pour vos sorties officielles. Nous vous conseillons d'éviter d'ajouter des mots comme "officiel", "TV", "chaîne", "YouTube", "musique" ou "production".



Identifiant de la chaîne

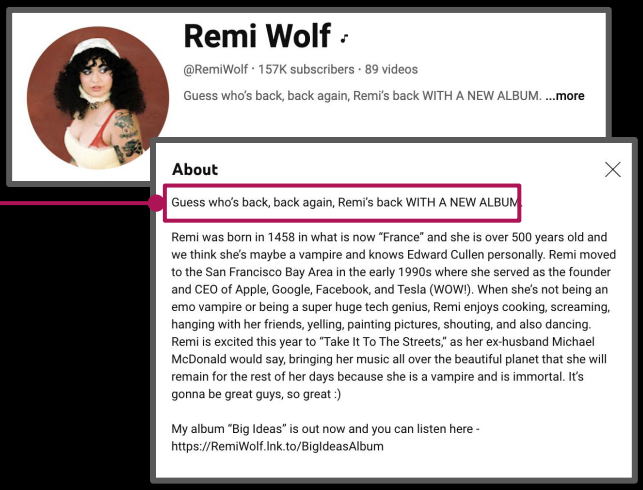
L'identifiant est un nom court et unique, à ne pas confondre avec le nom de la chaîne (qui sert surtout à trouver votre chaîne ou vos vidéos). L'identifiant permet aux utilisateurs de vous rechercher dans tout YouTube, des Shorts aux commentaires. En savoir plus

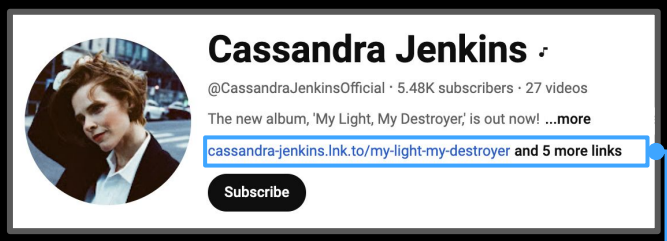
Choisissez un identifiant proche du nom de votre chaîne officielle ou reprenez celui que vous utilisez sur vos autres réseaux sociaux. Si votre premier choix est déjà pris, ne vous inquiétez pas. Cela n'a aucun impact sur la recommandation de vos vidéos. Vous pouvez ajouter des caractères, des mots ou même des blagues qui reflètent votre marque pour créer un identifiant unique.

Description

La section "À propos" de votre chaîne est idéale pour vous présenter. Évitez d'en faire une page Wikipédia, et essayez plutôt d'y refléter votre personnalité artistique, votre humour et ce qui vous définit.

- **La première ligne de la description est particulièrement importante, puisqu'elle apparaît dans l'en-tête de votre chaîne.** Cet emplacement de choix est parfait pour inviter les utilisateurs à écouter votre dernier titre, pour teaser de futurs projets ou pour faire des annonces importantes.
- Pensez à remettre cette première ligne à jour régulièrement.
- En tant qu'artiste, gardez à l'esprit que votre bio peut apparaître à la fois dans la recherche YouTube, sur votre chaîne YouTube et dans YouTube Music.





Liens

Vous pouvez ajouter jusqu'à 14 liens sur la page d'accueil de votre chaîne. Pensez simplement à respecter nos Règles liées aux liens externes. Le premier lien est mis en évidence, juste au-dessus du bouton "S'abonner". Pour voir les autres, les utilisateurs doivent cliquer sur "et X autres liens" ou accéder à la section "À propos" de votre chaîne.

De nombreux artistes se servent de cet espace pour ajouter un lien vers leur Linktree, leur site Web officiel ou d'autres réseaux sociaux qu'ils cherchent à promouvoir.

