



STRATEGIA PREMIERY NA YOUTUBE

YouTube Release Playbook

OAC, Shorts, Art Tracks i kompletny plan premiery dla niezależnych artystów – jak wydać muzykę i przygotować kampanię na YouTube.

Jak korzystać z tego playbooka?



Ten poradnik został przygotowany dla artystów, którzy planują premierę singla, EP-ki lub albumu i chcą lepiej wykorzystać YouTube w swojej strategii wydawniczej.

Nie musisz mieć dużej wytwórni, zespołu marketingowego ani wielkiego budżetu. Potrzebujesz jednak **planu**.

W tym playbooku znajdziesz:

- wyjaśnienie, czym jest Official Artist Channel
- praktyczne wskazówki dotyczące Art Tracks
- checklisty do odhaczenia
- pomysły na Shorts
- wskazówki, jak połączyć dystrybucję z promocją
- podstawy obecności w YouTube Music
- plan premiery: pre-release / release day / post-release
- gotowe szablony opisów, komentarzy i postów
- listę najczęstszych błędów

Najlepiej potraktuj ten materiał jak **roboczy dokument**. Zapisz go, wracaj do niego przy każdej premierze i odhaczaj kolejne punkty.

Co znajdziesz w środku

00	Jak korzystać z tego playbooka	02
01	YouTube to nie tylko miejsce na teledysk	04
02	Ekosystem YouTube dla artysty	06
03	Official Artist Channel – główna scena artysty	07
04	Art Tracks i YouTube Music – fundament dystrybucji	09
05	Przygotowanie kanału przed premierą	11
06	Layout kanału: ustaw fanowi ścieżkę	13
07	Pojedynczy film: tytuł, miniatura, opis	15
08	Strategia multi-format	18
09	Plan premiery: 4 tygodnie krok po kroku	19
10	Pomysły na Shorts	21
11	Szablony do skopiowania	22
12	Checklista premiery muzycznej	25
13	Najczęstsze błędy artystów na YouTube	27
14	Minimum bez budżetu	28
15	Wersja pro	29
16	Jak Crave Digital pomaga na YouTube	30
17	Tvoja premiera w jednym zdaniu	31
→	Gotowy na premierę? · Źródła	32

01

ROZDZIAŁ

YouTube to nie tylko miejsce na teledysk

Wielu artystów traktuje YouTube jak archiwum wideo. Premiera singla? Wrzucamy teledysk. Nie ma budżetu na klip? Wrzucamy okładkę z audio.

Po kilku dniach sprawdzamy wyświetlenia, publikujemy link na Instagramie i promocja powoli się kończy.

Problem w tym, że YouTube nie jest dziś wyłącznie miejscem na teledyski. To cały **ekosystem promocji muzyki**:

- YouTube Music
- Premiere
- Playlisty
- Analityka
- Official Artist Channel
- Live streamy
- Posty społecznościowe
- Treści fanów
- Shorts
- Art Tracks
- Komentarze

700 mln+

tyle razy fani odkryli utwór w Shortsach, a w ciągu tygodnia konsumowali go w dłuższym formacie. Shorts potrafią prowadzić do teledysku. ^[1]

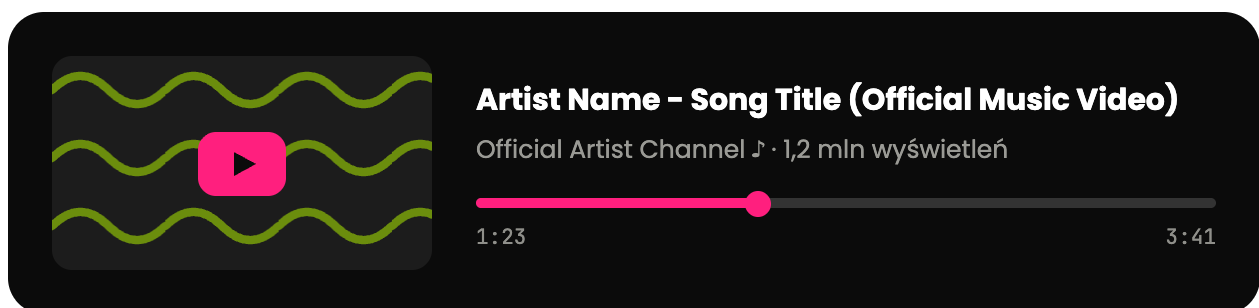
Shorts nie muszą konkurować z teledyskiem. Dobrze zaplanowane mogą do niego prowadzić.

Najważniejsza zmiana w myśleniu

Nie traktuj YouTube jako miejsca, gdzie „wrzucasz klip”. Traktuj go jako **system premiery**.

Każdy element gra inną rolę – a razem tworzą jedną, spójną kampanię wokół wydania.

Shorts	przyciągają uwagę i budują zasięg.
Teledysk	buduje emocje i główne doświadczenie.
YouTube Music	generuje odtworzenia jak inne serwisy streamingowe.
Art Track	zapewnia obecność utworu, nawet gdy nie masz klipu.
Premiere	tworzy wspólny moment z fanami.
Playlisty	zatrzymują widza na dłużej.
Komentarze	zamieniają widza w fana.
Ustawiony kanał	sprawia, że nowy odbiorca nie odchodzi po jednym filmie.



Ponad 8 mld USD

tyle YouTube wypłacił branży muzycznej w ciągu 12 miesięcy między lipcem 2024 a czerwcem 2025 roku. To ekosystem, na którym artyści realnie zarabiają. ^[2]

02

ROZDZIAŁ

Ekosystem YouTube dla artysty

Zanim zaplanujesz premierę, warto zrozumieć podstawowe elementy YouTube z perspektywy muzyka.

