

GUIDE COMMERÇANT · REVENUS RÉCURRENTS

Vos pass, vos revenus récurrents.

Comment transformer vos clients fidèles en abonnés, et passer d'un chiffre d'affaires incertain à des revenus prévisibles chaque mois — sans bouleverser votre commerce.

✦ *La fidélité, réinventée.*

POURQUOI CE GUIDE

La fidélité fait revenir vos clients. Le pass stabilise vos revenus.

Une carte de fidélité par visites est un excellent point de départ : elle donne une raison de revenir et vous montre qui sont vos habitués. Mais elle ne règle pas le problème le plus stressant d'un commerce : **un chiffre d'affaires qui dépend de la fréquentation du jour.**

Certaines semaines remplissent la caisse, d'autres la vident. Vous subissez la météo, les vacances, les jours creux. Difficile, dans ces conditions, de prévoir, d'investir ou simplement de dormir tranquille.

Le **pass** change cette équation. C'est un abonnement mensuel que vous vendez à vos meilleurs clients : ils paient chaque mois, reçoivent un avantage récurrent, et vous encaissez un revenu **prévisible**, indépendant du passage du jour.

L'IDÉE EN UNE PHRASE

Un client fidèle revient quand il y pense. Un client abonné a déjà payé — il revient pour rentabiliser son pass, et il revient plus souvent.

Ce guide vous montre, étape par étape, comment concevoir, fixer le prix et vendre vos pass — avec des exemples par métier et une méthode simple à appliquer dès cette semaine.

COMPRENDRE LE PASS

Qu'est-ce qu'un pass, concrètement ?

Un pass est un abonnement mensuel, vendu en boutique, qui donne droit à un avantage clair et répété. Le client le paie automatiquement chaque mois et le présente depuis l'application CoLinker.

**Pour le client**

Un avantage qui revient (un café par jour, une remise permanente, un service inclus). Il se sent privilégié et amortit son abonnement en quelques visites.

**Pour vous**

Un revenu mensuel garanti, encaissé d'avance, indépendant de la fréquentation. Et un client qui revient bien plus souvent.

Pass ou carte de fidélité : ce n'est pas la même chose

	Carte de fidélité	Pass (abonnement)
Ce que ça crée	Des visites récompensées	Un revenu mensuel récurrent
Quand vous encaissez	Au moment de l'achat	Chaque mois, d'avance
Effet sur la fréquence	Incite à revenir	Pousse à revenir pour rentabiliser
Votre visibilité	Qui revient	Qui revient + revenus prévisibles

À RETENIR

La carte de fidélité et le pass sont complémentaires : la première crée l'habitude, le second la transforme en revenu stable. Les deux vivent dans la même application.

POURQUOI LE PASS CHANGE VOTRE MODÈLE

Du chiffre d'affaires incertain au revenu prévisible.

Trois effets se cumulent quand vous lancez des pass.

1. Vous sécurisez une base de revenus

Chaque pass vendu est un montant qui tombe chaque mois, quoi qu'il arrive. Cette base couvre une partie de vos charges fixes et réduit votre dépendance aux bons jours.

2. Vous augmentez la fréquence de visite

Un client qui a payé un abonnement vient l'utiliser. Il passe plus souvent, consomme à côté de l'avantage inclus, et ancre votre commerce dans sa routine.

3. Vous fidélisez en profondeur

Un abonné ne compare plus : il a son commerce. Tant que le pass a de la valeur à ses yeux, il reste — et il en parle autour de lui.

LE CALCUL QUI COMPTE

Revenu récurrent = nombre d'abonnés × prix du pass

C'est le seul levier sur lequel agir : recruter plus d'abonnés, ou augmenter la valeur (donc le prix juste) du pass. Tout ce guide sert ces deux objectifs.

Astuce : même un petit nombre d'abonnés crée un socle utile. L'important est de commencer, puis d'affiner.

IDÉES CONCRÈTES

Quel pass pour votre commerce ?

Le bon pass repose sur un avantage que vos clients utilisent souvent et qui vous coûte peu à servir. Voici des pistes par métier — à adapter à votre réalité.

Métier	Exemple de pass	Pourquoi ça marche
Café / Coffee shop	« Le café du matin » — une boisson chaude par jour	Forte habitude quotidienne, coût matière faible, visite quasi assurée
Boulangerie	« Le pain du mois » — votre pain quotidien inclus	Achat ritualisé, le client passe tous les jours et complète son panier
Restaurant	« Le club déjeuner » — entrée ou café offert à chaque midi	Remplit les services réguliers, ancre l'habitude du midi
Coiffure / Beauté	« Entretien illimité » — brushing ou retouches inclus	Augmente la fréquence entre deux prestations payantes
Salle de sport	Abonnement déjà naturel — ajoutez un pass « premium » avec extras	Monte le panier moyen des membres les plus engagés
Boutique / Retail	« Cercle privilège » — remise permanente + ventes en avant-première	Crée un sentiment d'appartenance et des visites régulières

RÈGLE D'OR

Choisissez un avantage à **coût marginal faible** mais à **valeur perçue forte**. Le café, le pain, un service rapide : peu cher à offrir, très apprécié.

