

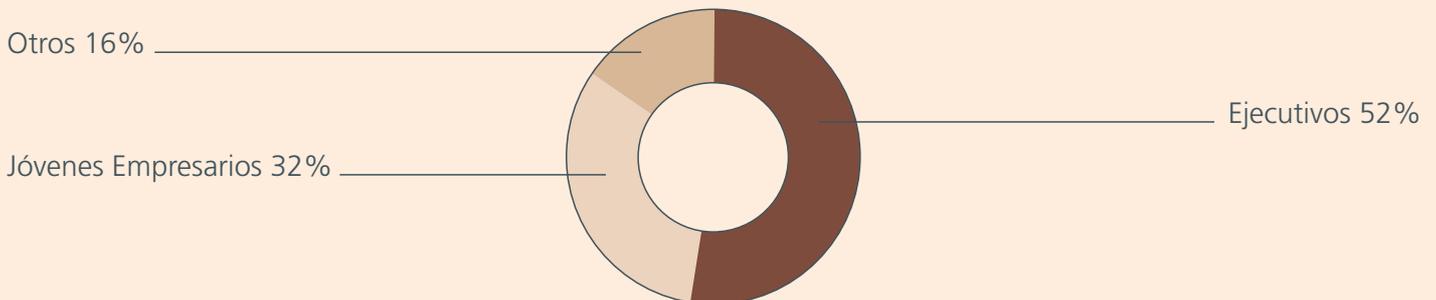
CONTEXTO SECTORIAL

Actualmente la profesión de *Personal Shopper* es una de las más solicitadas en el sector de la Moda y de la Imagen, convirtiéndose en una figura imprescindible en muchos campos del sector.

El origen de esta demanda proviene del hecho de que la imagen personal es cada vez más importante y hay un importante colectivo de consumidores que quiere tener una buena imagen por motivos personales o profesionales y no disponen del tiempo necesario para poder cuidarla satisfactoriamente, por lo que solicitan estos servicios.

El *Personal Shopper* se encarga de orientar y aconsejar sobre las prendas y complementos que deben comprar sus clientes en función de sus características y necesidades. Es un profesional que debe tener conocimientos de morfología, peluquería, maquillaje y asesoramiento de imagen, entre otros, además de tener una formación relacionada con la moda y la estética.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE PERSONAS QUE REQUIEREN LOS SERVICIOS DE *PERSONAL SHOPPER*



Ejecutivos: ejecutivos ocupados que desean permanecer al día con las tendencias aunque no tienen tiempo para realizar sus compras.

Jóvenes Empresarios: personas que optan por tener el lujo y la comodidad de un servicio de compras personalizadas.

Otros: clientes que necesitan realizar una consulta sobre un regalo o no quieren buscar un regalo para ocasiones especiales

DAFO

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> Crisis económica Clientes cada vez más exigentes Débiles barreras de entrada 	<ul style="list-style-type: none"> Aumento de la preocupación por la apariencia física y "estar a la última" Aparición de nuevos canales de comunicación relacionados con el mundo digital: blogs de moda, redes sociales, etc.
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> No se necesita ninguna inversión, sólo conocimientos de moda e imagen Profesión de futuro Trato personalizado Público objetivo con alto poder adquisitivo 	<ul style="list-style-type: none"> Necesaria una buena reputación Pérdida de personalidad o criterio para comprar ropa del cliente

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TAMAÑO DE MERCADO

Como el área de actuación del *Personal Shopper* es muy diversa, podemos considerar diferentes mercados potenciales que puedan requerir sus servicios. Además de una persona particular, encontramos Centros Comerciales, Grandes Almacenes (a destacar El Corte Inglés), Hoteles de 4 y 5 estrellas (2.179 establecimientos), Asesoramiento en eventos (destacando las bodas), Consultor online (4,2 millones de internautas afirman haber comprado moda durante 2011 al menos una vez de forma online) y Firmas de renombre y otras empresas.

CLIENTES

El perfil de cliente cada vez es más amplio y variado: personas que no disponen de tiempo para comprar o necesitan de alguien para que les asesore sobre la mejor imagen que pueden proyectar; clientes VIP de firmas de renombre que compran mensualmente; políticos, cantantes, presentadores, actores, etc.; tiendas y empresas que necesiten asesoramiento para el vestuario de sus empleados, para la decoración del local, etc.; entre otros.

ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

Como competencia consideramos a todas aquellas personas que trabajan como *freelance* desempeñando las funciones de *Personal Shopper*, así como todas las empresas que disponen de estos servicios como pueden ser las empresas de Asesoramiento de Imagen.

¿QUÉ PRODUCTOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

SERVICIOS BÁSICOS	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
<p>Comprar la ropa o complementos para el cliente, ya sea acompañándolo o sustituyéndolo</p> <p>Desarrollar el fondo de armario perfecto para el día a día del cliente</p> <p>Rutas de compras personalizadas</p> <p>Asesoramiento para empresas en vestuario y uniformes de los empleados</p> <p>Asesoría de imagen a empleados</p>	<p>Asesoramiento vía online y por email</p> <p>Organización de desfiles privados</p> <p>Análisis de casas. Decoración de la casa y de la mesa para fiestas a domicilio</p> <p>Fiestas para adolescentes, despedidas de soltera</p> <p>Cursos sobre moda, decoración, automaquillaje y belleza</p> <p>Regalos de empresa</p> <p>Rutas para ejecutivos</p> <p>Formación para empleados</p> <p>Contenidos y consultorios de moda para webs comerciales</p>

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DEL PERSONAL SHOPPER TIPO

CNAE (2009)/SIC	9609
IAE	9799
Condición jurídica	Autónomo / Sociedad Limitada
Localización	Áreas metropolitanas
Personal y estructura organizativa	Personal con conocimientos de <i>Personal Shopper</i>
Instalaciones	100 m ²
Clientes	Particulares que soliciten asesoramiento, empresas, hoteles, centros comerciales, grandes almacenes, etc.
Herramientas promocionales	Boca-oído, marketing online, colaboración con medios de comunicación del sector de la moda (tanto online como tradicional), promoción a través de relaciones públicas, colaboración con <i>celebrities</i>
Facturación	40.000 - 65.000 euros
Valor de lo inmovilizado/Inversión	3.006 euros si se constituye Sociedad Limitada
Importe gastos anuales	20.000 - 50.000 euros

RECOMENDACIONES

Si deseas trabajar como *Personal Shopper* debes adquirir los conocimientos necesarios a través de la amplia oferta ofrecida por organizaciones y centros formativos, y es necesario que poseas una serie de cualidades para desempeñar tu trabajo como son: poseer buenos modales, estar dotado de un gusto refinado, ser diplomático y tener capacidad de escucha, saber relacionarse con personas de todos los niveles sociales y conocer bien todos los comercios de la ciudad donde realizar las compras.

Debido a las características de la profesión, son muchas las facilidades para poder montar tu propio negocio, ya que inicialmente no necesitas oficina ni personal a cargo para poder realizar un servicio. Lo importante es comenzar creando una cartera de clientes fieles.

La tendencia actual en esta actividad se dirige a una mayor diversificación de servicios y el empleo de nuevos canales como el digital.

ENLACES DE INTERÉS

www.psschool.es · www.oepsym.com · www.acotex.org · www.shopin.es · www.quemepongo.es