YouTube	Główna platforma wideo – teledyski, visualizery, lyric videos, występy live, Shorts, backstage i vlogi.
YouTube Music	Muzyczna część ekosystemu. Twoje oficjalnie dostarczone wydania są słuchane podobnie jak na Spotify czy Apple Music.
Official Artist Channel	Oficjalny kanał artysty oznaczony ikoną nuty – główna scena i landing page dla muzyki, marki i społeczności.
Art Track	Automatycznie wygenerowane wideo z audio i okładki, tworzone na podstawie materiałów od dystrybutora lub labelu.
Shorts	Krótkie pionowe filmy – refren, trend, choreografia, kulisy albo moment prowadzący do pełnego materiału.
Premiere	Zaplanowana publikacja wideo jako wspólne oglądanie z czatem na żywo.
Live	Transmisja na żywo – rozmowa przed premierą, Q&A, pre-show, backstage albo spotkanie z fanami.
Playlisty	Porządkują treści i prowadzą widza od jednego materiału do kolejnego, wydłużając sesję.

03

ROZDZIAŁ

Official Artist Channel – główna scena artysty

Official Artist Channel powinien być **centralnym miejscem** Twojej obecności na YouTube. To tam fan powinien znaleźć wszystko, co dotyczy Twojej muzyki:

- oficjalne teledyski
- Shorts
- materiały zza kulis
- aktualne wydawnictwa
- społeczność wokół muzyki
- Art Tracks
- treści live
- playlisty i linki
- informacje o trasach

OAC wzmacnia wiarygodność, porządkuje katalog i ułatwia promocję premier. Aby się kwalifikować, artysta musi posiadać co najmniej jedno oficjalne wydanie dostarczone i dystrybuowane przez dystrybutora muzycznego lub label.

OAC zaczyna się od poprawnej dystrybucji, nie od ręcznego uploadu filmu.



Artist Name

@artistname · 271 tys. subskrypcji · oficjalny kanał artysty

Subskrybuj



OBEJRZYJ NA YOUTUBE

**Wszystko o Oficjalnych Artystycznych Kanałach |
YouTube dla Artystów**

youtu.be/ZJNjwYXHZ0M

Co daje OAC?

Cztery konkretne korzyści, które porządkują Twoją obecność i wzmacniają każdą premierę.

1

Porządek w katalogu

Fan nie szuka osobno teledysków, Art Tracków, Shortsów i przypadkowych uploadów. Wszystko prowadzi do jednej oficjalnej przestrzeni.

2

Wiarygodność

Ikona nuty przy nazwie kanału jasno komunikuje, że to oficjalny kanał artysty.

3

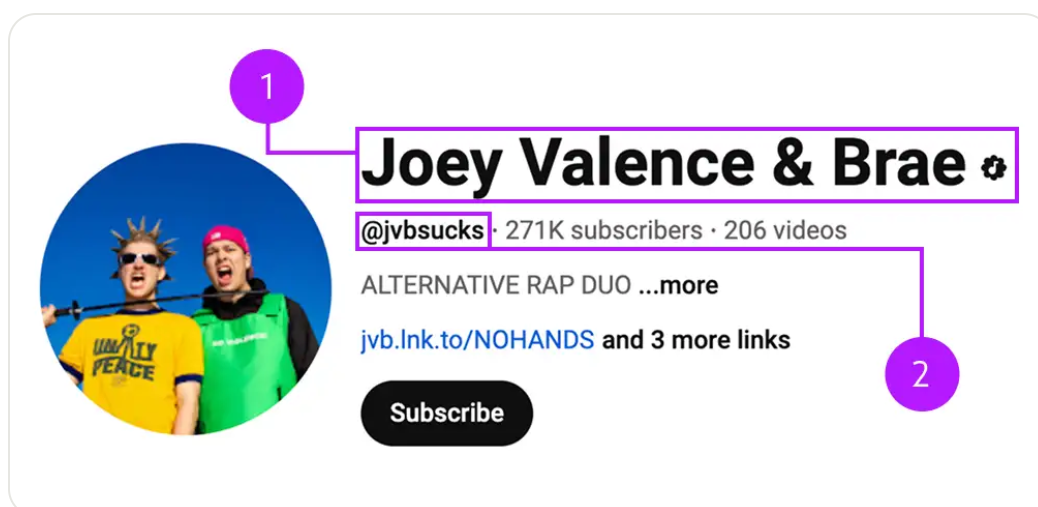
Lepsze zarządzanie premierą

Ustawiasz baner, Video Spotlight, playlisty, sekcje i linki zgodnie z aktualną kampanią.

4

Dostęp do narzędzi dla artystów

Rozszerzone możliwości, w tym Analytics for Artists i sekcje związane z oficjalnymi wydaniem.



Przykład: ikona nuty przy nazwie i czytelny handle – tak wygląda oficjalny kanał artysty.

04

ROZDZIAŁ

Art Tracks i YouTube Music – fundament dystrybucji

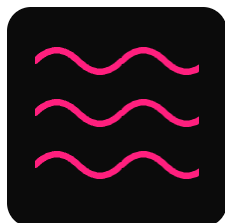
Artysta często myśli: „Sam wrzucę teledysk na YouTube i wystarczy”. Ale obecność muzyki na YouTube to coś więcej niż ręcznie wgrany film.

Jeśli Twoje wydanie jest poprawnie dostarczone przez dystrybutora, może pojawić się w YouTube Music i jako **Art Track** – automatycznie wygenerowane wideo z audio i okładką. Dzięki niemu utwór ma wersję na YouTube nawet wtedy, gdy nie powstał teledysk.

Jeśli wydanie nie jest poprawnie dostarczone, możesz stracić:

- Art Tracks i pełną obecność w YouTube Music
- poprawne przypisanie katalogu
- możliwość kwalifikacji do OAC
- część potencjału monetyzacji i raportowania

Dlatego wybór dystrybutora ma znaczenie nie tylko dla Spotify czy Apple Music. Ma znaczenie również dla YouTube.



Song Title **ART TRACK**

Wygenerowane automatycznie z audio i okładki · YouTube Music

Co powinien zapewnić dystrybutor?

Dobry dystrybutor odpowiada za znacznie więcej niż samo „wrzucenie” pliku na platformy.

