

Monica Sirani

FrancoAngeli

PROFESSIONE PERSONAL SHOPPER

Segreti e strategie per trasformare
lo shopping in business



Trend

Trend

Le guide in un mondo che cambia

In testi agili, di noti esperti, le conoscenze indispensabili nella società di domani.

Monica Sirani

FrancoAngeli 

PROFESSIONE PERSONAL SHOPPER

Segreti e strategie per trasformare
lo shopping in business

Trend

Editing e redazione a cura di Claudia Rusconi

Progetto grafico di *Elena Pellegrini*

Copyright © 2010 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Ringraziamenti	pag. 13
Prefazione , di <i>Sabrina Tolomeo</i>	» 15

Parte prima Profilo e formazione

1. Personal shopper: come nasce, che cosa fa oggi	» 19
1. Origini e sviluppo di un mestiere	» 20
2. Una professione nuova: quando e come nasce	» 21
3. Una guida personalizzata all'acquisto	» 22
4. Tipologie ed esempi di personal shopping all'estero	» 23
5. Il ruolo e la fisionomia del personal shopper in Italia	» 25
6. La percezione della professione nell'opinione pubblica	» 25
7. Il personal shopping nei media	» 26
2. Una figura nuova	» 28
1. Il profilo del personal shopper	» 29

2. Requisiti personali e professionali	pag. 30
3. La psicologia, le attitudini, i comportamenti	» 31
4. Formazione culturale e professionale	» 31
5. L'offerta formativa	» 32
5.1. I corsi e le qualifiche	» 33
5.1.1. In Italia	» 34
5.1.2. All'estero	» 35
3. Un lavoro "da sogno"	» 38
1. Opportunità professionali	» 39
2. Lavorare per un'azienda	» 39
3. Lavorare in proprio	» 40
4. I vantaggi di una carriera da personal shopper	» 41

Parte seconda

L'attività e i servizi

4. Campi di applicazione del personal shopping	» 45
1. Diverse tipologie di richieste	» 46
2. Aree di specializzazione	» 46
2.1. Moda	» 47
2.2. Arredamento e Design	» 48
2.3. Beauty	» 48
2.4. Itinerari enogastronomici	» 49
2.5. Elettronica	» 49
2.6. Regalistica	» 49
2.7. Shopping per l'infanzia	» 50
2.8. Shopping on-line	» 50
2.9. Personal assistant	» 51
2.10. Anziani e disabili	» 51
2.11. Shopping per turisti	» 51
2.12. Itinerari e Vacanze	» 52
2.13. Real estate	» 52
2.14. Macchine e mezzi di lusso	» 53

5. I servizi di personal shopping e le tipologie di lavoro	pag.	54
1. Servizi diversi per esigenze e clientele diverse	»	55
2. Shopping Tour	»	55
2.1. Organizzazione pratica del tour e l'incontro con il cliente	»	57
3. Shopping on demand	»	58
4. Ricerca regali	»	59
5. Consulenza d'immagine	»	59
6. Organizzazione del guardaroba	»	60
7. Consulenze on-line	»	63
8. Stylist	»	64
9. Cool hunter	»	64
6. Analisi del cliente	»	66
1. Tipologie di clienti	»	67
1.1. Clienti privati	»	67
1.2. Clienti aziendali	»	68
1.3. Clienti italiani	»	68
1.4. Clienti stranieri	»	69
2. Psicologia e sociologia del cliente	»	69
3. Come comportarsi con il cliente: consigli utili	»	71
4. L'approccio interculturale	»	73
5. La capacità relazionale	»	74
6. La gestione dei reclami	»	75
7. Case study: giornate di shopping	»	76

Parte terza

La creazione di un business plan

7. Mettersi in proprio: da dove iniziare	»	81
1. Pianificare il lavoro	»	82
2. L'area o le città dove si intende operare	»	82
3. Analisi del mercato di riferimento	»	83
4. La scelta dei servizi da offrire	»	83

5. Chi sono i vostri clienti?	»	84
6. Chi sono i vostri competitor?	»	84
7. Individuare i fornitori/partner	»	85
7.1. Come ci si presenta ai fornitori/partner	»	86
7.2. Selezionare negozi, showroom e outlet	»	87
7.3. Structurare il rapporto con i fornitori	»	88
7.4. La fidelizzazione	»	88
7.5. Lavoro di team	»	89
7.6. La negoziazione	»	89
8. Le tariffe dei servizi	»	89
9. Il piano marketing e i suoi strumenti	»	90
10. Il budget necessario per l'avviamento dell'attività	»	91
11. I costi di gestione	»	92
12. Questioni legali	»	92
8. Organizzare e gestire il lavoro	»	94
1. Scegliere e organizzare l'ufficio	»	95
2. Pianificare e gestire l'agenda	»	95
3. Selezionare i propri collaboratori	»	96
4. Trovare e contattare i clienti	»	97
5. La giornata tipo del personal shopper	»	97
9. Immagine e comunicazione	»	99
1. Lavorare per migliorarsi	»	100
2. Curare il look e l'immagine di sé	»	100
3. Creare l'immagine aziendale	»	101
4. Gli strumenti di comunicazione	»	102
4.1. Sito internet	»	103
4.2. Biglietto da visita, dépliant, brochure	»	104
4.3. Il comunicato e la cartella stampa	»	105
4.4. L'intervista	»	106
4.5. La conferenza stampa	»	107

Appendice

Un aggiornamento continuo	pag. 111
1. Al passo con le ultime tendenze	» 112
2. Fiere, manifestazioni, eventi	» 112
3. Appunti di shopping	» 115
4. La creazione del book	» 116
5. Ricerche e indirizzi utili	» 117
6. Esempi di questionari	» 118
Breve glossario del personal shopper	» 123
Bibliografia consigliata	» 125

Eleganza non è farsi notare, ma farsi ricordare.

