

## **Définition :**

Le personal shopper est un professionnel de la mode qui accompagne et conseille lors du shopping, il est au courant des tendances. Il trouve les vêtements en fonction du budget, du goût et de la personnalité du client. Le client cherche un gagne temps.



Il permet de faire évoluer un style vestimentaire ou le confirmer. Il n'est pas dans la réflexion du style de la personne, il est détecteur de tendance, au courant des bonnes adresses.

## **Les compétences :**

Pour exécuter correctement ce métier, cela demande des qualités humaines importantes.

- Rapide - Attentive - Passionnée - Curieuse - Entreprenante
- Organisée - Souriante - Sociable - A l'écoute - Discrète

En résumé, le personal shopper doit être curieux des nouvelles tendances (vivre avec son temps), doit traiter avec rapidité les doléances de sa cliente, être attentif aux styles vestimentaires que porte sa cliente lors de sa première rencontre avec celle-ci. Avoir un regard discret et non accusateur, et porter un jugement explicite sur l'image de celle-ci. Proposer une vision de la future garde-robe, de manière organisé/claire en proposant un circuit shopping en cohésion avec l'attente de sa cliente. Sociable et souriant, le personal shopper se doit être rassurant et apporter des justifications à chaque question posée par la cliente.

## **Le rôle du personal shopper :**

1. Il doit trouver les produits qui sont en adéquation avec les objectifs de la cliente, le moment et avec sa personnalité détectée à l'instant.
2. Avoir une solide connaissance du terrain, une bonne organisation pour éviter la perte de temps.
3. Il est en mesure de reformuler, personnaliser le dress code existant en tenant compte de la morphologie et du style qui sera fait au préalable par un conseiller en image.
4. Il est le confident durant le temps du shopping, il est le fil conducteur.

5. Il doit avoir une capacité d'écoute pour lui apporter ce qu'elle demande.
6. Avoir la capacité à amener un climat de confiance (certains veulent voir la garde-robe avant). Il doit être informé de la mode
7. Ne pas transférer ses goûts.
8. Faire preuve d'empathie, il doit guider et diriger sa cliente et ne pas la suivre. Montrer de l'assurance dans ses choix. Expliquer l'agencement du magasin.

Et également il doit être dans l'adaptabilité selon l'âge de ses clientes.

<b>L'adolescente</b>	<b>La trentenaire</b>	<b>La business woman</b>	<b>La quarantenaire /</b>	<b>La cinquantenaire / Soixantenaire</b>
	- Sentimental ou recherche professionnel			
- Fashion	- Elles sont dans l'envie de se donner les moyens de réussir.	- Conseils avisés pour faire évoluer sa garde-robe existante.	- Vrai besoin, voir mal être.	- Plus un moment pour quelle s'occupe d'elle, se faire plaisir.
- Peu coûteux	- Une journée de plaisir qui doit lui permettre de gagner en assurance et en mieux être.	- Neutralité	- Car elle peut changer de silhouette, de poids, ...	- Remise à niveau de la garde-robe
- Qui font de l'effet		- Souvent traditionnelle : donc il faut tous justifier (pourquoi je dis ça, ...)		- Friande de bonne adresse.
	- A plus besoin d'être épaulée, rassurée	- Se calquer à son image.		

Une date est fixée pour un accompagnement shopping, quelques étapes vont vous permettre de vous aider à mieux le préparer.

### **1. Le briefing, l'entretien pour cibler les besoins :**

Il faut organiser un entretien visuel ou téléphonique (à déconseiller) pour permettre de déterminer les attentes, l'environnement, ses habitudes de vie et son budget pour le rendez-vous.

C'est l'étape clef de la collaboration.

#### **1. Construire son briefing ? :**

Effectuer une colorimétrie et une détection du style selon le temps que l'on veut accorder à l'analyse de morphologie. L'analyse de la garde-robe, éventuellement, le budget et les attentes ou les objectifs personnel ou professionnel.

#### **2. Le repérage pour confirmer votre professionnalisme :**

Le net ça peut être rapide.

Si l'on intervient que dans un seul magasin c'est plus facile.

Il faut savoir qu'il faut cibler les vêtements pour gagner du temps.

Bien organiser le circuit, limiter la perte de temps dans les transports. Bien organiser son portant (pantalons avec pantalons etc...).

Egalement pour les essayages. D'abord essayer les bas, redonner à la vendeuse ceux qui ne vont pas et on valide, pour voir après les vêtements qui lui va.

Puis tous les hauts pour finir avec les robes (ou en 1er)

#### **3. Le travail sur le terrain avec sa cliente, énumération des étapes :**

Commencer par la boutique la plus éloignée pour finir par la plus proche de la voiture.

Revalider avec la cliente dès l'entrée en magasin : Vous me rappelez votre colorimétrie ? votre morphologie ?

Avant l'entrée en cabine : s'il on a un doute sur la coupe de la robe par exemple, il faut l'expliquer à la cliente. Comme ça s'il y a un problème nous sommes « protégés », car la cliente avait été prévenue avant.