- dostarczenie muzyki do YouTube Music
- poprawne metadane
- ISRC i identyfikację utworów
- dostawę pod Art Tracks
- raportowanie użyc i przychodów
- poprawne przypisanie katalogu
- możliwość pracy z OAC
- wsparcie w rozumieniu danych i raportów

Nie chodzi tylko o to, czy utwór „jest na platformach”. Chodzi o to, czy jest **poprawnie dostarczony, przypisany, widoczny, monetyzowany i gotowy do promocji**.

Metadane wydania		GOTOWE DO DOSTAWY
✓ Tytuł utworu: Song Title	✓ Artysta: Artist Name	
✓ ISRC: PL-A1B-26-00001	✓ Data premiery: 14.08.2026	
✓ Okładka: 3000 × 3000 px	✓ Audio: WAV 24-bit	
✓ Main artist: Artist Name	✓ Feat: Guest Artist	
✓ Autor tekstu: J. Kowalski	✓ Kompozytor: J. Kowalski	
✓ Performer: Artist Name	✓ Pozostali: producent, mix	
✓ Gatunek: Pop / Electronic	✓ Język tekstu: polski	
✓ Treści explicit: Nie	✓ Instrumental: Nie	

05

ROZDZIAŁ

Przygotowanie kanału przed premierą

Zanim zaczniesz planować Shorts, teaser albo live, uporządkuj fundamenty kanału. Nawet najlepszy teledysk traci potencjał, jeśli po kliknięciu w profil fan trafia na pusty, chaotyczny albo nieaktualny kanał.

Nazwa kanału

Używaj oficjalnej nazwy artystycznej – najlepiej dokładnie takiej, jaka pojawia się przy Twoich wydawnictwach. Unikaj przypadkowych dopisków, chyba że są częścią Twojej marki:

Official

TV

Channel

YouTube

Music

Productions

Spójność nazwy pomaga fanom znaleźć Cię na różnych platformach.

Handle

Handle, np. **@nazwaartysty**, powinien być prosty, czytelny i możliwie bliski Twojej nazwie. Widzowie widzą go w komentarzach, Shortsach i linkach. Jeśli idealna wersja jest zajęta, wybierz wariant najbliższy nazwie artystycznej albo spójny z innymi social mediami.



Artist Name 🎵

@artistname

SPÓJNIE I CZYTELNE



Artist Name Official TV Channel

@artist_name_2137_official

TRUDNO ZAPAMIĘTAĆ

Opis kanału

Opis kanału nie powinien brzmieć jak Wikipedia. Ma pokazać, kim jesteś, co tworzysz i co aktualnie promujesz. Najważniejsza jest **pierwsza linijka** – to miejsce na konkretne CTA.

Nowy singiel OUT NOW – obejrzyj teledysk i zapisz utwór na swojej platformie.

Debiutancka EP-ka już dostępna – posłuchaj i sprawdź najnowszy visualizer.

Linki

Pierwszy link na kanale traktuj jak miejsce kampanijne:

Przed premierą	prowadzi do pre-save.
W dniu premiery	do smart linka.
Po premierze	do teledysku, trasy, sklepu albo newslettera.

Nie zostawiaj tam starego linku tylko dlatego, że był ustawiony kilka miesięcy temu.

Baner i avatar

Baner to **billboard Twojej kampanii** – może komunikować datę premiery, tytuł singla, „out now”, trasę, nowy album, merch albo najważniejszy link. Przy każdej premierze go zaktualizuj.

Avatar powinien być rozpoznawalny i spójny z innymi platformami. Jeśli fan widzi Cię na Spotify, Apple Music, Instagramie, TikToku i YouTube, powinien od razu wiedzieć, że to ten sam projekt.

Wszystkie te elementy fan ocenia w kilka sekund po wejściu na kanał. Spójny opis, aktualny link i baner z jasnym komunikatem sprawiają, że kampania zaczyna działać, zanim widz kliknie pierwszy film.

06

ROZDZIAŁ

Layout kanału: ustaw fanowi ścieżkę

Strona główna kanału powinna prowadzić odbiorcę za rękę. Nie zostawiaj przypadkowego układu filmów – ustaw sekcje tak, żeby wspierały aktualny cel.

PRZED PREMIERĄ

- teaser lub trailer
- playlista wokół wydania
- Shorts
- starszy teledysk o podobnym klimacie
- link do pre-save

W DNIU PREMIERY

- oficjalny teledysk
- visualizer albo lyric video
- playlista wydania
- Shorts z utworem
- baner „out now”

PO PREMIERZE

- teledysk jako główny punkt
- fanowskie treści
- live session, wersja akustyczna
- behind the scenes
- recapy z koncertów