Branding

Bannière

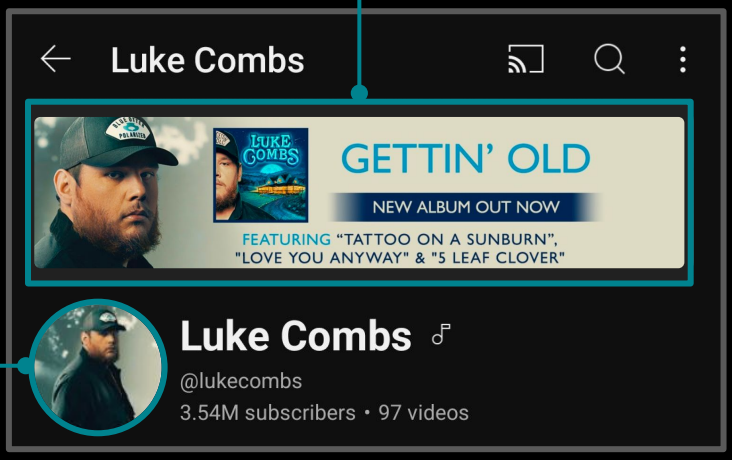
La bannière, aussi appelée "illustration de chaîne", est la grande image en haut de la page de votre chaîne. Et elle n'est pas là seulement pour décorer !

- **Utilisez votre bannière pour teaser vos sorties, annoncer vos dates de tournée ou promouvoir vos produits.**
- Calquez son style sur celui de l'icône de votre chaîne et de vos profils sur d'autres réseaux sociaux pour renvoyer une image professionnelle et cohérente.

Photo

Votre photo de profil, aussi appelée "avatar" ou "icône de chaîne", est l'image qui vous représente sur la plate-forme. Elle apparaît à côté du nom de votre chaîne dans les résultats de recherche et dans les commentaires.

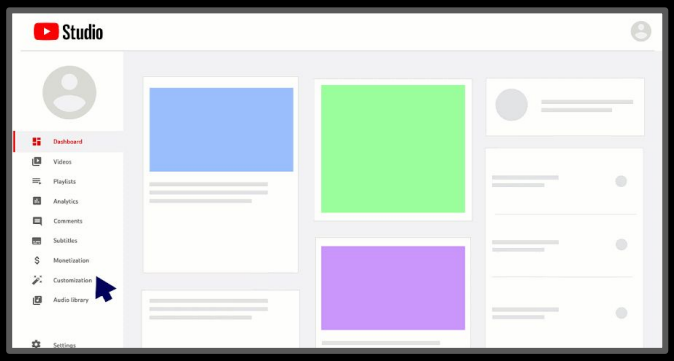
- **Choisissez une image reconnaissable, et utilisez la même sur tous vos réseaux sociaux. Cela renforcera votre identité de marque et permettra aux fans de vous reconnaître facilement.**



Disposition

Sections de chaîne

Avec les sections, vous pouvez personnaliser la page de votre chaîne en choisissant les contenus, vidéos ou playlists à afficher. Elles apparaissent sous votre vidéo sélectionnée, et permettent aux utilisateurs de parcourir vos contenus rapidement. De plus, les chaînes d'artiste officielles vous donnent accès à de nouvelles options de disposition.



En plus des sections de chaîne standards, vous pouvez ajouter les onglets suivants sur votre chaîne d'artiste officielle :

Sorties

L'onglet "Sorties" est généré automatiquement et regroupe toutes vos sorties officielles. Il permet à vos fans de retrouver rapidement tous vos titres au même endroit.