Giorgio Armani

Avete presente quando incrociate due bei occhi che vi sorridono, e il cuore vi si scioglie come una noce di burro sul pane tostato caldo??... Io mi sento così quando vedo un negozio...!

Rebecca Bloomwood, I Love Shopping

Un uomo non ti tratterà mai meglio di un grande magazzino.

Rebecca Bloomwood, I Love Shopping

Per essere insostituibili bisogna essere diversi.

Coco Chanel

Ricordati che non avrai mai una seconda possibilità per fare una buona prima impressione.

Anonimo

Vesti male e noteranno il vestito; vesti impeccabilmente e noteranno la donna.

Coco Chanel

L'abito fa il monaco. In società, le persone nude non contano quasi niente.

Mark Twain

Ringraziamenti

Il primo ringraziamento va a Claudia Rusconi, la mia straordinaria editor, per il suo fondamentale aiuto, i suoi preziosi consigli e suggerimenti.

Un grazie speciale a Sabrina Tolomeo per aver creduto nel progetto, con l'affetto e la fiducia che mi ha dimostrato sin dall'inizio della nostra collaborazione e a tutto lo staff dell'Accademia Uptodate.

Ringrazio Nicola Benedettini di Polimoda per i suggerimenti, i preziosi contatti e per il suo fondamentale appoggio.

In particolare ringrazio e dedico questo libro ai miei fantastici genitori che con tanto amore hanno sempre condiviso e appoggiato le mie scelte credendo in me, così come di fondamentale supporto è stata tutta la mia splendida grande famiglia che adoro e ringrazio di cuore.

Voglio poi ringraziare i miei carissimi amici che mi sono particolarmente vicini con il loro affetto. Un grazie speciale alle mie stupende amiche: Cinzia, Serena, Nicoletta, e Cristina che mi hanno incoraggiato e sostenuto anche in questa piccola grande impresa.

Grazie infine all'Editore FrancoAngeli che ha reso possibile la realizzazione di questo libro.

M. S.

Prefazione

In Italia da pochi anni sta crescendo – oltre tutto la passione per un’arte ormai entrata di diritto nei “nuovi mestieri” della moda. Il personal shopper.

Con Uptodate Fashion Academy ho voluto creare una delle più importanti ed esclusive scuole di moda di Milano, con innovativi metodi di insegnamento e docenti di alto profilo, tra cui sono fiera di citare Monica, per fornire una completa e accurata preparazione nei settori di Styling, Design, Beauty e Consulenza d’Immagine, personal shopper – creando, allo stesso tempo, uno stretto legame con l’evoluzione delle tendenze e le esigenze produttive del fashion business.

Dal mio incontro con Monica – una tra le più rinomate e ricercate personal shopper d’Italia – è nata subito una splendida collaborazione, uno scambio positivo di vitalità ed energia, un comprendere le esigenze del mercato e reciprocamente adattarle alla realtà formativa attuale.

Non per ultimo, il nuovissimo libro di Monica rappresenta il futuro di questo mestiere e settore in crescita.

Professione personal shopper è un libro dai tratti unici, un vero contenitore di insegnamenti e suggerimenti utili all’avvio della professione del personal shopper. Già dalle prime pagine si sfoglia un’arte pura, una passione smisurata nel voler trasmettere gli strumenti e le “chicche” di questo new fashion business. Un libro su cui per prima ho creduto, in quanto unico nel suo genere e soprattutto primo in Italia, destinato a entrare di diritto

nelle case dei molti appassionati di shopping e di chi con fare avanguardista ambisce a costruirsi una nuova professione nella moda.

Io e Monica abbiamo deciso di intraprendere un viaggio e partire insieme alla scoperta di un lusso nuovo, un lusso moderno: il lusso di riscoprire il tempo e il suo valore.

L'arte di fare shopping implica la capacità di esplorare e interpretare le correnti estetico-emozionali dei nostri giorni.

Nei luoghi "commerciali" più frequentati del nostro tempo libero risiede oggi una parte significativa della contemporaneità: quello che compriamo, e soprattutto come compriamo, sono diventati una delle esperienze più dense della nostra quotidianità.

Una relazione più forte e pungente che in altre epoche, quella tra il consumare e l'essere: perché non facciamo acquisti per sopravvivere ma per procurarci piacere.

E uno dei piaceri della modernità non sta più tanto nel possedere quanto nel comunicare...

Un inno alla vita: perché la memoria delle nostre emozioni è l'unica misura del tempo.

Sabrina Tolomeo
Director, Co-Founder
Uptodate Fashion Academy

Parte prima

Profilo e formazione

1

Personal shopper: come nasce, che cosa fa oggi