LA MÉTHODE

Comment fixer le prix de votre pass.

Un bon prix est gagnant-gagnant : assez bas pour que le client soit sûr de le rentabiliser, assez haut pour que chaque pass vous rapporte. Procédez en trois temps.

1. Partez de la fréquence réelle

Estimez combien de fois par mois un abonné utilisera l'avantage. Un avantage utilisé 12 fois par mois justifie un prix bien plus élevé qu'un avantage utilisé 3 fois.

2. Calez la valeur perçue

Le client doit pouvoir se dire : « en quelques visites, c'est remboursé ». Visez un prix où l'abonné s'y retrouve clairement s'il est régulier — c'est ce qui déclenche l'achat et la fidélité.

3. Vérifiez votre marge

Soustrayez le coût matière de l'avantage servi sur un mois. Ce qui reste est votre marge récurrente. Si elle est positive et que le client est gagnant, votre prix est juste.

EXEMPLE ILLUSTRATIF

Un café propose un pass « café du matin » à 24 €/mois. Coût matière d'un café : faible. Un habitué qui passe 20 fois dans le mois est largement gagnant ; le café conserve une marge récurrente sur chaque pass. *(Chiffres donnés à titre d'illustration — à adapter à vos coûts.)*

Commencez simple : un seul pass, un prix rond, un avantage clair. Vous ajusterez avec l'expérience.

SUR LE TERRAIN

Comment vendre vos pass en boutique.

Le pass ne se vend pas tout seul : il se propose, au bon moment, avec une phrase simple. La bonne nouvelle, c'est que vos meilleurs clients n'attendent que ça.

Le bon moment

- ✓ À l'encaissement d'un client régulier que vous reconnaissez
- ✓ Quand un client prend justement l'avantage qui serait inclus dans le pass
- ✓ Au moment où il complète sa carte de fidélité — il est déjà engagé

Le pitch en 20 secondes

À DIRE SIMPLEMENT

« Vous venez souvent — vous savez qu'on a un pass à [prix] par mois ? Votre [café / pain / service] est inclus tous les jours. En quelques visites c'est rentabilisé, et vous n'avez plus à y penser. »

Les bons réflexes

- ✓ Affichez le pass en caisse et en vitrine, avec un QR code à scanner
- ✓ Formez votre équipe à la phrase ci-dessus — 20 secondes suffisent
- ✓ Proposez-le sans insister : un client sur plusieurs dira oui, et c'est gagné
- ✓ Remerciez et valorisez vos abonnés : ils doivent se sentir privilégiés

PROJECTION

Ce que ça peut représenter.

EXEMPLE ILLUSTRATIF

Un café lance « le café du matin » à 24 €/mois

S'il convainc 80 habitués de s'abonner :

$$80 \times 24 \text{ €} = 1920 \text{ € / mois}$$

...de revenu récurrent, encaissé d'avance, en plus du chiffre d'affaires habituel.

(Exemple à titre indicatif — vos résultats dépendent de votre clientèle et de votre prix.)

Lancer vos pass en 4 étapes avec CoLinker

1

Créer

Définissez votre pass, son avantage et son prix dans CoLinker. Aucune compétence technique requise.

2

Afficher

Imprimez votre QR code et posez-le en caisse et en vitrine. Le client s'abonne en quelques secondes depuis l'app.

3

Vendre & scanner

Proposez le pass en caisse. À chaque visite, l'abonné présente son code, vous le scannez, l'avantage est appliqué.

4

Suivre

Votre tableau de bord affiche vos abonnés et votre revenu récurrent. Vous pilotez à vue, mois après mois.

BON À SAVOIR

CoLinker démarre à 0 € jusqu'à 300 clients actifs, puis évolue avec votre volume, sans engagement. Vos pass, eux, génèrent du revenu dès le premier abonné.

RÉCAPITULATIF

Votre checklist de lancement.

- ✓ Choisir **un** avantage à coût faible et valeur perçue forte
- ✓ Fixer un prix où l'abonné régulier est clairement gagnant
- ✓ Créer le pass dans CoLinker et imprimer le QR code
- ✓ L'afficher en caisse et en vitrine
- ✓ Préparer votre phrase de 20 secondes et former l'équipe
- ✓ Le proposer à vos habitués reconnus, sans insister
- ✓ Suivre votre nombre d'abonnés et ajuster après quelques semaines

LE SEUL VRAI PIÈGE

Attendre « le bon moment » pour se lancer. Commencez avec un seul pass simple cette semaine : vous apprendrez bien plus en vendant qu'en réfléchissant.

Prêt à lancer vos pass ?

Créez votre programme et vos pass en quelques minutes, gratuitement pour démarrer.

colinker.fr

© 2026 CoLinker — La fidélité digitale pour les commerces locaux. Les exemples chiffrés de ce guide sont fournis à titre illustratif.