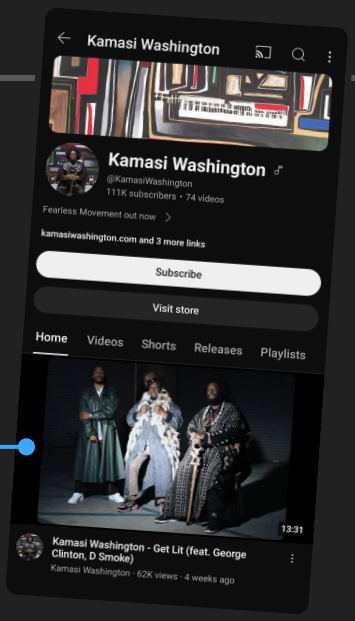
Vidéos, Shorts et En direct

Les contenus que vous mettez en ligne avec votre chaîne d'artiste officielle sont automatiquement classés dans vos onglets "Vidéos", "Shorts" ou "En direct". Ces onglets n'apparaissent que si vous publiez du contenu dans le format correspondant.

Sections de chaîne standards

Vous pouvez ajouter jusqu'à 12 sections personnalisées pour organiser votre page d'accueil. La plupart du temps, les sections sont créées à partir d'une playlist. Mais vous pouvez aussi y mettre en avant des vidéos, une sélection de playlists, des contenus réservés aux membres, d'autres chaînes, une section "Pour vous", etc.

Disposition (suite)

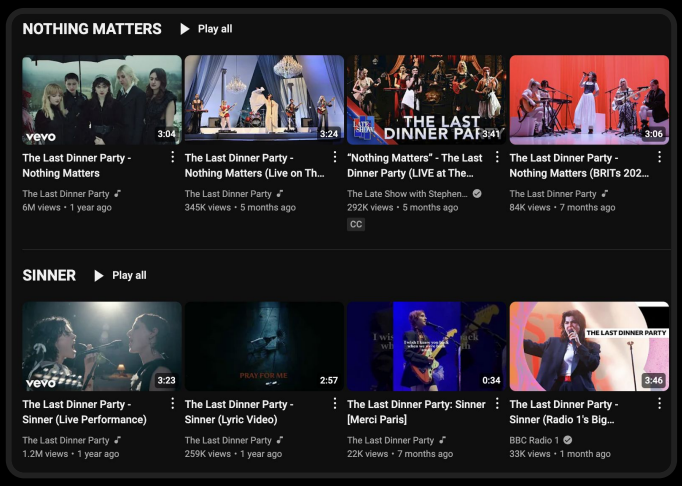


Vidéo mise en avant

Vous pouvez choisir une vidéo qui sera affichée en haut de votre chaîne (y compris une que vous n'avez pas mise en ligne vous-même).

- **Choisissez une vidéo** qui représente **ce que vous avez fait récemment**.
- Pour une expérience sur mesure, vous pouvez choisir une vidéo différente pour les nouveaux visiteurs et pour vos abonnés.

Autres paramètres Studio



The Last Dinner Party crée des playlists regroupant des vidéos intéressantes en lien avec un titre, y compris certaines mises en ligne par des tiers. Ces playlists apparaissent ensuite comme des sections sur la page d'accueil du groupe pour améliorer sa visibilité.

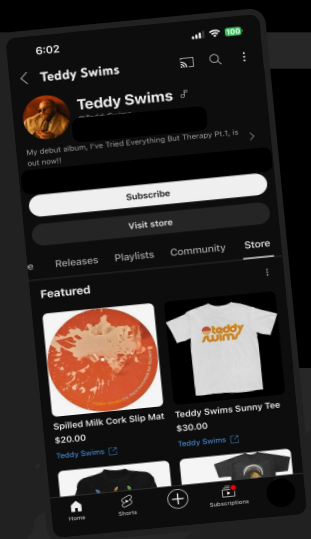
Playlists

Les playlists sont l'une des principales sources de trafic pour les contenus musicaux sur YouTube. Elles organisent, trient et rendent vos contenus plus accessibles, augmentant ainsi la durée de visionnage.

