



Rapport de présence digitale

Préparé pour : **Marco Di Bennardo** (vidéaste / photographe freelance) · Québec

Résumé : votre portfolio montre du travail — **mais il ne vend rien**. Aucun visiteur ne sait quoi acheter ni comment vous joindre vite : contenu figé depuis 2023, pas de services ni de tarifs affichés, aucun téléphone ni courriel — juste un formulaire anonyme. Pendant ce temps, vos concurrents montréalais publient **showreels et projets récents** là où les clients cherchent.

Constats

CRITIQUE Un portfolio figé depuis 2023

Le site marcodibennardo.com affiche ses derniers projets datés de 2023 (« Lac St-Jean — août 2023 », « Portraits 2023 ») et son contenu n'a pas bougé depuis mai 2024. Pour un vidéaste, un portfolio figé dit « je ne travaille plus » — même si c'est faux (vérifié le 5 octobre 2026).

→ *Un client corporatif qui compare deux vidéastes choisit celui dont le travail est récent et visible.*

CRITIQUE Aucun moyen de vous joindre directement

Pas de téléphone, pas de courriel publiés nulle part sur le site : le seul contact est un formulaire anonyme (nom + courriel + message), sans lien *mailto*: ni *tel*: (vérifié le 5 octobre 2026).

→ *Un client pressé ne remplit pas un formulaire en espérant une réponse — il appelle le concurrent dont le numéro est affiché.*

IMPORTANT Zéro preuve sociale en ligne

Aucun compte Instagram, Vimeo, YouTube ou LinkedIn vérifiable ne vous est attribuable en 2026 — pour un vidéaste, c'est pourtant là que les clients vont voir le travail. Pendant ce temps, **Guillaume Fabre Visuals** publie un showreel 2025 avec un Instagram actif, et **OBLK Prod** affiche 400+ projets sur un site de services complet.

→ *Vous êtes invisible exactement là où vos clients comparent les vidéastes.*

IMPORTANT Invisible sur Google

Pas de fiche Google Business, aucun contenu orienté vers les recherches commerciales (« vidéaste corporatif Montréal ») et un site 100 % français dans une ville bilingue (vérifié le 5 octobre 2026).

→ *Aucun trafic entrant : chaque mandat arrive par le bouche-à-oreille, jamais par une recherche Google.*

Recommandations

1. **Une page qui vend, pas juste qui montre** : bio, services détaillés, tarifs ou forfaits, témoignages clients et un appel à l'action clair sur chaque page.
2. **Un contact direct et visible** : téléphone et courriel affichés partout — un client corporatif doit pouvoir vous joindre en un clic, pas via un formulaire anonyme.
3. **Une preuve sociale vivante** : Instagram / Vimeo / YouTube avec showreel et projets récents reliés au site, plus une fiche Google Business pour capter les recherches « vidéaste Montréal ».

On continue ?

Chez **Alba Studio**, on crée des sites web pour les commerces de Montréal qui amènent des clients. On peut s'occuper de tout ça en 2 à 3 semaines.

info@albastudio.ca · albastudio.ca · **WhatsApp : (438) 979-5116**