



Maximiser l'impact promotionnel de YouTube

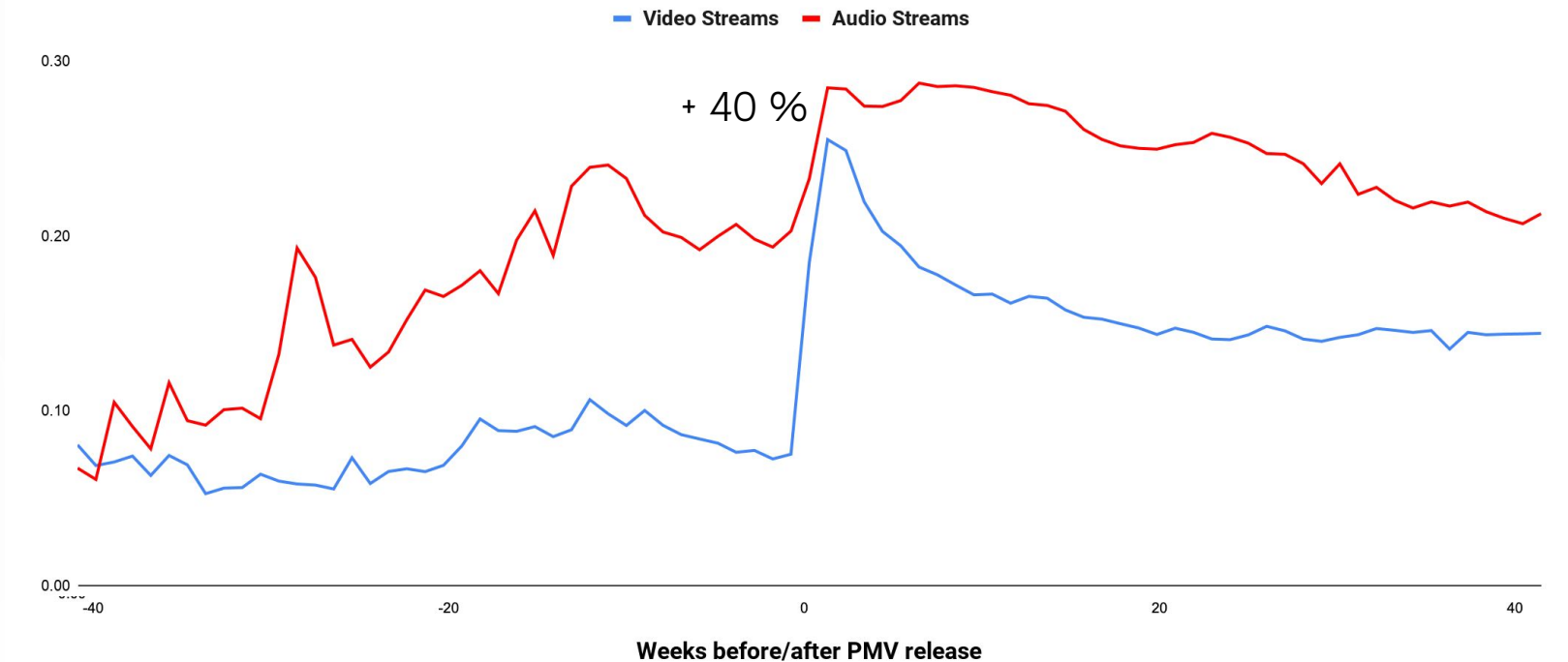
Découvrez les bonnes pratiques pour attirer davantage de spectateurs et gagner des fans à l'aide des Premières, des clips musicaux, des vidéos des coulisses et de l'onglet "Communauté".

Sommaire

- Introduction
- Augmenter le nombre de spectateurs
 - Premières
 - Clips musicaux
- Gagner des fans
 - Vidéos des coulisses
 - Posts destinés à la communauté et commentaires
- Rappels généraux

Les clips musicaux sur YouTube augmentent tous les types de flux

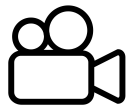
Nombre moyen de vues hebdomadaires (données normalisées)



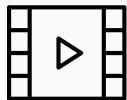
Source : Données issues de Nielsen Music Connect ; échantillon d'artistes de tous niveaux et genres (marché des États-Unis, 2018) ; sélection d'environ 100 titres (2018) dont le contenu audio est sorti 12 semaines avant le clip officiel (afin de supprimer le bruit provoqué par le marketing potentiel de la piste audio)

Maximisez l'impact promotionnel de YouTube

AUGMENTER LE NOMBRE DE SPECTATEURS



Utilisez les
Premières pour
dévoiler vos clips
officiels



Diffusez **plusieurs
types de vidéos** pour
les titres prioritaires



Partagez des
**vidéos des
coulisses**



Interagissez directement
avec vos fans via **les
posts destinés à la
communauté et les
commentaires**



Cas pratique : BLACKPINK – Kill This Love

AUGMENTEZ LE NOMBRE DE SPECTATEURS

Clip officiel + Premières

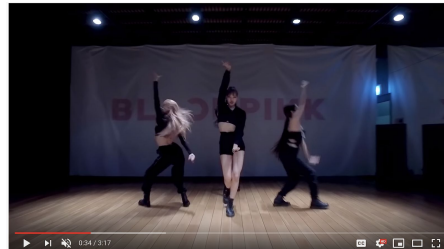
Clips musicaux

Nombre total : 6

1 Première
(998 k vues simultanées) +
5 vidéos d'accroche

Nombre total : 8

2 vidéos de répétition
des chorégraphies +
4 vidéos de gros plan +
2 vidéos en direct



GAGNEZ DES FANS

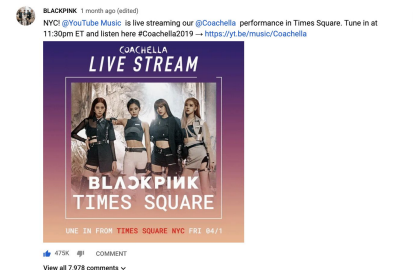
Vidéo des coulisses

Posts

Nombre total : 10

9 vidéos BLACKPINK DIARIES +
1 vidéo sur la réalisation du
clip officiel

4 posts

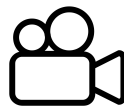


01



Augmenter le nombre de spectateurs





Premières

Utilisez les **Premières** pour dévoiler vos clips musicaux officiels

Utilisez les Premières pour dévoiler vos clips musicaux officiels

Les Premières permettent aux artistes de susciter l'engouement du public et de faire sensation avant la mise en ligne de nouveaux contenus.

Intérêt

- Les Premières vous permettent de créer le buzz autour d'une nouvelle vidéo et d'accélérer sa popularité sur YouTube.

Recommandations

- Activez **rapidement la page de lecture**.
- **Suscitez l'intérêt des spectateurs** sur les médias sociaux avant la diffusion.
- Soyez actif pendant le **chat en direct**.
- Ajoutez des **incitations à l'action pour que les spectateurs s'abonnent** à votre chaîne dès que la Première est disponible en vidéo à la demande.



SHAWN MENDES - Artist Spotlight Stories

8,995 waiting

17K

29

SHARE

...

Up next

AUTOPLAY



Daniel Caesar - Freudian (Full Album)
NastyTracks
4.7M views

Top chat

- Deleep Gangwar shawwmnnnnnn
- Livia SMENDES cadé?
- Monoj Roy love you with the core of my heart
- D0m1N1Ka heh 🍷🍷🍷🍷🍷
- Asin565 i can't breathe
- basmala Mohammed so excited
- Perfectly Wrong omg
- Noelia Vásquez el estreno comenzara pronto 🍷🍷🍷
- Puppy Forever tru 🍷

Stephanie Shim
Say something...

0/200

HIDE CHAT



Programmez des Premières pour vos vidéos les plus importantes

TYPES DE CONTENUS

- Mises en ligne des vidéos les plus importantes
- Privilégiez les **clips musicaux officiels, les flux en direct, ou le premier épisode d'une série** de contenus originaux ou de vidéos des coulisses.

TIMING

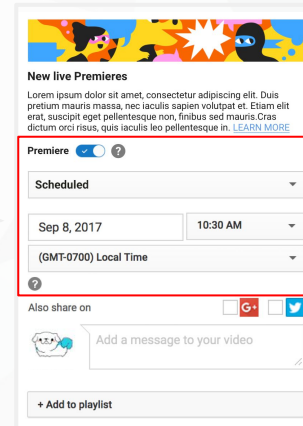
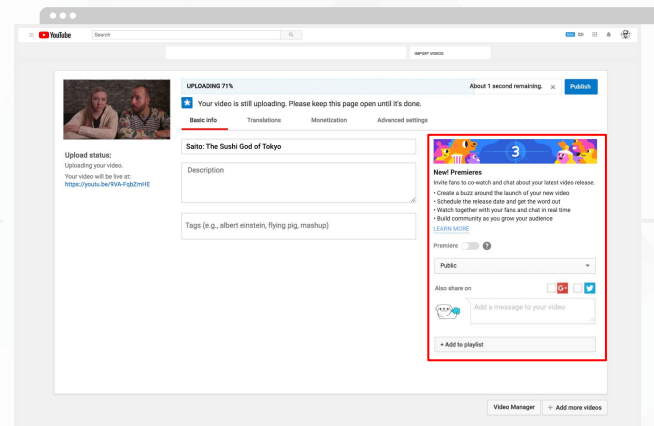
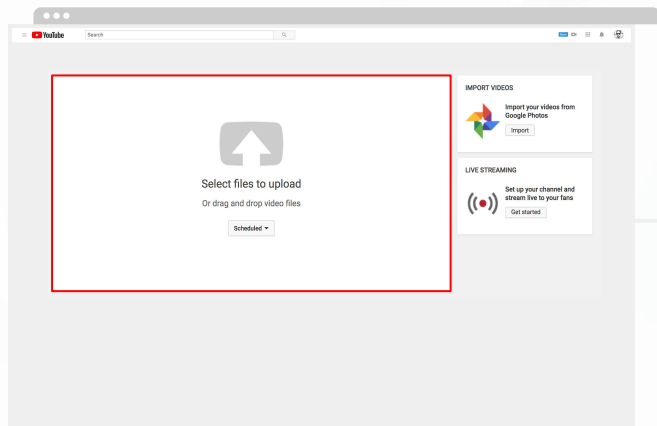
- Il n'y a pas particulièrement de jour de la semaine ni d'heure auxquels les performances sont meilleures.
- Configurez vos Premières de façon à les diffuser au moment où **votre audience principale est éveillée**.
- Identifiez la zone géographique de vos spectateurs dans le rapport sur les données démographiques de YouTube Analytics afin d'optimiser la diffusion de la Première dans les deux principaux pays.

DÉLAIS DE DIFFUSION

- **Faites sensation grâce à des vidéos d'accroche** sur YouTube et de la promotion croisée sur les médias sociaux pour être sûr de capter l'attention de votre audience.
- Nous vous recommandons un **délai de diffusion d'au moins 24 heures**.