- **Organisez votre contenu dans des playlists personnalisées et mettez-les à jour régulièrement.**
- **N'hésitez pas à créer des playlists distinctes pour vos interviews, tournées, albums, contenus originaux, etc.**
- Vous pouvez intégrer des vidéos publiées par d'autres chaînes à vos playlists, par exemple pour regrouper les créations de fans, les vidéos de concerts ou les collaborations.
- Pour qu'elles aient encore plus de visibilité, ajoutez des liens vers vos playlists dans les descriptions de vos vidéos. Ainsi, les spectateurs intéressés pourront facilement les lancer.

Pour accéder aux playlists :

YouTube Studio → Contenus → Playlists



Boutique de la chaîne

Avec YouTube Shopping, les artistes éligibles peuvent facilement promouvoir les produits de leur boutique sur YouTube. **Une fois votre boutique associée à votre chaîne, vous aurez accès à l'onglet "Boutique"**, au taggage de produits et à une section dédiée. **Découvrez comment associer votre boutique à votre chaîne d'artiste officielle.**

Au niveau des vidéos

Attirez les spectateurs avec vos titres et miniatures

Les vidéos sont au cœur de la stratégie des artistes sur YouTube. Pour **les rendre plus attrayantes tout en restant fidèle à votre identité artistique et à votre marque**, vous pouvez optimiser les titres et les miniatures de vos vidéos lors de leur mise en ligne. Plusieurs facteurs ont un impact sur les performances des vidéos, mais les titres et les miniatures jouent un rôle particulièrement important auprès des utilisateurs. C'est la première chose que voient les spectateurs potentiels avant de décider s'ils vont regarder la vidéo. Les Shorts ayant un fonctionnement et des besoins particuliers, les conseils suivants sont axés sur les vidéos longues.

Titres

Sur les pages où les utilisateurs découvrent vos contenus, les titres sont affichés directement sous les miniatures. Il est donc essentiel qu'ils soient clairs et concis. **Les principaux termes de recherche pour les contenus musicaux sont les noms d'artistes et de chansons. Pensez à commencer par ça.** Vous pouvez préciser le type de contenu (par exemple, "clip officiel") pour que vos fans sachent sur quoi ils cliquent.

Faites attention à l'utilisation des majuscules et de la ponctuation. **Votre mise en forme n'a pas besoin d'être conventionnelle, mais elle doit être cohérente : utilisez le même style pour tous vos titres, en accord avec votre marque.**

Nom de l'artiste - Nom du morceau (Format)

Clip officiel
Audio officiel
Visuel
Vidéo avec paroles
Vidéo des coulisses

Clip officiel/ Visuel	Image attrayante, fixe et de haute qualité
Audio officiel	Image de la pochette de l'album
Vidéo avec paroles	Texte bien visible
Vidéo des coulisses	Photo spontanée avec du matériel de production apparent, etc.

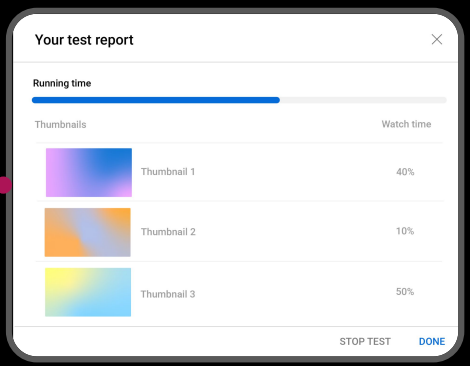
Miniatures

Les miniatures sont la vitrine de vos vidéos. Une bonne miniature incite les utilisateurs à cliquer et leur montre ce qu'ils peuvent attendre du contenu. **Mettez en avant ce que vous voulez que les spectateurs potentiels remarquent en premier. Utilisez une image à fort contraste, qui attire l'attention. Évitez les images surchargées et restez fidèle à votre marque pour que la miniature sorte du lot.**

CONSEIL : Utilisez le **taux de clics** dans YouTube Analytics pour savoir si vos titres et vos miniatures donnent envie aux utilisateurs de cliquer sur vos contenus.

Besoin d'aide pour affiner votre stratégie de miniatures ?

