



### **1 > Pour créer votre chaîne**

- Connectez-vous à YouTube et cliquez sur l'icône de l'utilisateur en haut à droite de l'écran.
- Cliquez sur l'icône en forme d'écrou pour accéder aux Paramètres YouTube de votre compte.
- Cliquez sur Créer une nouvelle chaîne.
- Ensuite, sélectionnez « Utiliser un nom commercial ou un autre nom ».
- Ajoutez votre nom commercial et cliquez sur Créer.

### **2 > Pour présenter votre chaîne**

Complétez votre profil et décrivez le contenu des vidéos que vous souhaitez poster. Cette description apparaîtra comme commentaires de votre chaîne, c'est donc ici que vous devez ajouter les liens vers votre site et les différents médias sociaux sur lesquels vous êtes présents.

### **3 > Choisir une photo de couverture**

### **4 > Adapter votre contenu à vos différentes cibles pour le diversifier et élargir votre public**

### **5 > Créer une bande d'annonce pour faire découvrir votre univers**

### **6 > Charger votre première vidéo**

### **7 > Optimiser votre référencement**

Lorsque vous mettez une vidéo en ligne, vous devez remplir un titre, une description et des tags. YouTube vous propose différents outils afin d'optimiser le référencement de votre vidéo. Soyez précis et exhaustifs sur les mots-clés pour caractériser votre vidéo et votre entreprise.

### **8 > Pour optimiser l'utilisation de votre chaîne**

- Publiez régulièrement des vidéos (au moins 2 fois par mois).
- Intégrez votre chaîne YouTube à votre site web et synchronisez-les, cela fera apparaître systématiquement les vidéos ajoutées sur YouTube à votre site.
- Faites le lien avec les autres canaux de communication que vous utilisez : Blog/Facebook/LinkedIn/Instagram/QR Code sur vos supports papier (plaquettes, flyers, cartes de visite, encart publicitaire dans la presse, affichage, etc.).

### **9 > Pour engager votre communauté**

- Construisez une communauté autour de votre chaîne et interagissez avec vos visiteurs.

### **10 > Pour analyser les performances de votre chaîne**

L'onglet Analytics de YouTube vous permet d'analyser le comportement des internautes qui visionnent vos vidéos pour mieux cibler votre public.