Configurer une Première



01 Mettez en ligne une vidéo comme d'habitude.

02 Spécifiez les métadonnées.

03 Activez l'option "Première", puis programmez votre Première.



Configurer une Première

01

Conseil : Assurez-vous que l'URL fonctionne

Testez-la après avoir publié votre Première.

02

Conseil : Donnez un avant-goût de votre contenu

Attisez la curiosité des fans dans la description. Et si vous assistez à la Première, dites-le-leur !

03

Conseil : Programmez la Première

Choisissez l'heure qui convient le mieux à vos fans. Vous pouvez également définir votre Première par défaut sur "Publique". Un compte à rebours se déclenchera dès sa publication.

04

Conseil : Choisissez une miniature

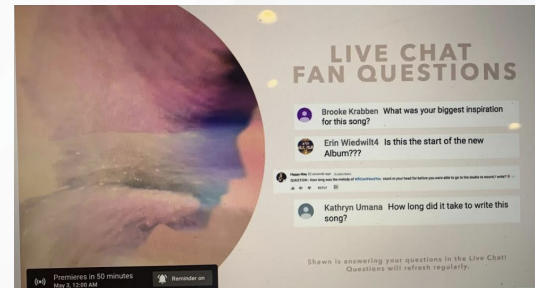
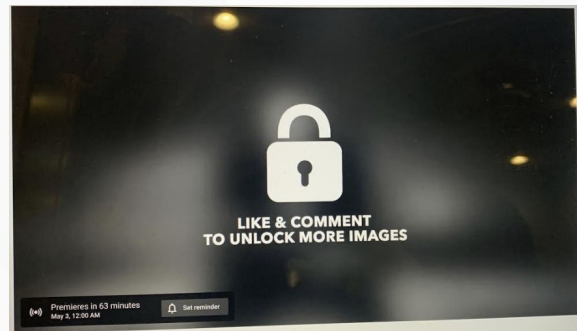
Réfléchissez bien à la miniature que vous allez utiliser, car il s'agira de la principale illustration de la page de lecture de votre Première.

The screenshot shows the YouTube video upload page. A red box labeled '01' highlights the 'Upload status' section, which states 'Upload complete!' and 'Your video will be live at: <https://youtu.be/4rMMjZoG8S8>'. Another red box labeled '02' highlights the 'Description' text area. A third red box labeled '03' highlights the 'Premiere' settings, including the 'Scheduled' dropdown, the date 'May 10, 2018', the time '6:00 PM', and the '(GMT-0700) Local Time' dropdown. A fourth red box labeled '04' highlights the 'VIDEO THUMBNAILS' section, showing three thumbnail options and a 'Custom thumbnail' button. The interface also includes a 'PROCESSING DONE' banner, a 'Publish on Thu May 10 2018' button, and tabs for 'Basic info', 'Translations', and 'Advanced settings'.



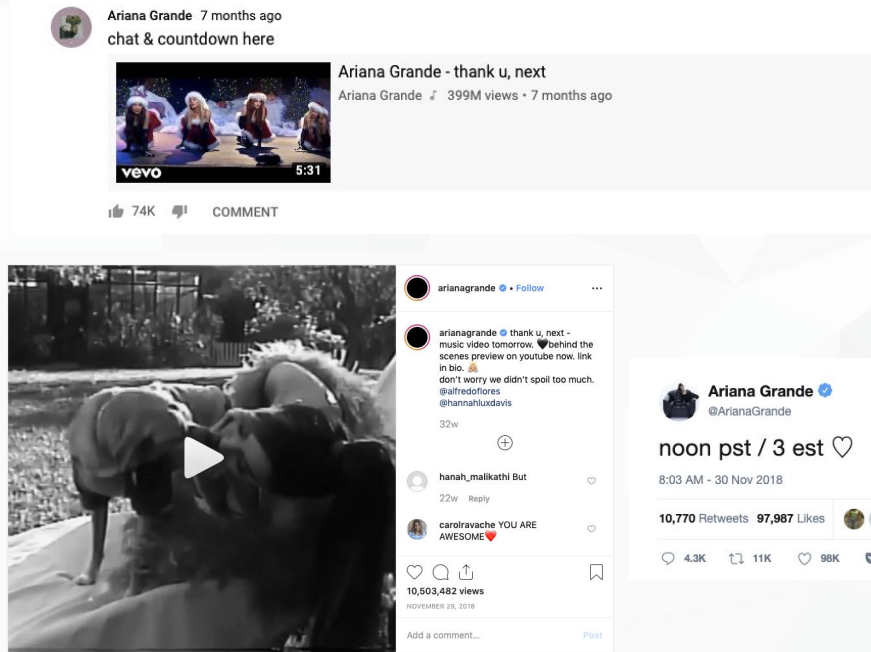
Optimisez votre miniature et pensez à la remplacer

- Les miniatures, tout comme les titres, sont essentielles pour **inciter les spectateurs à cliquer sur la vidéo** et regarder son contenu.
- YouTube génère automatiquement des miniatures pour vous, mais vous devez vous assurer qu'elles sont suffisamment claires et efficaces. Si ce n'est pas le cas, **remplacez-les par des images claires, en haute résolution et conformes au règlement de la communauté.**
- Lorsque vous programmez une Première, la miniature est l'image que les spectateurs voient en premier sur votre page de lecture avant que la vidéo ne soit diffusée. Elle est plus grande qu'une miniature normale : il est donc d'autant plus important de s'assurer qu'elle est claire, efficace et en haute résolution.
- Par ailleurs, certains artistes comme Shawn Mendes **modifient la miniature de la page de lecture quelque temps avant la Première** pour indiquer à leurs fans qu'ils participeront au chat en direct, donner un aperçu de la vidéo, et susciter davantage l'intérêt des spectateurs avant sa diffusion.



Faites la promotion de votre Première

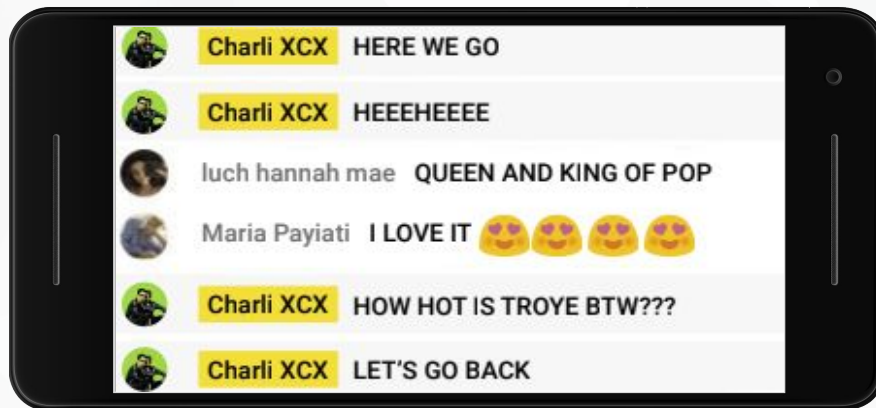
- Dès que vous avez programmé votre Première, **faites une annonce** dans l'onglet "Communauté" et sur les médias sociaux (Twitter, Instagram, etc.).
- Informez les internautes du jour et de l'heure de la diffusion de la vidéo, partagez le lien direct vers la page de lecture et **incitez vos fans à définir un rappel**. Ils recevront ainsi une notification push 30 minutes avant la Première et au lancement de la diffusion.
- Les abonnés qui ont activé les notifications recevront un rappel 30 minutes avant la Première et au lancement de la vidéo. Les autres abonnés et les internautes qui consultent souvent votre chaîne pourront également recevoir une notification, mais ce n'est pas garanti.



Chat en direct lors de la Première

DISCUTEZ EN DIRECT AVEC VOS PLUS GRANDS FANS

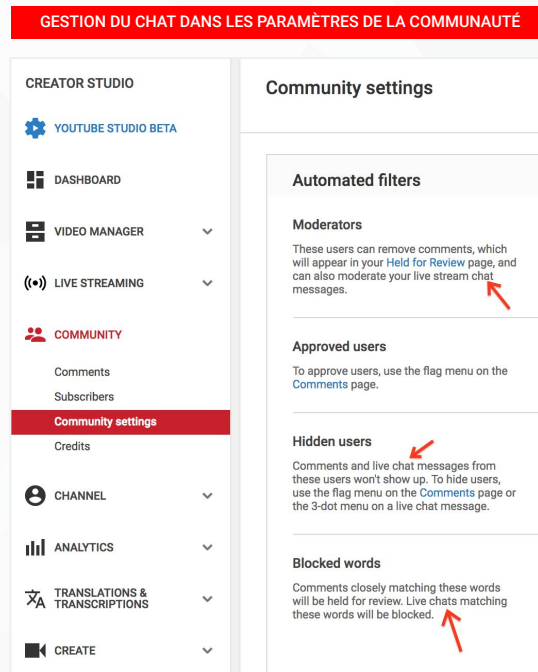
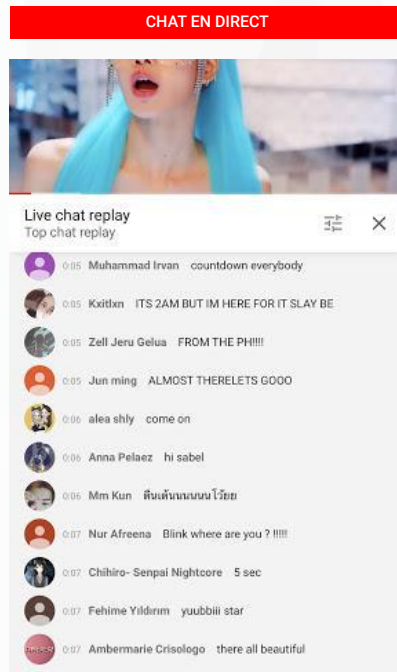
- Le [chat en direct](#) est activé par défaut. Il apparaît à droite du lecteur vidéo dès le début de la diffusion de la Première.
- Il restera actif quelques minutes après la fin de la vidéo, puis les spectateurs pourront le voir en rediffusion lorsqu'ils regarderont à nouveau la Première.
- Vous pouvez répondre directement aux fans dans le flux du chat en citant leur nom d'utilisateur précédé du symbole "@".
- Sur un ordinateur, maintenez enfoncée la touche ALT/OPTION de votre clavier pour suspendre le flux de discussion, puis passez la souris sur les messages.
- Différentes options s'affichent alors, vous permettant de supprimer le message, bloquer temporairement l'utilisateur, ou bien masquer l'utilisateur du flux des messages du chat et de la section des commentaires de votre chaîne.