Utilisez l'outil de test et comparaison des miniatures. Il permet d'importer jusqu'à trois miniatures (plutôt que deux dans les outils traditionnels) pour les tester auprès des utilisateurs afin de choisir la meilleure option. Commencez avec un petit nombre de vidéos pour vous faire une première idée avant de passer à vos nouveaux contenus.

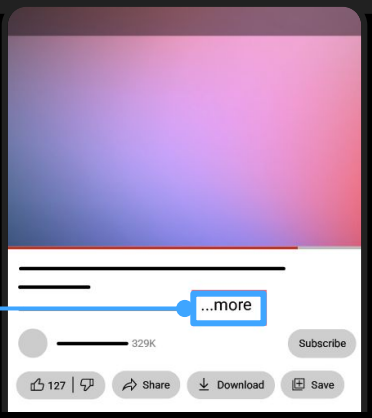


Au niveau des vidéos (suite)

Descriptions

Ce sont les descriptions qui expliquent à l'algorithme de YouTube et aux utilisateurs de quoi parle votre vidéo. La description peut être divisée en deux parties : ce que les utilisateurs voient avant de sélectionner "Afficher plus" sur ordinateur (ou "Plus" sur mobile), et le reste, qui n'apparaît qu'après.

Dans la première partie, ajoutez des des incitations à l'action. Dans le reste de la description, ajoutez un résumé de la vidéo, les paroles de la chanson, les dates de votre tournée, les crédits ou vos réseaux sociaux. Vous pouvez aussi insérer trois hashtags au-dessus du titre pour améliorer les résultats de recherche.



CONSEIL : Actualisez les descriptions des vidéos populaires, même anciennes, en remplaçant les incitations à l'action pour promouvoir vos nouveautés, vos tournées, vos produits, etc.

Chacun son style

Tous nos conseils concernant les vidéos sont des observations générales, basées sur ce qui a fonctionné sur la plate-forme. Ce ne sont en aucun cas des obligations. **Vos vidéos et votre chaîne sont une extension de votre travail artistique et doivent avant tout refléter votre identité de manière authentique.**

Coup d'œil sur quelques artistes

01

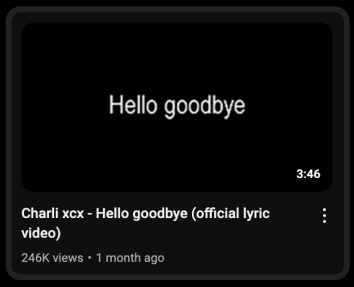
ZENTYARB

Pour la miniature de son teaser officiel, ZENTYARB a choisi de mettre une date au centre de l'image. En plus de permettre aux **utilisateurs de repérer immédiatement qu'il s'agit d'un teaser, cette stratégie crée l'attente** autour d'une future sortie.

02

Charli XCX

Charli XCX reste cohérente dans les titres et les miniatures. Dans ses titres, **elle met le format des vidéos en minuscules, un choix stylistique réfléchi et qui fonctionne, puisqu'elle l'applique à tous ses contenus**. Pour les miniatures de ses dernières vidéos avec paroles, elle a choisi du texte blanc un peu flou sur fond noir uni. Cette stratégie simple, mais contrastée attire l'attention tout en renvoyant directement au branding général de son album.



03

Caroline Polachek

Des miniatures réussies peuvent montrer aux spectateurs à quoi s'attendre sans qu'ils aient besoin de lire le titre. À l'aide d'une **image brute, prise sur le vif, Caroline Polachek réussit à donner à sa miniature un aspect "coulisses"** qui colle avec le sujet de sa vidéo et engage les utilisateurs.

Vous cherchez plus de ressources pour les artistes ?

RETROUVEZ NOS DERNIERS PLAYBOOKS DE BONNES PRATIQUES ET TÉMOIGNAGES D'ARTISTES SUR NOTRE SITE ➜