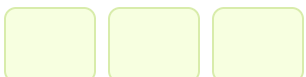
KOLEJNOŚĆ SEKCJI PRZED PREMIERĄ

1



Video Spotlight: teaser

2



Playlista wokół wydania

3



Shorts

4



PRE-SAVE

Link do pre-save w opisie

OBEJRZYJ NA YOUTUBE



Dostosuj markę i układ swojego kanału: baner, zwiastun, sekcje

youtu.be/-dHIjmQyjFQ

Video Spotlight

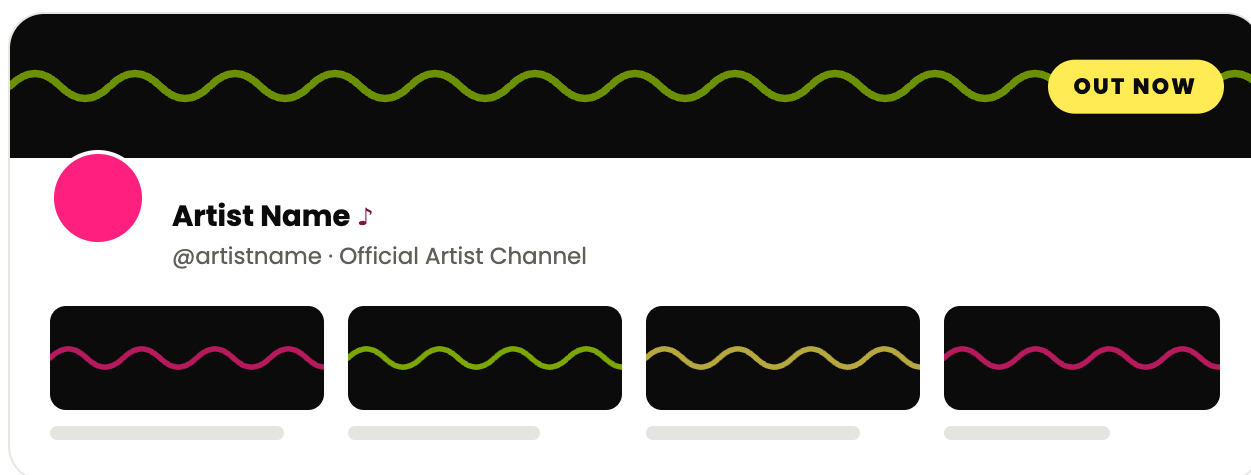
Video Spotlight to film wyświetlany na górze kanału. Dla nowych widzów ustaw najlepszy punkt wejścia do swojego świata. Dla powracających subskrybentów pokaż najnowszą premierę, live session albo aktualną kampanię.

Nie zostawiaj tam starego filmu tylko dlatego, że kiedyś miał dobre wyniki.

Playlisty

Playlisty są jednym z najprostszych narzędzi, które niezależny artysta może wykorzystać bez budżetu. Wydłużają sesję i pomagają przenieść widza od jednego materiału do kolejnego. Twórz playlisty dla:

- oficjalnych teledysków
- lyric videos i visualizerów
- wywiadów
- kolaboracji
- najnowszego wydania
- występów live i backstage
- fanowskich uploadów
- konkretnego albumu lub EP-ki



7 z 10

najczęściej oglądanych filmów w historii YouTube to treści muzyczne – m.in. „Baby Shark Dance” i „Despacito”. Muzyka jest sercem platformy, a dobrze ułożony kanał pomaga ją znaleźć. **[4]**

07

ROZDZIAŁ

Pojedynczy film: tytuł, miniatura, opis

Większość użytkowników najpierw zobaczy pojedynczy film, a dopiero potem kanał. Dlatego każdy materiał przygotuj tak, jakby był pierwszym kontaktem fana z Twoją muzyką.

Tytuł

Najbezpieczniejszy format to **Nazwa Artysty – Tytuł Utworu (Format)**.

Najważniejsze frazy to nazwa artysty i tytuł utworu; format pomaga widzowi zrozumieć, w co klika.

Artist Name - Song Title (Official Music Video)

Artist Name - Song Title (Official Audio)

Artist Name - Song Title (Visualizer)

Artist Name - Song Title (Lyric Video)

Artist Name - Song Title (Live Session)

TAK TYTUŁ PRACUJE W WYSZUKIWARCE

🔍 artist name song title



Artist Name – Song Title (Official Music Video)

Artist Name 🎵 · 1,2 mln wyświetleń · 2 tygodnie temu



Artist Name – Song Title (Lyric Video)

Artist Name 🎵 · 480 tys. wyświetleń · 2 tygodnie temu

Miniatura

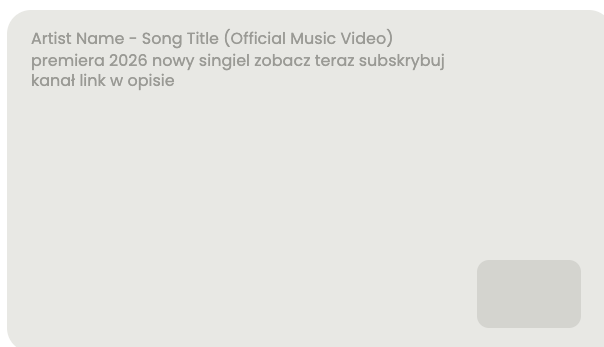
Miniatura działa jak billboard – powinna być czytelna, kontrastowa i spójna z charakterem materiału.

TYP TREŚCI	REKOMENDOWANA MINIATURA
Official Music Video	mocny, jakościowy kadr z klipu
Visualizer	estetyczny kadr zgodny z identyfikacją wydania
Official Audio	okładka singla lub albumu
Lyric Video	czytelny fragment tekstu albo motyw typograficzny
Behind the Scenes	naturalny kadr zza kulis
Live Session	emocjonalny kadr z występu

Sprawdź **CTR** w YouTube Analytics. Jeśli ludzie widzą film, ale nie klikają, problem może leżeć w miniaturze albo tytule.



Kontrast, duży tytuł, czytelny kadr



Mały tekst, brak punktu uwagi

Pamiętaj, że większość widzów zobaczy miniaturę w rozmiarze znaczka pocztowego – na telefonie, w feedzie, obok dziesiątek innych. Jeśli działa w miniaturze, zadziała wszędzie.

Opis filmu

Opis powinien mieć **dwie warstwy** – to, co widać od razu, i to, co odsłania się po rozwinięciu.

PRZED „POKAŻ WIĘCEJ”

- posłuchaj / zapisz utwór
- obejrzyj teledysk
- sprawdź trasę
- zamów merch
- dołącz do newslettera

PO ROZWINIĘCIU

- opis utworu, tekst, credits
- linki do platform
- social media
- daty koncertów
- kontakt bookingowy

Wróć do starych, dobrze działających filmów i zaktualizuj ich opisy. Jeśli stary teledysk nadal zbiera ruch, może prowadzić do nowej premiery.

TAK TO WIDZI FAN

Artist Name – Song Title (Official Music Video)

128 401 wyświetleń · premiera 12.06.2026

Posłuchaj utworu i zapisz go na swojej platformie → **[smart link]**

Obejrzyj teledysk · Sprawdź trasę · Zamów merch ... **Pokaż więcej**

SMART LINK

cravedigital.lnk.to/songtitle

YouTube Music

Spotify

Apple Music

Amazon Music

Tidal

Deezer

Jeden smart link zamiast listy osobnych adresów oznacza mniej barier – każdy fan trafia prosto do swojego serwisu, a Ty masz jeden link do wklejenia wszędzie: w opisie, komentarzu i bio.