Chat en direct – Bonnes pratiques

Ces fonctionnalités permettront de rendre votre chat le plus agréable possible :

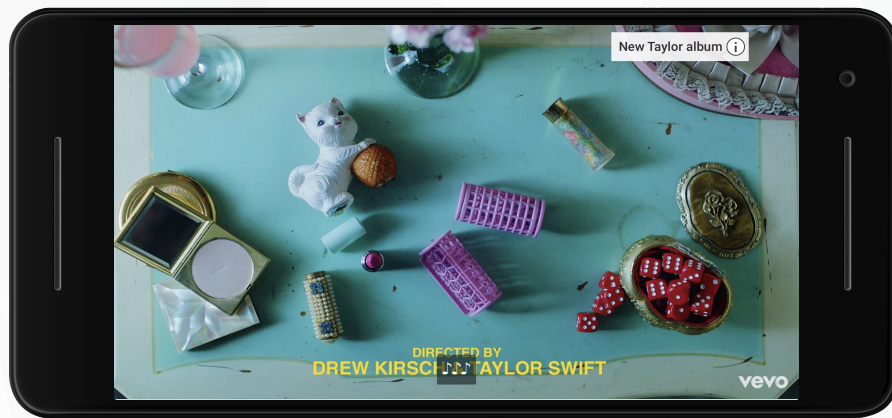
- **Modération du chat**
Ajoutez un ou plusieurs utilisateurs pour modérer vos flux en direct.
- **Listes noires de mots clés**
Saisissez des mots clés que les internautes ne pourront pas utiliser dans le chat.
- **Mode ralenti**
Limitez la fréquence de publication de messages par les utilisateurs.
- **Top chat**
Filtrez le spam potentiel afin de rendre le chat plus lisible ou passez au chat en direct pour revenir à une vue non filtrée.



Optimisez et mettez en avant vos vidéos à la demande après la Première

FAITES LA PROMOTION DE VOS VIDÉOS À LA DEMANDE

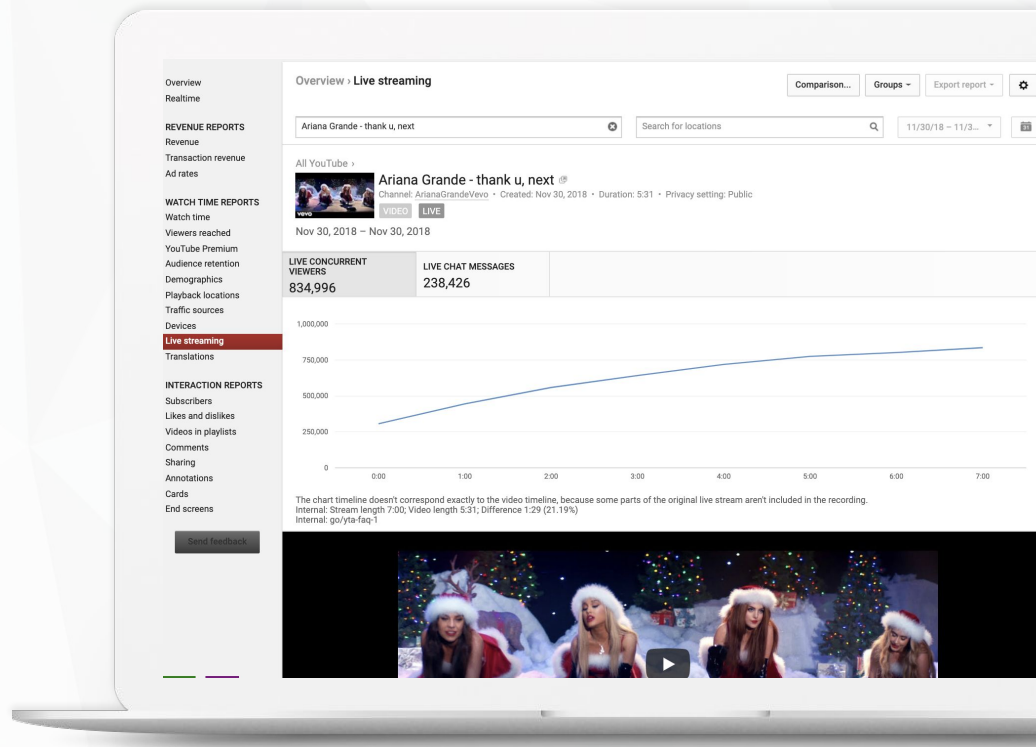
- À l'issue de la Première, la vidéo restera accessible sur votre chaîne avec la même URL qu'une vidéo à la demande.
- Retraavaillez votre vidéo dans YouTube Studio, et **ajoutez des fiches info et des écrans de fin pertinents pour rediriger les spectateurs vers une billetterie, un site marchand ou la plate-forme de streaming de YouTube Music.**
- Remerciez vos fans d'avoir regardé la Première dans l'onglet "Communauté" et sur les médias sociaux. **Encouragez-les à s'abonner à votre chaîne et à activer les notifications pour ne manquer aucune vidéo.**



Mesurez vos performances

Dès la fin de la Première, vous pouvez découvrir ses performances dans YouTube Analytics. Assurez-vous d'avoir sélectionné ou recherché la vidéo de la Première, puis consultez le rapport sur la diffusion en direct.

- **Nombre de vues simultanées lors du direct :** vous pourrez voir ce chiffre évoluer en direct sur la page de lecture de votre vidéo dès sa mise en ligne. Le chiffre affiché dans YouTube Analytics indique le plus grand nombre de vues simultanées que votre Première a enregistré.
- **Messages de chat en direct :** accédez à YouTube Analytics pour savoir combien de messages de chat en direct ont été envoyés entre la configuration de la Première et la fin de sa diffusion. Vous pourrez toujours revenir à la vidéo pour consulter les messages de chat.





NOUS AVONS COLLABORÉ
AVEC

Thalía

5 M D'ABONNÉS

La Première du clip "Lindo Pero Bruto" de Thalía a enregistré plus de 2,6 millions de vues au cours des 24 heures suivant sa mise en ligne, ce qui est un véritable record pour la chanteuse.

Stratégie

Susciter l'intérêt des utilisateurs dans l'onglet "Communauté" et sur les médias sociaux quelques jours avant la Première

Activation

1

La chanteuse a ajouté des publications dans l'onglet "Communauté" et sur les médias sociaux pour susciter l'intérêt des utilisateurs et mobiliser ses fans sur la page de lecture de la Première.



Thalía · 4 months ago

Ya están listos??? #LindoPeroBruto



Thalía, Lali - Lindo Pero Bruto (Official Video)

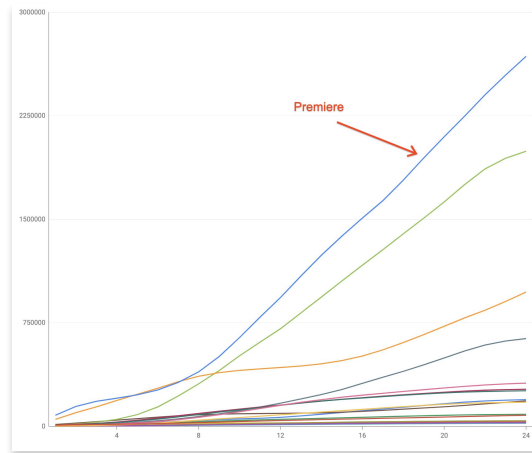
Thalía · 49M views · 4 months ago

3.6K COMMENT

View all 108 comments

2

La trajectoire de performance en 24 heures de sa Première dépasse toutes les autres vidéos qu'elle a mises en ligne sur YouTube.



Résultats

> 8 000 vues simultanées

au pic de diffusion de la Première

2,6 M de vues

au cours des
premières 24 heures

12 486 messages de chat

échangés pendant la Première



NOUS AVONS COLLABORÉ
AVEC

Kim Petras

150 K **ABONNÉS**

Kim Petras s'est servie de YouTube Premières pour que la mise en ligne de "Broken", l'un de ses clips avec paroles, soit un moment privilégié avec tous ses fans.

Stratégie

Compléter son calendrier de mise en ligne habituel avec des Premières pour maintenir l'activité de sa chaîne

Susciter l'intérêt des utilisateurs dans l'onglet "Communauté" et sur les médias sociaux grâce aux Premières pour maintenir l'activité de sa chaîne

Se servir du compte à rebours sur la page de lecture de ses Premières et dans sa story Instagram pour créer de l'engouement

Activation

1 La chanteuse a suscité l'intérêt des **utilisateurs** dans l'onglet "Communauté" et sur les médias sociaux.



KIM PETRAS
@kimpetras

Follow

TONIGHT #BROKEN

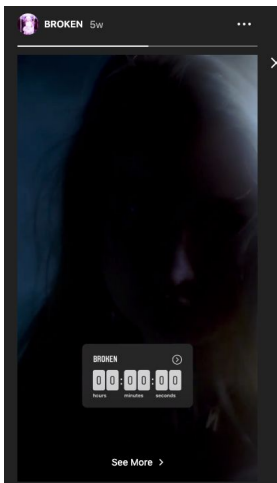


Broken - Kim Petras (Official Lyric Video)

Broken - Kim Petras (Official Lyric Video) This song means everything to me, I hope you bunheads love it as much as me . So happy it's finally yours - Kim ...
youtube.com

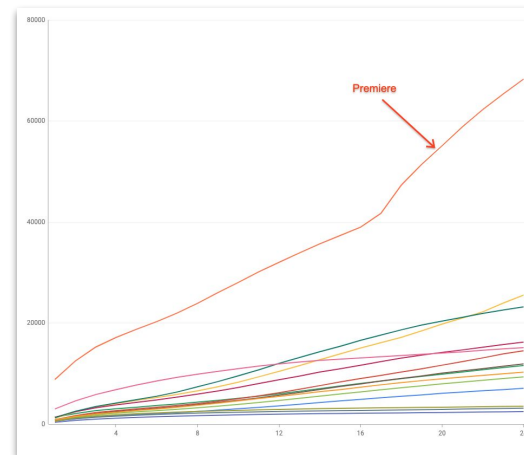
12:14 PM - 24 Apr 2019

158 Retweets 950 Likes



2 Elle a utilisé un **compte à rebours** sur Instagram jusqu'à la diffusion de la Première.

3 La **trajectoire de performance en 24 heures** de sa Première dépasse toutes les autres vidéos qu'elle a mises en ligne sur YouTube.



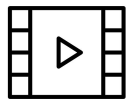
Résultats

2 833 messages de chat

échangés pendant la Première

Meilleure performance en 24 heures

par rapport aux précédents clips musicaux mis en ligne



Clips musicaux

Diffusez **plusieurs types de vidéos** pour les titres prioritaires

Diffusez plusieurs types de vidéos pour les titres prioritaires

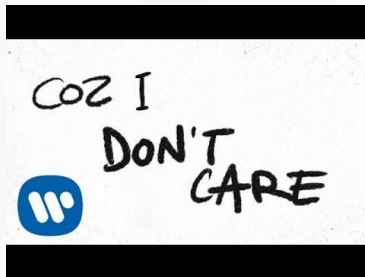
Intérêt

- Les fans souhaitent interagir avec votre musique au-delà du clip officiel.
- Les clips musicaux (autres que les clips officiels) ont un **impact positif sur la durée de visionnage**.

Recommandations

- Diffusez **plusieurs types de clips musicaux pour les titres prioritaires**. Soyez attentif aux intervalles de diffusion afin de maintenir les performances du titre.
- **Lancez votre clip officiel le jour où la piste audio** est disponible sur toutes les plates-formes.
- Privilégiez les **clips musicaux avec paroles** et les **visualiseurs** pour avoir le plus de chances de progresser dans les classements.

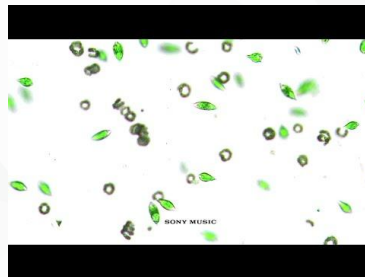
Vidéos avec paroles



Diffusions en direct*



Visualiseurs



Vidéos de chorégraphie*



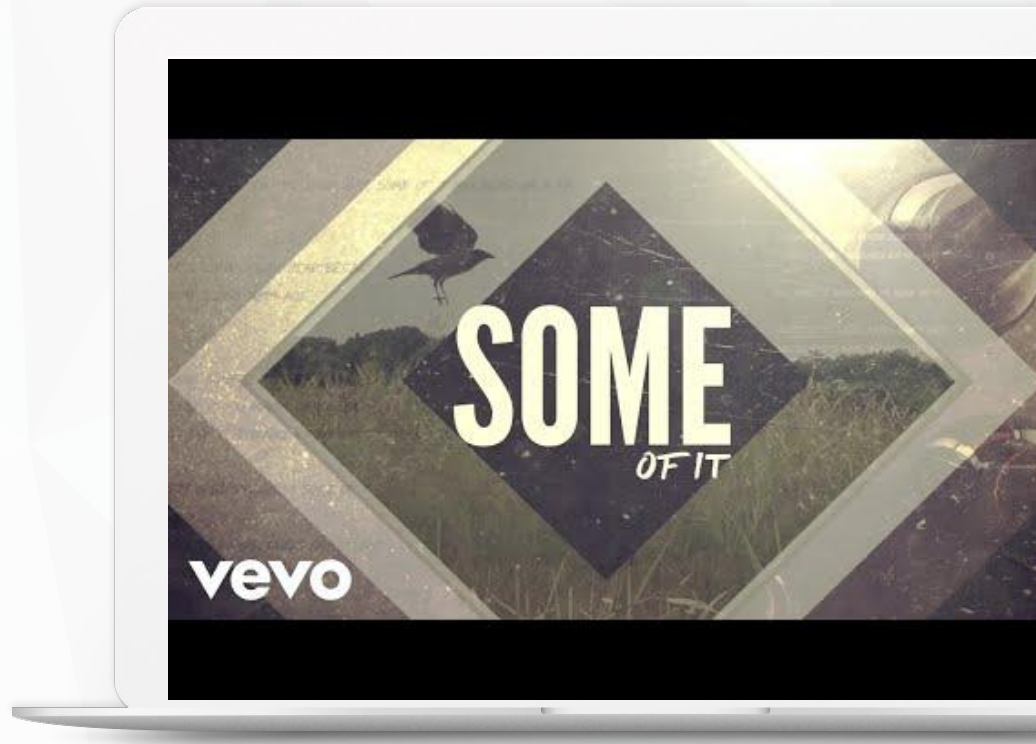
Clips musicaux officiels

- Mettez en ligne les clips musicaux lorsque **vos principales audiences sont éveillées** et disponibles.
- Si possible, diffusez le clip officiel **le même jour que le lancement du titre** sur toutes les plates-formes.
- Ajoutez la mention "**Clip musical officiel**" ou "**Clip officiel**" dans le titre.
- Intégrez des fiches info redirigeant les spectateurs vers votre site marchand et vers la plate-forme de streaming de YouTube Music. Ajoutez également des **écrans de fin qui invitent les spectateurs à s'abonner** et les redirigent vers d'autres vidéos et playlists de votre chaîne d'artiste.



Vidéos avec paroles

- **L'un des types de contenus générés par les utilisateurs les plus appréciés** sur YouTube, alors que 60 % des artistes les plus populaires n'en ont jamais mis en ligne.
- Si vous ne pouvez pas diffuser le clip officiel le même jour que la sortie de votre titre, créez des vidéos avec paroles pour que **votre audience profite de ce contenu amélioré en attendant la vidéo officielle**.
- Élargissez votre audience en réalisant des **vidéos avec paroles dans plusieurs langues** : consultez le rapport sur les données démographiques de YouTube Analytics pour découvrir les principaux pays où résident vos spectateurs.
- Ajoutez la mention **"vidéo avec paroles"** dans le titre.



Visualiseurs

- Vous pouvez également utiliser des visualiseurs pour que **votre audience profite de ce contenu amélioré en attendant la vidéo officielle.**
- **Ajoutez des incitations à l'action** dans les fiches info et les écrans de fin **pour que les spectateurs s'abonnent à votre chaîne** et soient avertis de la sortie du clip officiel.
- Une fois que le clip officiel est en ligne, intégrez un **écran de fin au visualiseur pour rediriger les spectateurs vers le clip officiel.**
- **Les visualiseurs ne nécessitent PAS un budget élevé !** Ils comprennent aussi bien des infographies basiques que des animations plus complexes. Choisissez ce qui vous convient le mieux en fonction de votre temps et de votre budget : le plus important est de diffuser le titre musical auprès des fans.



Représentations en direct

- Ajoutez la mention "Représentation en direct" ainsi que le nom de l'événement, du festival ou de la salle de concert dans le titre pour optimiser le SEO (exemple : "Concert en direct au Hammerstein Ballroom", "Représentation en direct à Coachella").
- Ajoutez vos représentations en direct à des playlists (seules ou en fonction des albums concernés) pour maximiser le nombre de vues.
- Pour consulter nos bonnes pratiques sur la diffusion en direct, [cliquez ici](#).



Autres clips vidéo contenant l'enregistrement original du titre musical

- Pensez à utiliser les journaux de tournées, les vidéos des coulisses, les séances photo, les vidéos de chorégraphie et les vidéos créées par des fans.
- Utilisez l'**intégralité de l'enregistrement original comme musique de fond**.
- Monétisez les vidéos créées par vos fans en les revendant via Content ID ou en demandant à votre maison de disque de les revendre.
- Ces vidéos peuvent s'intégrer dans des playlists et des mix, et être visionnées avec d'autres contenus musicaux.



Mesurez vos performances

Les **impressions** indiquent combien de fois les miniatures de vos vidéos sont présentées sur YouTube. Considérez chaque impression comme l'opportunité pour votre contenu d'enregistrer une vue.

01

Le **taux de clics** indique le pourcentage de vos impressions sur YouTube qui ont généré des vues. En résumé, il désigne le nombre de fois où les spectateurs ont cliqué sur une vidéo après avoir vu une impression.

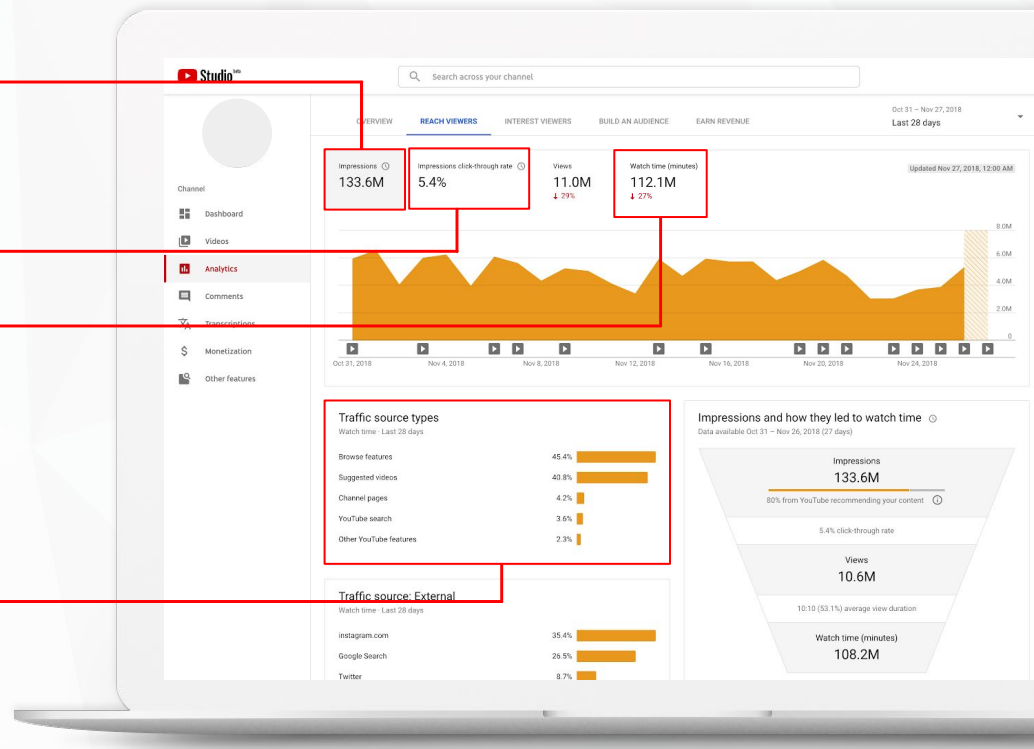
02

La **durée de visionnage** désigne le temps passé par les internautes à regarder votre contenu. Cette donnée vous indique quels contenus les internautes regardent réellement (par opposition aux vidéos sur lesquelles ils cliquent, mais qu'ils ne visionnent pas).

03

Les **sources de trafic** indiquent les différentes façons dont les internautes accèdent à vos vidéos. Consultez-les pour avoir une vision détaillée de chaque source (par exemple, identifiez les termes de recherche qui génèrent le plus de trafic).

04

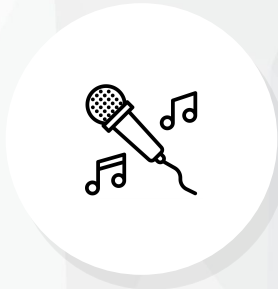


02



Gagner des fans





Vidéos des coulisses

Partagez des **vidéos des coulisses**.

Créez et partagez des vidéos des coulisses

Donnez aux fans un aperçu de ce que font les artistes lorsqu'ils ne sont pas sur scène.

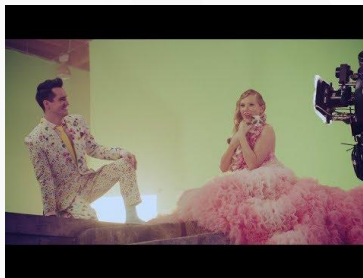
Intérêt

- Les vidéos des coulisses ont un **impact positif sur la durée de visionnage et le nombre d'abonnements à la chaîne de l'artiste**. Dans certains cas, elles sont deux à trois fois plus efficaces que les clips officiels.

Recommandations

- Suivez un **calendrier régulier et organisé**.
- **Invitez les spectateurs à s'abonner à votre chaîne** et à activer les notifications en cliquant sur la cloche.