08

ROZDZIAŁ

Strategia multi-format

Strategia multi-format oznacza, że wokół jednej premiery tworzysz różne formaty treści. Na YouTube mogą to być Shorts, dłuższe wideo, Premiere, live, posty i playlisty. Preferencje oglądania w jednym formacie mogą wpływać na rekomendacje w innych.

Shorts są wejściem – przyciągają uwagę i zasięg.

Teledysk to główne doświadczenie.

Live buduje relację.

Playlisty zatrzymują fana na dłużej.

Prosta ścieżka premiery

PRE-RELEASE

Budujesz oczekiwanie.

RELEASE DAY

Robisz największy hałas.

POST-RELEASE

Podbijasz to, co działa.

DROGA FANA PRZEZ FORMATY



Short



Teledysk



Playlista



Subskrypcja

09

ROZDZIAŁ

Plan premiery: 4 tygodnie krok po kroku

OŚ KAMPANII

T-4
fundamenty

T-3
content

T-2
teaser

T-1
hype

**DZIEŃ 0
premiera**

T+1...
podbijanie

4

TYG. PRZED

- upewnij się, że wydanie jest poprawnie dostarczone
- przygotuj kanał, opis, baner i linki
- zaplanuj główne formaty i listę Shortsów
- sprawdź metadane, ISRC i datę premiery
- sprawdź, czy możesz pracować nad OAC
- wybierz główny fragment utworu do promocji

3

TYG. PRZED

- przygotuj 3-5 Shortsów przedpremierowych
- przygotuj miniatury i opis filmu
- przygotuj playlistę wydania
- stwórz teaser lub trailer
- zaplanuj posty społecznościowe
- ustaw pierwszy link na pre-save / smart link

2

TYG. PRZED

- opublikuj teaser i ustaw go jako Video Spotlight
- opublikuj pierwsze Shortsy
- udostępni link do Premiere
- zaplanuj Premiere teledysku lub visualizera
- przypomnij fanom o dacie premiery
- zachęć do ustawienia przypomnienia

1

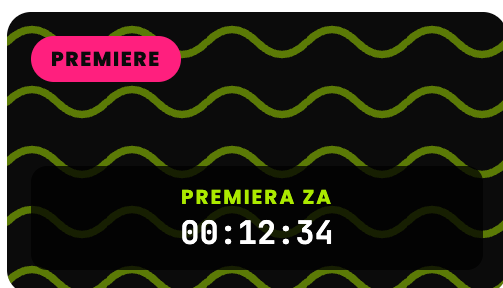
TYDZ. PRZED

- zwiększ częstotliwość Shortsów
- opublikuj ankietę albo quiz
- sprawdź linki i plan dnia premiery
- zrób post Community
- przygotuj przypięty komentarz
- zaplanuj live przed Premiere, jeśli możesz

YouTube rekomenduje publikację traileru lub teasera około **dwóch tygodni** przed premierą oraz wykorzystanie Premiere – fani oglądają materiał wspólnie na czacie i dostają przypomnienia.



- ustaw baner „out now”
- opublikuj Shorts z utworem
- dodaj post Community i przypnij komentarz z linkiem
- ustaw główne wideo jako Video Spotlight
- uruchom Premiere / visualizer / lyric video
- odpowiadaj na komentarze, kieruj do smart linka



CZAT NA ŻYWO

- czekam od rana!
- pozdro z Krakowa
- kto jeszcze z przypomnienia?
- 🎵 **Artist Name: za chwilę się zaczyna, dzięki że jesteście!**



- sprawdź Analytics i najlepsze Shorts
- zareaguj na fanowskie treści
- dodaj nowe materiały do playlisty
- wybierz formaty do powtórzeń
- zaktualizuj opisy starszych filmów
- nie kończ promocji po weekendzie

Nie traktuj dnia premiery jako końca promocji – **nowi fani, trendy i zaangażowanie mogą pojawić się długo po wydaniu.**

10

ROZDZIAŁ

Pomysły na Shorts

Trzydzieści gotowych pomysłów – po dziesięć na każdą fazę premiery. Wybierz te, które pasują do Twojego utworu, i przerób na własny styl.

PRZED PREMIERĄ

- 1 Fragment refrenu z tekstem na ekranie
- 2 Kulisy nagrania wokalu
- 3 Reakcja na finalny master
- 4 5-sekundowy teaser teledysku
- 5 Fragment choreografii
- 6 „POV: kiedy słyszysz pierwszy raz nowy singiel”
- 7 Pokazanie okładki
- 8 Krótka historia: „o czym jest ten utwór”
- 9 Studio vlog w 15 sekund
- 10 Odliczanie do premiery

W DNIU PREMIERY

- 1 Najmocniejszy fragment utworu
- 2 Fragment teledysku
- 3 „OUT NOW”
- 4 Reakcja na premierę
- 5 Zachęta do stworzenia własnego Shorts’a
- 6 Kulisy planu
- 7 Tekst najważniejszej linijki
- 8 Link do Premiere
- 9 „Komentuj, jeśli byłeś na premierze”
- 10 Przypomnienie o pełnym wideo

PO PREMIERZE

- 1 Reakcja na komentarze fanów
- 2 Remix fanowskiego Shorts’a
- 3 Acoustic snippet
- 4 Live version
- 5 Behind the scenes
- 6 „Najczęściej cytowana linijka”
- 7 Tutorial: jak zagrać fragment utworu
- 8 Historia powstania refrenu
- 9 Fan video compilation
- 10 Short prowadzący do teledysku

CASE STUDY

Oliver Tree – „Miss You” (z Robinem Schulzem)

Gdy utwór zaczął zdobywać popularność, artysta opublikował **20 własnych Shortsów** z tym utworem oraz 4 dłuższe video – dokładnie strategia multi-format z tego playbooka.