Journaux de tournées



Documentaires



Décryptage des paroles



Soutien à une cause



Trouvez votre voie

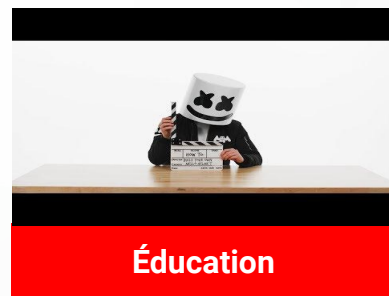
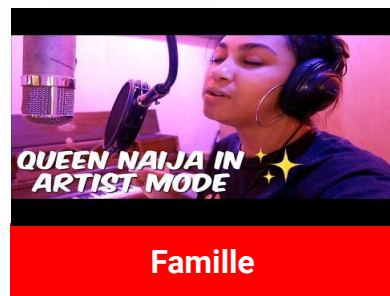
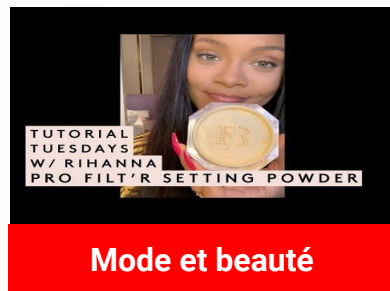
Réfléchissez à votre mission sur YouTube en dehors de la musique : voulez-vous toucher une nouvelle audience, promouvoir votre activité, mettre en avant vos passions, dévoiler davantage votre personnalité auprès des fans, contribuer au changement social, expérimenter avec votre créativité ? Posez-vous les questions suivantes :

- Quel impact souhaiteriez-vous avoir ?
- Quel est votre message ?
- Quelles connaissances ou expériences pouvez-vous partager avec d'autres internautes ?
- Quels sont vos artistes, influenceurs et créateurs préférés ? Pourquoi vous ont-ils marqué ?
- *Pour vous inspirer, regardez la bande-annonce de cette chaîne, qui présente le but à atteindre en 60 secondes →*



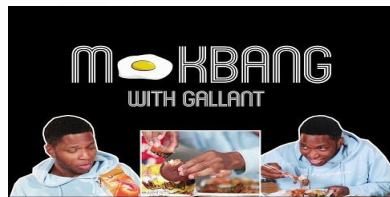
Inspirez-vous de ce qui fonctionne sur la plate-forme

Les thématiques de contenus vous aideront à développer votre chaîne, à travers des perspectives, des formats, des audiences et des attentes uniques, qui permettent de cibler votre contenu **pour raconter une histoire authentique et singulière.**



Découvrez les formats

Plusieurs formats existent au sein des thématiques de contenus. **Ils fournissent aux spectateurs un contexte familier et une structure** que vous pouvez adopter, améliorer ou personnaliser.



Mukbangs



Vidéos de parties



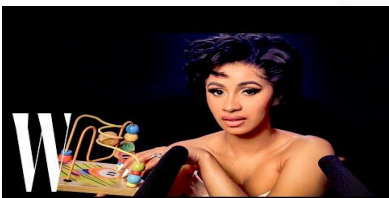
Questions-réponses



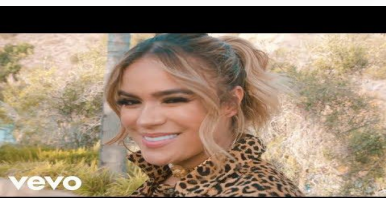
Journaux de tournées



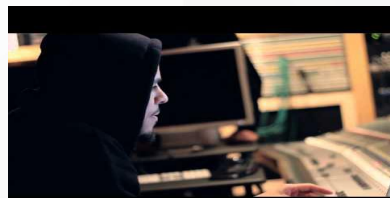
#Défis



ASMR



Vidéos de tournages



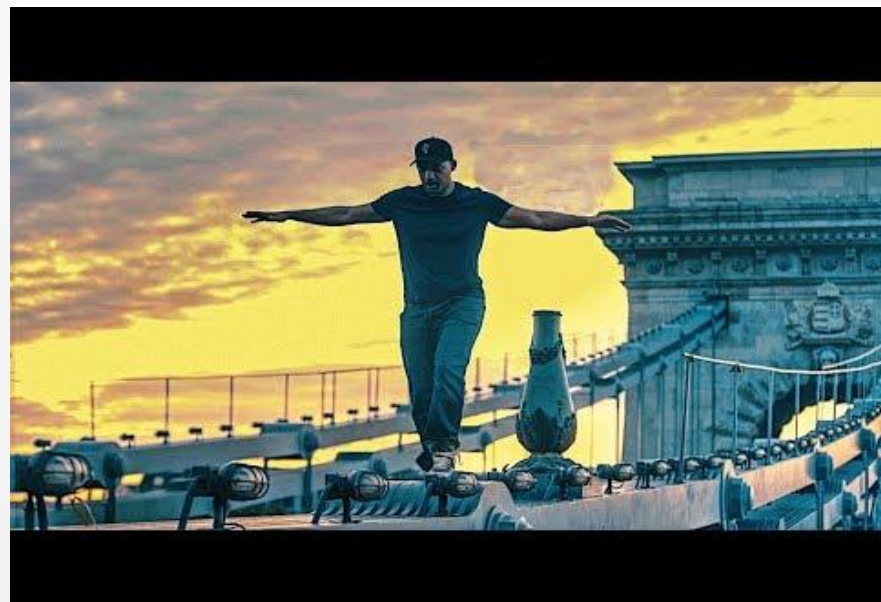
Dans le studio



Exploitez les tendances

Essayez d'interagir en fonction des dernières tendances de YouTube et de la culture pop.
N'oubliez pas de respecter ces principes :

- **Rester d'actualité** : l'écosystème de YouTube évolue à une vitesse inouïe. Il est donc important de ne s'intéresser qu'aux tendances qui sont encore d'actualité.
- **Être sincère** : rien n'est plus rébarbatif pour les spectateurs qu'un "mème forcé". Avant de suivre une tendance, faites quelques recherches et assurez-vous de pouvoir créer un contenu cohérent avec celle-ci.
- **Capitaliser sur les tendances que vous lancez** : de nombreux artistes font le buzz ou lancent des tendances reprises par les fans. Suivez leurs interactions et remerciez les fans qui créent du contenu en fonction de vos tendances, en les mettant en avant dans vos playlists, dans l'onglet "Communauté" et sur les médias sociaux.



Travaillez en collaboration

Les collaborations sont un excellent moyen de diffuser votre contenu auprès d'audiences établies, qui ne connaissent peut-être pas votre musique, et de communiquer sur votre contribution concernant une cause ou un sujet en particulier.

- **Faites des choix judicieux** : le créateur le plus populaire de votre secteur n'est peut-être pas le meilleur choix. Concentrez-vous sur l'audience du créateur candidat (évitez les chevauchements), sa personnalité (est-elle compatible avec la vôtre ?) et le style de ses contenus.
- **Visiez plus loin qu'une seule collaboration** : pensez à créer un format reproductible, qui vous permettra d'intégrer facilement vos collaborateurs sur votre chaîne.



Créez des vidéos en quantité et mettez-les en ligne de façon stratégique

Si la qualité de vos vidéos doit être une priorité, ne négligez pas pour autant la quantité de contenus :

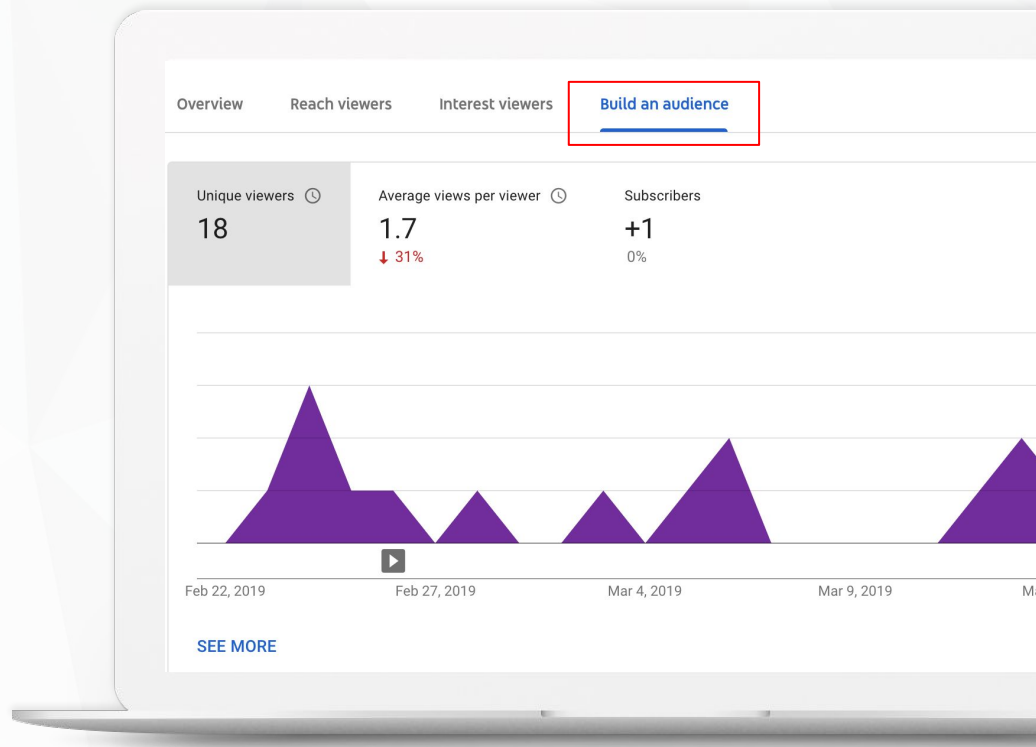
- **Démarrez fort** : essayez d'avoir plusieurs vidéos disponibles au lancement, puis diffusez rapidement de nouveaux contenus.
- **Testez différents formats de durée** : vous n'êtes pas obligé de limiter vos vidéos à deux-trois minutes. Des créateurs YouTube ont rencontré le succès avec une large gamme de contenus de différentes durées. **Ex. : DJ Snake a mis en ligne une vidéo de 15 secondes avec les personnes ayant collaboré avec lui sur le titre Taki Taki. La vidéo a enregistré plus de 300 k vues.**
- **Misez sur le contenu** : essayez toujours de tirer le maximum de vos journées de production. Tournez plusieurs épisodes, si possible.



Mesurez vos performances

L'onglet **Créer une audience** de YouTube Analytics donne des informations sur la communauté de fans de l'artiste, y compris sur sa situation géographique.

- Données géographiques (top des pays)
- Données démographiques (sexe, âge)
- Top des langues de sous-titres
- Nombre total de spectateurs uniques
- Nombre moyen de vues par spectateur
- Abonnés gagnés ou perdus





NOUS AVONS COLLABORÉ
AVEC

Maddie & Tae

📺 373 K **ABONNÉS**

Le duo Maddie & Tae utilise sa chaîne d'artiste pour diffuser des vlogs et donner aux fans un aperçu de son quotidien.

Stratégie Cohérence

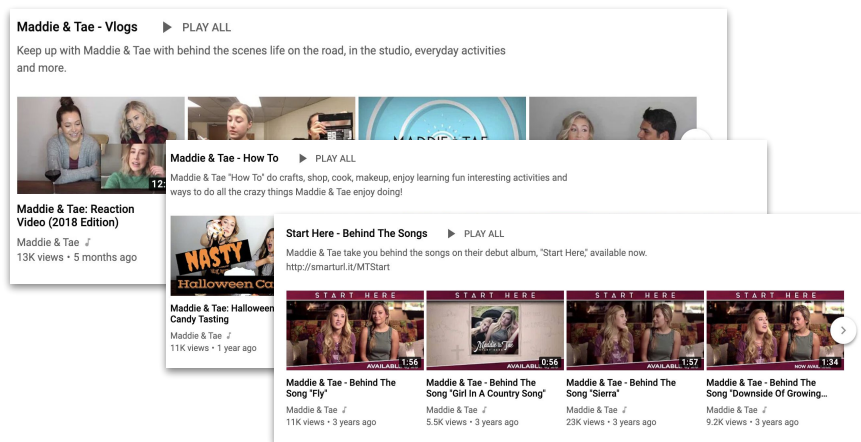
La mise en ligne de nouveaux contenus au moins une fois par mois permet de maintenir un haut niveau d'engagement sur la chaîne.

Diversification

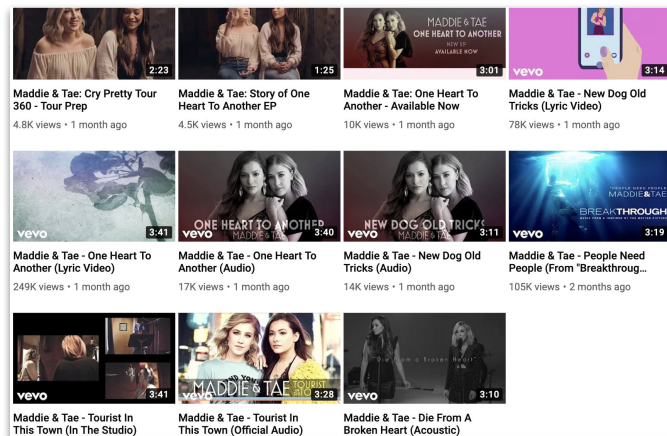
Le groupe Maddie & Tae embarque les fans dans son aventure artistique à travers des vlogs, des vidéos des coulisses de ses tournées et de ses titres musicaux, ainsi que des tutoriels vidéo, en plus de ses représentations en direct et de ses clips officiels.

Activation

1 Le duo Maddie & Tae a créé des **playlists thématiques** qu'il met en avant sur sa chaîne.



2 Cette large variété de contenus non musicaux permet aux fans d'apprendre à connaître le duo, ses influences et la personnalité de ces artistes de différentes manières **en dehors de la musique**.



Résultats

60 k vues de contenus non musicaux

au cours des deux derniers mois



NOUS AVONS COLLABORÉ
AVEC

Coldplay

14 M D'ABONNÉS

Coldplay a misé sur des contenus originaux, des remix et des représentations en direct pour élargir sa communauté de fans sur YouTube.

Stratégie Regrouper les vidéos par catégorie

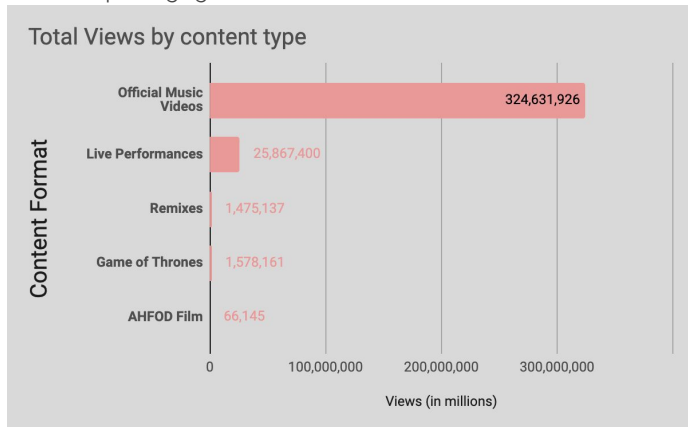
Les vidéos de Coldplay sont classées en trois grandes catégories de contenus : clips musicaux, représentations en direct et remix. Le groupe a également ajouté deux contenus originaux uniques de longue durée.

Consulter YouTube Analytics pour mesurer le nombre de vues et les statistiques d'abonnement

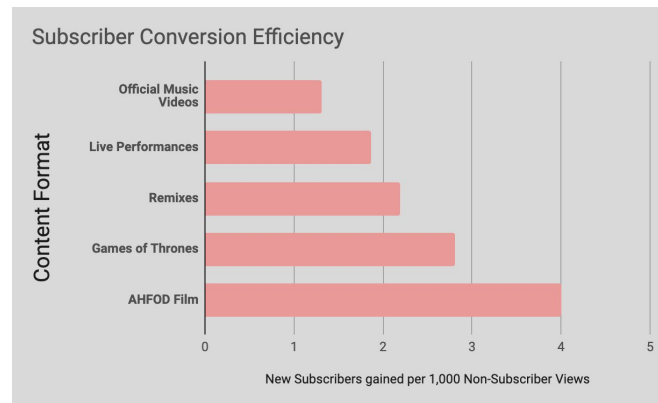
Le groupe a publié plusieurs messages sur les médias sociaux pour indiquer la date et le lieu de la Première.

Activation

1 Les clips musicaux sont diffusés plus fréquemment et touchent une large audience. Ils sont donc très efficaces pour gagner des fans.



2 Les représentations en direct, les remix et plus particulièrement les contenus originaux suscitent l'engouement de votre communauté de fans et contribuent à l'élargir. Nous vous recommandons d'alterner vos contenus afin de fidéliser vos fans et d'en attirer de nouveaux.



Résultats

Les clips musicaux génèrent un nombre considérable de vues, et l'originalité de ces contenus contribue à développer la communauté de fans

Bien que les contenus longs et originaux n'aient pas obtenu autant de vues que leurs clips officiels, ils ont plu aux abonnés et ont permis à Coldplay d'enregistrer le plus grand nombre de nouveaux abonnements. Quant aux clips musicaux, ils ont attiré le plus de nouveaux fans et ont permis d'augmenter la durée de visionnage ainsi que le nombre de vues des vidéos de la chaîne.



Posts destinés à la communauté et commentaires

Interagissez directement avec vos fans via **les posts destinés
à la communauté et les commentaires.**

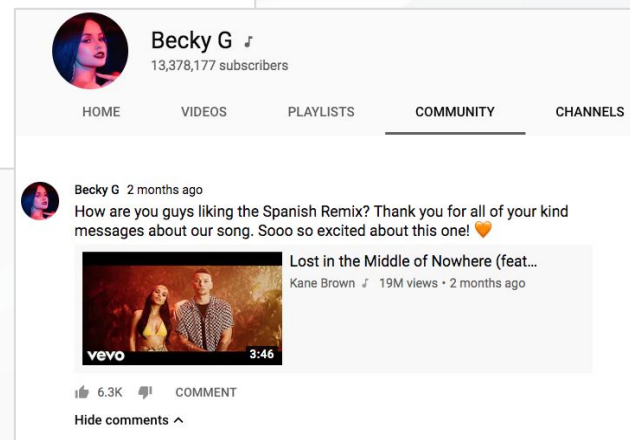
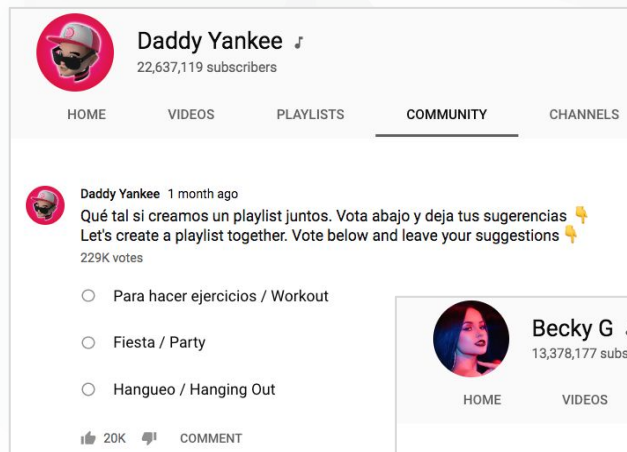
Interagissez directement avec vos fans via les posts destinés à la communauté et les commentaires

Intérêt

- L'engagement initial des spectateurs (mentions "J'aime" et commentaires) oriente les futurs posts.
- Les posts garantissent l'efficacité de la promotion croisée d'autres vidéos.

Recommandations

- **Utilisez des sondages et des images marquantes** qui susciteront l'intérêt des fans, de façon à toucher une audience plus large.
- **Publiez à nouveau vos anciennes vidéos lors d'occasions spéciales**, ou partagez les posts de vos artistes et créateurs favoris.



Bonnes pratiques sur les posts destinés à la communauté

ÉLABOREZ UNE STRATÉGIE DE PUBLICATION

- Touchez le plus d'internautes possible **en mettant en ligne des vidéos sur votre chaîne de manière régulière**, et en incitant les spectateurs à regarder vos contenus et à interagir avec eux.
- Vous devez créer un **savant mélange de posts intimes, personnels, promotionnels et transactionnels** pour que vos fans considèrent la communauté comme le meilleur endroit pour suivre l'actualité de leurs artistes préférés.

SOYEZ AUTHENTIQUE

- Utilisez les posts pour communiquer directement avec vos fans : **les messages textuels vous permettent de contextualiser le contenu de vos posts et d'inviter vos fans à réaliser des actions spécifiques.**
- Cela implique d'utiliser votre propre style et de poser des questions, mais également de répondre aux commentaires de vos fans, d'ajouter des cœurs et de cliquer sur "J'aime" pour leur exprimer votre gratitude.

UTILISEZ LES POSTS VIDÉO À BON ESCIENT

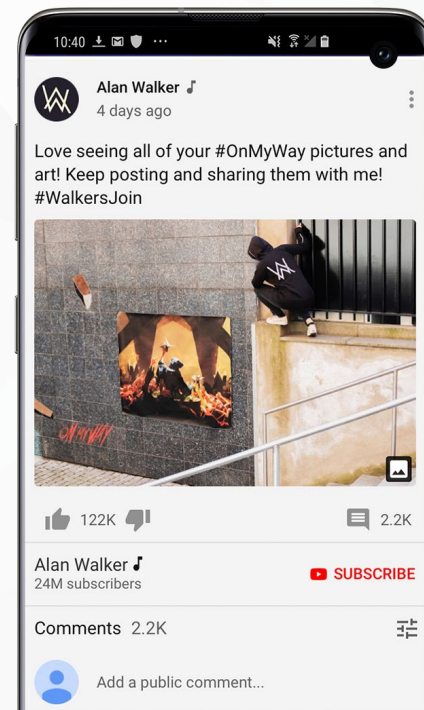
- La mission du flux YouTube est de proposer la bonne vidéo au bon utilisateur. **Les posts ne doivent pas vous servir à partager de nouvelles vidéos : c'est YouTube qui s'en charge pour vous !**
- Vos posts auront plus de succès si vous mettez en avant du contenu catalogue, **publiez des collaborations actives sur d'autres chaînes** et présentez du contenu créé par vos fans.