6 → 75 mln

widzów kanału miesięcznie w 4 miesiące

1,8 mld

wyświetleń fanowskich Shortsów z utworem w jeden miesiąc

20 + 4

Shortsy artysty + dłuższe video wokół jednego utworu

Źródło [1]: oficjalne dane YouTube ogłoszone przez Lyora Cohena (Global Head of Music, YouTube), marzec 2023.

11

ROZDZIAŁ

Szablony do skopiowania

Gotowe do skopiowania i przerobienia. Pola w **[nawiasach]** podmień na własne linki, nazwy i dane.

Opis teledysku

SZABLON

[Tytuł utworu] jest już dostępny.

Obejrzyj oficjalny teledysk i posłuchaj utworu na swojej ulubionej platformie:
[smart link]

Subskrybuj kanał: [link]

Obserwuj artystę:

Instagram: [link] • TikTok: [link] • Spotify: [link]

Apple Music: [link] • YouTube Music: [link]

Credits:

Music / Lyrics / Production / Mix / Master / Video: [imiona]

Kontakt / booking: [email]

#artistname #songtitle #officialmusicvideo

ZANIM SKOPIUJESZ

- podmień **wszystkie** pola w [nawiasach] – jedno zapomniane psuje wiarygodność całego opisu
- kliknij każdy link na telefonie – tam sprawdzi go większość fanów
- najważniejsze CTA trzymaj w pierwszych 2-3 liniijkach – tylko one są widoczne przed „Pokaż więcej”

Opis visualizera

SZABLON

[Tytuł utworu] - official visualizer

Posłuchaj utworu na platformach streamingowych:

[smart link]

Dodaj utwór do swojej playlisty i zasubskrybuj kanał, żeby nie przegapić kolejnych wydań.

Obserwuj: Instagram · TikTok · YouTube Music · Spotify: [linki]

Credits: Music / Lyrics / Production / Visualizer: [imiona]

Przypięty komentarz

SZABLON

Dzięki, że jesteś tutaj w dniu premiery.

Posłuchaj utworu na swojej platformie: [smart link]

Napisz w komentarzu, która linijka najbardziej Ci została w głowie.

CTA do opisu starego filmu

SZABLON

Najnowszy singiel jest już dostępny.

Sprawdź tutaj: [link]

Jeśli podobał Ci się ten materiał, koniecznie zobacz nową premierę.

#3

YouTube wyświetla nad tytułem filmu **pierwsze trzy hashtagi z opisu**. Ustaw je świadomie: #ArtistName #SongTitle #OfficialMusicVideo – reszta nie będzie widoczna dla widza. [8]

Post Community – przed premierą

SZABLON

Nowy singiel już [data].

Ustaw przypomnienie do premiery teledysku tutaj: [link do Premiere]

Który fragment chcecie usłyszeć jako pierwszy?

A. refren B. zwrotka C. bridge D. niespodzianka

Post Community – w dniu premiery

SZABLON

Premiera!

[Tytuł utworu] jest już dostępny.

Obejrzyj teledysk / visualizer: [link]

Posłuchaj na platformach: [smart link]

Daj znać w komentarzu, skąd słuchasz.

Zapisz te szablony w notatniku telefonu albo w dokumencie zespołu – przy kolejnej premierze wystarczy podmienić dane i skopiować.

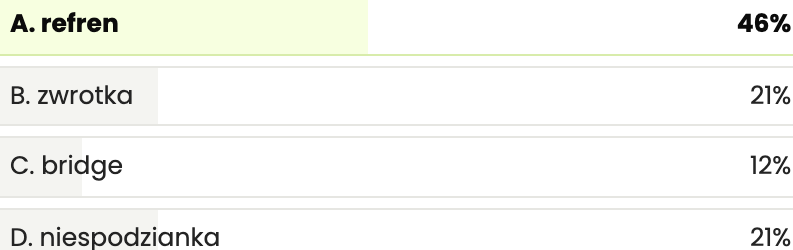
TAK WYGLĄDA OPUBLIKOWANY POST Z ANKIETĄ



Artist Name 🎵

2 godz. temu

Nowy singiel już w piątek. Który fragment chcecie usłyszeć jako pierwszy?



▲ 1,4 tys.

💬 238

komentarzy

4 812 głosów

12

ROZDZIAŁ

Checklista premiery muzycznej

A Przed premierą

- ☐ Wydanie poprawnie dostarczone do YouTube Music
- ☐ Spójny avatar, baner i opis kanału
- ☐ Pierwszy link prowadzi do pre-save / smart linka
- ☐ Teaser lub trailer przygotowany
- ☐ Premiere skonfigurowane
- ☐ Miniatury przygotowane
- ☐ Plan live / Premiere przygotowany
- ☐ Metadane i ISRC sprawdzone
- ☐ Pierwsza linijka opisu zawiera aktualne CTA
- ☐ OAC uporządkowany albo aplikacja w toku
- ☐ 3-5 Shortsów przedpremierowych gotowych
- ☐ Playlista wydania utworzona
- ☐ Opisy filmów napisane



Cassandra Jenkins

@CassandraJenkinsOfficial · 6.64K subscribers · 36 videos

The new album, 'My Light, My Destroyer,' is out now! <https://cassandra-jenkins.lnk.to/my-light-my-destroyer> and 5 more links

Subscribe

Przykład: pierwsza linijka opisu z aktualnym wydaniem i linkiem – dokładnie to, co odhaczasz w checkliście.

POSTĘP PRZYGOTOWAŃ

13 / 13

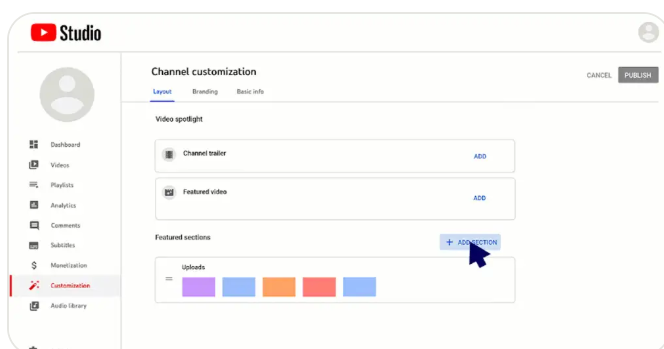
Wszystkie punkty odhaczone przed dniem premiery = spokojny release day, w którym zostaje tylko publikacja i rozmowa z fanami.