Bonnes pratiques sur les posts destinés à la communauté

Suscitez l'intérêt de votre audience

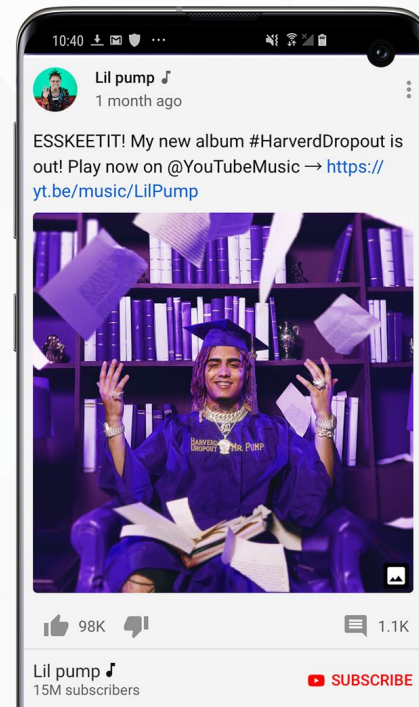
- Les posts sont un excellent moyen de vous rapprocher de votre audience et de transformer les simples spectateurs en fans. **Les images, les GIF et les sondages sont particulièrement efficaces**, mais veillez dans tous les cas à inclure du texte et des visuels pour susciter l'intérêt de votre audience et la faire participer.
- **Les fans YouTube aiment parler directement à leurs artistes favoris.** Les sondages et les commentaires sont donc particulièrement performants. Demandez à vos fans quels sont leurs titres et leurs vidéos préférés, ou mettez en avant leurs vidéos de réaction sur votre chaîne. Répondez à leurs commentaires pour leur montrer que vous vous intéressez à eux.



Bonnes pratiques sur les posts destinés à la communauté

Faites la promotion de vos créations

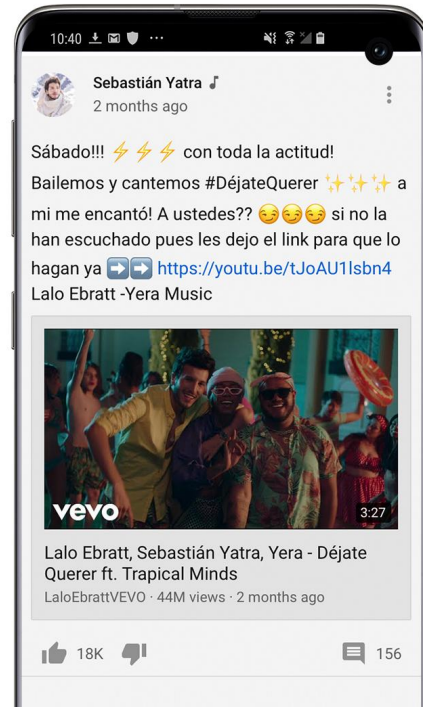
- La communauté vous permet de **publier des liens vers des billetteries et des sites marchands, même en dehors du cycle de sortie de votre album**. Veillez à inclure des textes et visuels attrayants pour éveiller la curiosité de vos fans.
- Utilisez les posts destinés à la communauté pour publier des liens via lesquels ses membres peuvent acheter des places de concert et de festival, et emmenez vos fans en coulisse avec des vidéos spéciales. Ces liens et ceux accompagnés de descriptions redirigeant vers les sites marchands tiennent les fans informés et permettent de différencier ce contenu de celui utilisé pour promouvoir votre musique.



Bonnes pratiques sur les posts destinés à la communauté

Sélectionnez des contenus que vous aimez

- Republier des contenus est idéal pour **mettre en avant des playlists, des collaborations, des réactions de fans et vos souvenirs vidéo préférés**. Nul besoin de republier votre dernier single. Au contraire, sélectionnez des vidéos qui en dévoilent un peu plus sur vous et partagez-les avec la communauté.
- Les collaborations sont une excellente occasion de faire la promotion croisée de contenus sur votre chaîne. **Publiez le même lien sur votre communauté pour informer vos fans de la sortie de votre vidéo, même si elle n'a pas été mise en ligne sur votre chaîne.**



Fidélisez les fans grâce aux commentaires

Une communauté de fans qui communique avec un artiste dans les **commentaires** des vidéos peut soutenir la croissance de la chaîne sur le long terme.

QUELQUES CONSEILS POUR SUSCITER L'INTÉRÊT DES FANS DANS LES COMMENTAIRES

- **Répondez.** Idéalement, répondez aux commentaires dans les heures qui suivent la mise en ligne de la vidéo.
- **Ajoutez des cœurs.** Les spectateurs sauront ainsi qu'ils ont attiré l'attention de l'artiste.
- **Épinglez des commentaires.** Donnez plus de visibilité à l'un de vos commentaires ou à un commentaire positif d'un fan.
- **Incluez les fans dans la conversation.** Donnez l'occasion aux spectateurs de répondre à une question dans les commentaires ou comptez les réponses dans une fiche de sondage.
- **Partagez les contenus créés par des fans.** Veillez à respecter vos règles Content ID.
- **Faites appel à des modérateurs pour les commentaires.** Autorisez les plus grands fans de l'artiste à surveiller et à supprimer les commentaires inappropriés.
- **Filtrez les commentaires.** Pour cela, ajoutez des mots clés à la liste des termes bloqués.





NOUS AVONS COLLABORÉ

AVEC

Little Mix

11,9 M D'ABONNÉS

Little Mix publie une large variété de posts uniques pour inciter ses fans les plus fidèles à revenir voir d'autres vidéos sur sa chaîne.

Stratégie Incitations à l'action

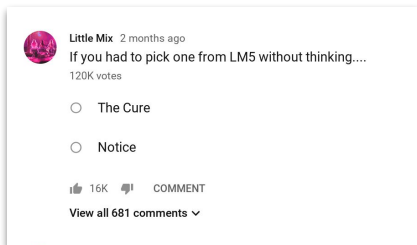
Little Mix a utilisé des sondages et des liens de précommande pour inciter ses fans à passer à l'action.

Diversification

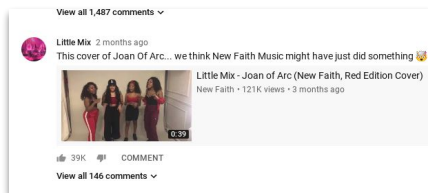
Le groupe utilise tous les formats de posts possibles pour promouvoir sa musique, ses tournées et ses contenus originaux. Il renouvelle régulièrement son flux pour donner envie aux fans de revenir sur sa chaîne afin de découvrir les nouveautés disponibles.

Activation

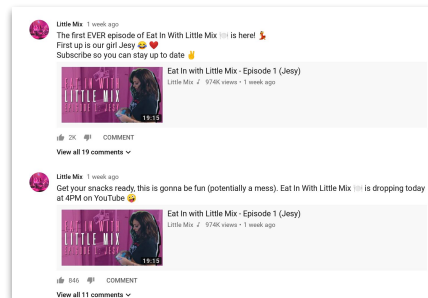
1 Le groupe a obtenu 120 k votes lors d'un sondage qui a été réalisé pour connaître le titre que les fans préféreraient sur le dernier album.



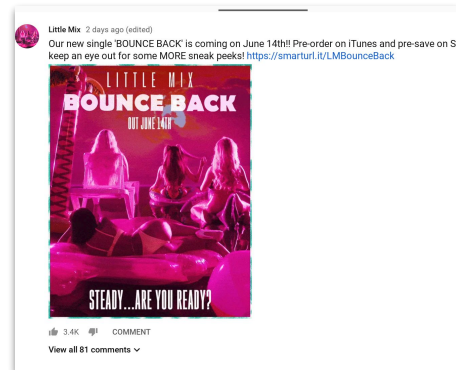
2 Il a suscité l'intérêt des fans de manière naturelle en republiant la reprise de son titre "Joan of Arc" par un groupe de chanteuses. Little Mix a affirmé apprécier cette reprise dans les commentaires, ce qui a déclenché une discussion animée entre les fans sur le single.



3 Le groupe a fait la promotion de ses contenus originaux uniques et a permis aux fans d'interagir avec lui de différentes façons.



4 Little Mix a incité les fans à précommander son nouveau single via un lien dédié et les a prévenus de la diffusion de nouveaux aperçus pour les inciter à revenir sur sa chaîne.



Résultats

64 k clics sur "J'aime" et 971 commentaires

pour seulement quatre posts



Bonus : Principes de base pour optimiser votre chaîne

Élaborez un calendrier de mise en ligne

Les calendriers de mise en ligne sont essentiels lorsque vous créez des attentes chez l'audience et que vous y répondez. Au moment de la planification, posez-vous les questions suivantes :

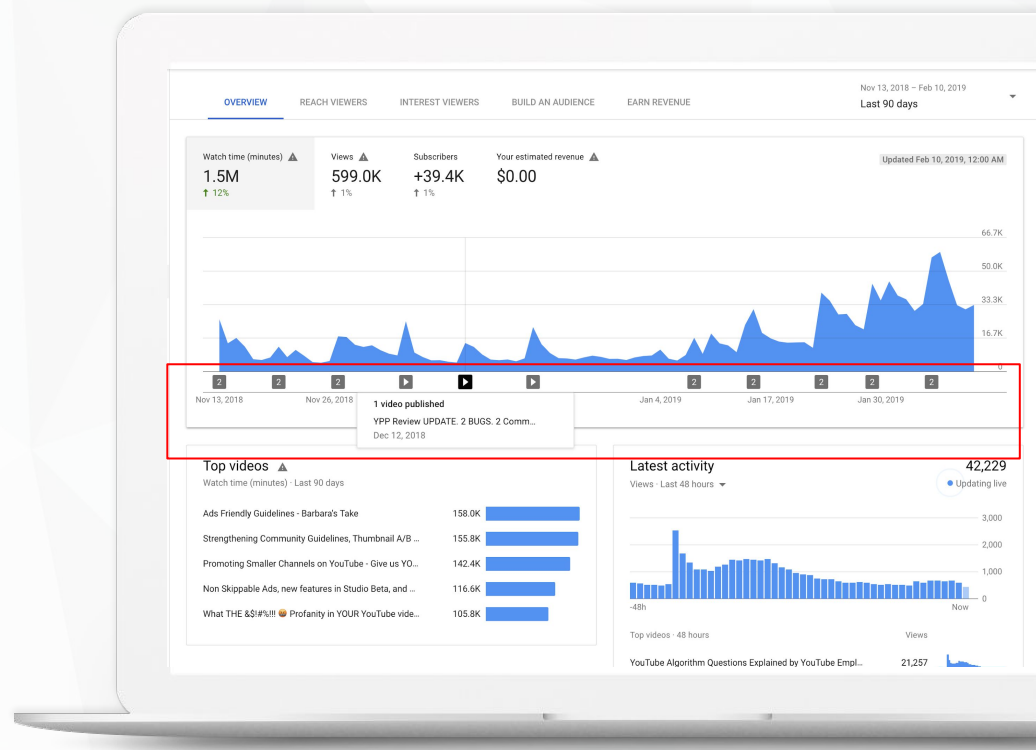
- **Combien de publications pouvez-vous assurer par semaine/mois ? Est-ce viable à long terme ?**
- **Votre calendrier de mise en ligne variera-t-il en fonction du type de contenu ?** *Exemple : vlogs de format simple le lundi, sketches plus travaillés le vendredi*
- **Pouvez-vous associer un type de contenu à des jours spécifiques de la semaine ? (Exemple : une vidéo dédiée au maquillage tous les lundis, une vidéo sur la technologie tous les mardis)** *Marshmello diffuse un épisode de sa série "Cooking with Marshmello" chaque mardi. Il crée souvent des recettes en rapport avec ses albums et ses titres musicaux, ou avec des créateurs qu'il invite sur sa chaîne.*
- **Y a-t-il des événements majeurs que vous pouvez intégrer dans la planification de vos contenus ?** *Exemple : les fêtes comme la Saint-Valentin et Halloween, la diffusion de films et de programmes TV, des événements sportifs, etc.*



Soyez cohérent

Une fois que vous avez créé des attentes chez votre audience, il est essentiel de pouvoir y répondre. Respectez votre calendrier de mise en ligne et communiquez toujours à l'avance les interruptions de publication.

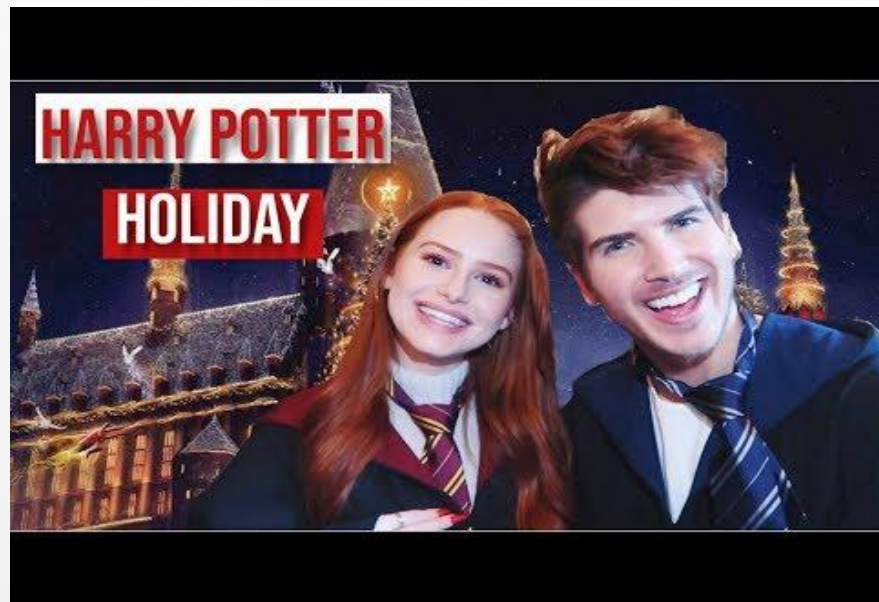
- **La qualité n'est pas dans la quantité :** vous n'avez pas besoin de publier tous les jours pour être cohérent !
- **Gardez le contrôle de vos contenus :** bien que le rendu des productions très travaillées soit remarquable, le rythme peut être difficilement tenable.
- Réfléchissez à des **formats faciles et renouvelables** comme les vidéos en mode portrait.



Optimisez vos miniatures

Les miniatures jouent le rôle de panneaux publicitaires pour vos vidéos. Elles permettent de capter l'attention visuelle du spectateur et de susciter son intérêt pour votre contenu.

- **Évitez les pièges à clics, proposez une miniature attrayante :** n'utilisez pas les miniatures pour générer de fausses attentes. Créez des miniatures qui amènent le spectateur à cliquer sur votre contenu et à revenir en voir d'autres.
- **Identifiez le sujet et l'audience :** tenez toujours compte de l'audience qui verra la miniature. Les vidéos qui ciblent vos abonnés peuvent mettre en avant des visuels familiers (comme votre visage) dans leur miniature, tandis que celles qui s'adressent à des spectateurs occasionnels peuvent utiliser des images plus universelles ou plus attrayantes.
- **Planifiez :** bien que les images de la vidéo soient efficaces pour créer une miniature, vous pouvez également prendre un peu de temps pendant la production afin de réaliser une miniature personnalisée pour chaque contenu.
- **Adaptez vos créations au mobile :** utilisez des polices de grande taille, des couleurs vives et des gros plans sur les visages plutôt que sur les paysages.



Soyez bref et précis dans les titres

Alors que les miniatures attirent l'attention visuelle des spectateurs, les titres vous permettent de décrire vos vidéos en une seule ligne :

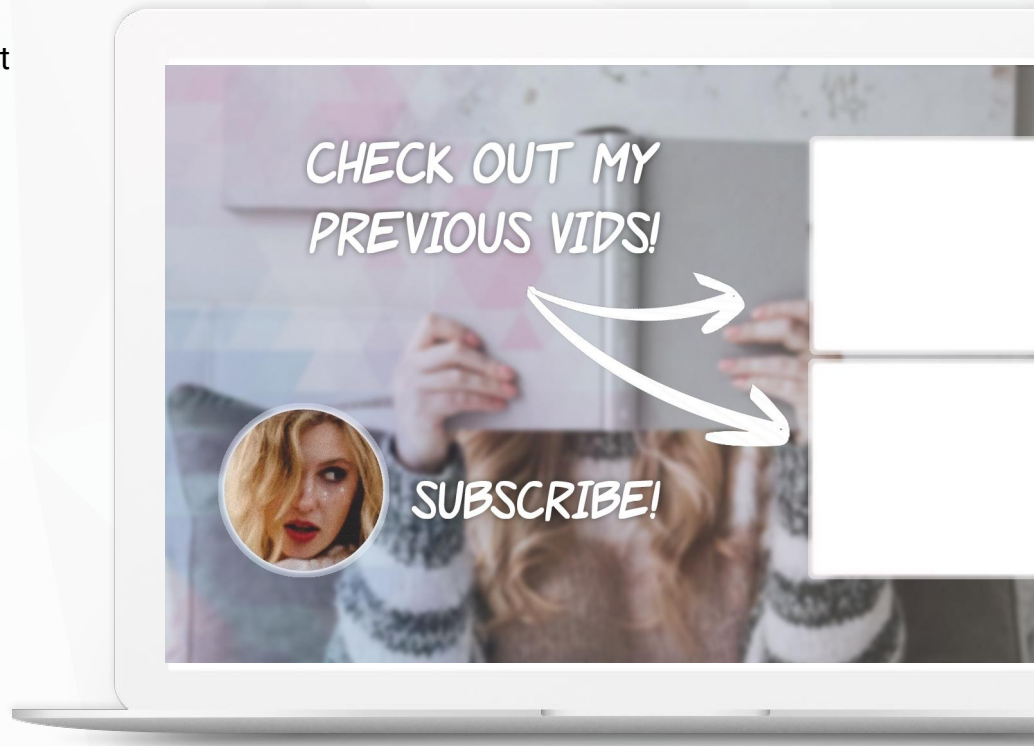
- **Optez pour la sobriété** : n'abusez pas de l'écriture EN MAJUSCULES ni des points d'exclamation, et évitez d'utiliser des injures dans vos titres. Si vous ne respectez pas ces consignes, vous risquez de perdre l'intérêt de votre audience et diminuez vos chances d'être recommandé auprès de nouveaux spectateurs.
- **Adressez-vous à l'audience** : proposez des titres qui s'adressent directement au spectateur et susciteront son intérêt. Par exemple, posez une question ou faites allusion à un passage spécifique de la vidéo.
- **Soyez bref** : bien que YouTube autorise jusqu'à 100 caractères, essayez de ne pas dépasser les 70 caractères et placez les termes les plus importants en début de titre.



Redirigez les fans vers d'autres vidéos via les écrans de fin

Les écrans de fin vous permettent d'accroître la durée de visionnage sur votre chaîne en redirigeant les internautes vers quatre éléments au maximum pendant les 20 dernières secondes de votre vidéo.

- **Faites des choix judicieux** : les écrans de fin sont plus efficaces lorsqu'ils proposent à vos spectateurs des contenus pertinents. Pensez à vous en servir pour générer du trafic entre les épisodes de vos formats ou séries, ou pour générer du trafic vers vos clips musicaux officiels.
- **Maximisez l'impact** : un écran de fin peut être associé à une "fiche de fin" dans la vidéo, qui héberge visuellement des liens et présente une incitation à l'action pour pousser les spectateurs à cliquer ou appuyer sur "J'aime", à partager et à s'abonner.



Retenez ces bonnes pratiques sur la monétisation

Contenu

Évitez autant que possible le langage vulgaire et pensez à masquer les grossièretés à l'aide de bips, si nécessaire.

Examinez l'ensemble de votre contenu : maintenez un équilibre entre les vidéos qui traitent de sujets destinés aux adultes, et celles qui traitent de sujets susceptibles d'être appréciés par plus de spectateurs.

Mettez-vous à la place de l'annonceur : souhaiteriez-vous que votre marque soit associée à vos contenus ?

Miniatures

Choisissez des miniatures pertinentes reflétant le contenu de vos vidéos.

Évitez les images à caractère sexuel, explicites ou choquantes.

Adressez-vous à une audience large : si vos vidéos s'adressent à une audience large, elles attireront également une large gamme de marques.

Titre et description

Avant toute chose, **utilisez des titres, tags et descriptions précis.**

Chaque mot compte : des termes profanes, controversés ou à caractère sexuel dans vos métadonnées peuvent conduire certains annonceurs à exclure leurs annonces de votre vidéo.

Consignes pour les contenus publicitaires sur YouTube

Selon les règles concernant les annonces sur YouTube, certains contenus sont définis comme non éligibles aux annonces. Vos vidéos peuvent ne pas être monétisables selon leur nature ou leur contenu. Voici quelques exemples :

- Sujets controversés et événements sensibles
- Drogues et substances ou produits dangereux
- Actes dangereux ou pernicioeux
- Incitation à la haine
- Langage inapproprié
- Utilisation inappropriée de personnages de divertissements familiaux
- Vidéos provocantes et dévalorisantes
- Contenus à caractère sexuel

Veuillez consulter les [Consignes relatives aux contenus adaptés aux annonceurs de YouTube](#) pour en savoir plus.





Mercibe