B W dniu premiery

- ☐ Baner zmieniony na „out now”
- ☐ Teledysk / visualizer opublikowany
- ☐ Post Community dodany
- ☐ Linki sprawdzone
- ☐ Zachęcasz fanów do tworzenia Shortsów
- ☐ Video Spotlight prowadzi do premiery
- ☐ Shorts z utworem opublikowane
- ☐ Przypięty komentarz ustawiony
- ☐ Odpowiadasz na komentarze
- ☐ Playlista wydania ustawiona wysoko na kanale

C Po premierze

- ☐ Analytics sprawdzone po kilku dniach
- ☐ Fanowskie treści zremiksowane / skomentowane
- ☐ Kolejny materiał zaplanowany na 2-3 tygodnie
- ☐ Promocja trwa minimum kilka tygodni po release day
- ☐ Najlepszy fragment wybrany do kolejnych Shortsów
- ☐ Opisy starszych filmów zaktualizowane
- ☐ Playlista wydania uzupełniona



Gdzie to ustawiasz? Wszystkie elementy z checklisty – Video Spotlight, sekcje i wyróżnione wideo – znajdziesz w YouTube Studio, w zakładce Dostosowanie kanału.

ZRÓB Z TEGO RYTUAŁ

Te same kroki przy każdym wydaniu budują rutynę, której nie psuje stres dnia premiery. Po 2-3 premierach checklista zajmie Ci godzinę zamiast całego dnia – a niczego nie przeoczysz.

13

ROZDZIAŁ

Najczęstsze błędy artystów na YouTube

1

Traktowanie YouTube jak magazynu teledysków

Wrzucenie klipu to początek, nie koniec. Bez opisu, linków, playlist, Shortsów i działań po premierze tracisz większość potencjału.

2

Brak poprawnej dystrybucji do YouTube Music

Bez tego możesz stracić Art Tracks, pełną obecność w YouTube Music i kwalifikację do OAC.

3

Publikacja tylko jednego formatu

Nie każdy obejrzy czterominutowy teledysk. Część fanów zacznie od Shorts'a, część od lyric video, część od Art Track'a, a część od YouTube Music.

4

Zakończenie promocji w dniu premiery

Release day nie jest metą. To moment, w którym zaczynają spływać dane i reakcje.

5

Nieaktualne opisy starych filmów

Stare filmy mogą nadal zbierać ruch. Jeśli nie prowadzą do aktualnych premier, marnujesz darmową powierzchnię promocyjną.

6

Brak spójności między platformami

Inna nazwa, inny avatar, przypadkowy baner i nieaktualne linki utrudniają fanom rozpoznanie Cię.

7

Ignorowanie komentarzy

Komentarze, czat Premiere i reakcje na fanowskie Shorts'y są częścią strategii, a nie dodatkiem do niej.

ZAPAMIĘTAJ

Większość błędów to nie brak talentu, tylko brak planu. Każdy z tych punktów da się naprawić przed kolejną premierą.

14

ROZDZIAŁ

Minimum bez budżetu

Nie masz budżetu na teledysk, agencję i kampanię? Zrób podstawy. To wszystko da się ogarnąć samodzielnie – wymaga tylko planu.

PRZED PREMIERĄ

- zaktualizuj kanał i dodaj CTA
- ustaw link do pre-save / smart linka
- przygotuj 3-5 Shortsów
- stwórz teaser
- zaplanuj Premiere
- przygotuj playlistę wydania

W DNIU PREMIERY

- zmień baner na „out now”
- ustaw Video Spotlight
- opublikuj Shorts
- przypnij komentarz
- odpowiadaj fanom
- udostępnij playlistę

PO PREMIERZE

- sprawdź Analytics
- powtórz format, który zadziałał
- zaktualizuj opisy starych filmów
- reaguj na komentarze
- twórz kolejne Shorts
- zaplanuj drugi materiał po premierze

To wszystko można zrobić bez dużego budżetu. **Wymaga tylko planu.**

CASE STUDY

Rema – „Calm Down” (z Seleną Gomez)

Najlepsza promocja bez budżetu? Fani. Shorts tworzone przez fanów z tym utworem dotarły do znacznie większej widowni niż oficjalny teledysk – **za darmo**.

60 mln

unikalnych widzów oficjalnych teledysków i Shortsów artysty

350 mln

unikalnych widzów fanowskich Shortsów w jeden miesiąc

Źródło [1]: oficjalne dane YouTube ogłoszone przez Lyora Cohena (Global Head of Music, YouTube), marzec 2023.

15

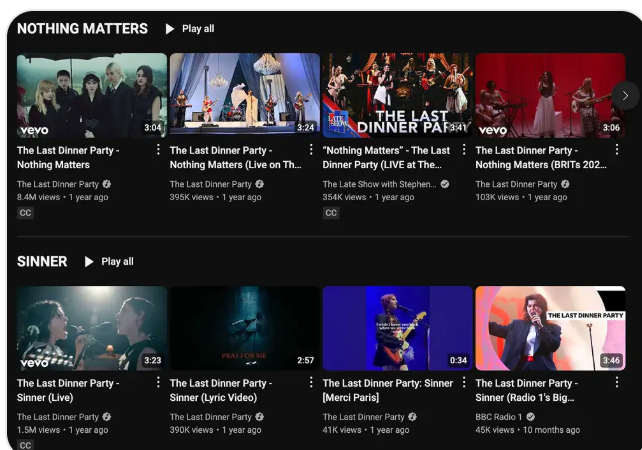
ROZDZIAŁ

Wersja pro

Jeśli masz więcej czasu, zespół lub budżet, rozbuduj strategię. Wersja pro zmienia premierę z jednorazowego uploadu w prawdziwą kampanię:

- Premiere teledysku z aktywnym czatem
- Live Redirect
- pre-save
- seria Shortsów z różnymi hookami
- kampania reklamowa na YouTube
- live session i wersja akustyczna
- analiza returning viewers
- live przed Premiere
- Preview w Shorts
- testy miniatur
- playlista z fanowskimi uploadami
- lyric video i visualizer
- plan post-release na 6-8 tygodni
- analiza creations i engagement

To podejście zmienia premierę z jednorazowego uploadu w **kampanię**, która pracuje przez wiele tygodni.



Przykład: osobne sekcje-playlisty dla każdego wydania – teledysk, lyric video, występy live – prowadzą fana od materiału do materiału.

16

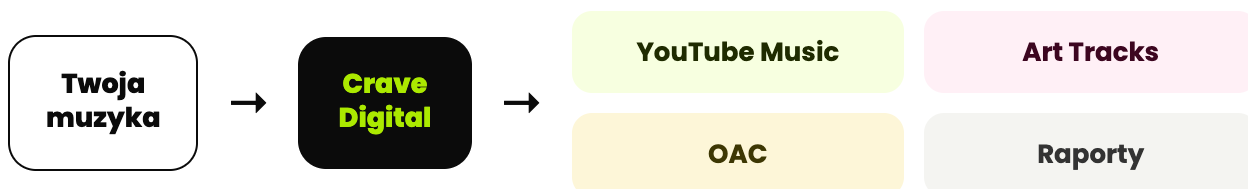
ROZDZIAŁ

Jak Crave Digital pomaga na YouTube

Crave Digital to nie tylko dystrybucja plików. To **fundament obecności** Twojej muzyki w ekosystemie cyfrowym. W kontekście YouTube oznacza to przede wszystkim:

- dystrybucję muzyki do YouTube Music
- obsługę ISRC
- podstawy pod Art Tracks
- dostęp do raportów
- poprawne metadane
- dostarczenie wydania do platform
- uporządkowanie katalogu
- planowanie premiery na wielu platformach

Dzięki temu Twoja muzyka nie jest tylko ręcznie wgrany filmem. Może funkcjonować jako **oficjalne wydanie** w ekosystemie YouTube i YouTube Music.



100 tys.+

tyle nowych utworów trafia do serwisów streamingowych **każdego dnia** (dane Luminate). Poprawne metadane i przemyślana premiera to sposób, żeby nie zginąć w tym tłumie. [3]

17

ROZDZIAŁ

Twoja premiera w jednym zdaniu

Nie publikuj muzyki jak pojedynczego pliku.
Zaplanuj ją jak kampanię.

Dystrybucja daje fundament.

YouTube daje formaty.

Shorts dają zasięg.

Teledysk daje emocje.

Playlisty dają ciągłość.

Komentarze dają relację.

Analityka daje decyzje.

Najlepsza premiera to nie ta, która ma jeden mocny dzień. **To taka, która pracuje przez wiele tygodni.**

2 mld+

zalogowanych widzów ogląda treści muzyczne na YouTube **każdego miesiąca**. Twoja publiczność już tam jest – playbook masz w ręku. ^[1]

TWÓJ NASTĘPNY KROK

Gotowy na premierę?

Z Crave Digital wydasz swoją muzykę na najważniejszych platformach streamingowych – w tym **YouTube Music, Spotify, Apple Music i TikTok**.

Zadbaj o poprawne metadane, ISRC, dystrybucję i podstawy pod strategię, którą naprawdę da się promować. Zaloguj się i przygotuj swoją następną premierę krok po kroku.

Rozpocznij dystrybucję →

Sprawdź plany dystrybucyjne



Źródła i dalsza lektura



Materiał opracowany na podstawie oficjalnych zasobów **YouTube for Artists** oraz **YouTube Help**, w tym sekcji dotyczących:

- Official Artist Channel
- Art Tracks
- multi-format release strategy
- pre-release, release day i post-release

Bibliografia

- [1] Cohen, L. (2023, marzec). *Did Shorts just double your audience?!?! [dane: Oliver Tree, Rema, 700 mln+, 2 mld+ widzów muzyki]*. YouTube Official Blog. <https://blog.youtube/news-and-events/lyor-march23/>
- [2] YouTube Official Blog. (2025). *\$8 billion: YouTube's twin engine continues to fuel the future of music*. <https://blog.youtube/news-and-events/8-billion-youtubes-twin-engine-continues-to-fuel-the-future-of-music/>
- [3] Luminate. (2024). *2023 Year-End Music Report* [100 tys.+ nowych utworów dziennie]. <https://luminatedata.com>
- [4] Wikipedia. (b.d.). *List of most-viewed YouTube videos* [7 z 10 najczęściej oglądanych filmów to muzyka]. https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_most-viewed_Youtube_videos
- [5] YouTube dla Artystów. (b.d.). *Wszystko o Oficjalnych Artystycznych Kanalach* [wideo]. YouTube. <https://youtu.be/ZJNjwYXH2OM>
- [6] YouTube. (b.d.). *Dostosuj markę i układ swojego kanału: zdjęcie profilowe, baner, zwiastun, sekcje i inne informacje* [wideo]. YouTube. <https://youtu.be/-dHIjmQyJFQ>
- [7] YouTube Help. (b.d.). *Official Artist Channels on YouTube*. <https://support.google.com/youtube/answer/7336634>
- [8] YouTube Help. (b.d.). *Używanie hashtagów do wyszukiwania filmów*. <https://support.google.com/youtube/answer/6390658>
- [9] YouTube for Artists. (b.d.). *Oficjalne zasoby i przewodniki dla artystów*. <https://artists.youtube.com>

Playbook ma charakter edukacyjny i praktyczny. Nazwy YouTube, YouTube Music, Shorts i powiązane znaki są własnością ich właścicieli. Crave Digital nie jest powiązane z YouTube ani Google.



Zeskanuj kod i rozpocznij dystrybucję z Crave Digital.

Twoja muzyka zasługuje na **więcej niż upload.**

Wydawaj, promuj i zarabiaj na swojej twórczości z Crave Digital.