

Los secretos de una Personal Shopper

Ana Leticia Fernández, directora del departamento de Personal Shopper de Sevilla de Moda, nos habla sobre algunas de las claves de la profesión de moda.

- Tras tu recorrido en el mundo de las pasarelas ¿en qué momento decidiste ser Asesora de Imagen, Personal Shopper?

Desde muy pequeña amigas y familiares me pedían consejos y me solicitaban el último retoque en su imagen. Con el paso del tiempo, mi padre me animó a dedicarme a este sector.

A los 21 años emprendí con Eventos21, una empresa dedicada a la gestión de acciones promocionales y eventos internacionales. Fueron varios los clientes del sector moda, quienes confiaron en mi a la hora de reforzar la atención a sus clientes o seleccionar sus nuevas colecciones para la temporada. Ahí vi una pasión como era el especializarme en vestuario.

- ¿Crees que el público de a pie conoce realmente las labores del Personal Shopper? Poco a poco y con mucho esfuerzo, sí. El personal Shopper es mucho más que un consumista amante de las últimas tendencias. Somos profesionales de la moda y conocemos las tendencias, pero nuestra labor va mucho más allá que ir de compras. Nuestra labor es conocer el estilo de vida de nuestro cliente y conectar su imagen a sus objetivos profesionales y laborales.

- ¿Quieres decir que no tenemos por qué vestir la tendencia?

Exacto. No todos debemos tener una imagen innovadora o atrevida. Nuestra imagen y la de nuestros clientes debe ser aquella que es positiva y productiva para cubrir necesidades y alcanzar objetivos personales.

El vestuario de una persona debe ser una prolongación de seguridad y fortaleza a la hora de enfrentarse a sus sueños, ya sea con ropa de Outlet o de Dolce&Gabbana.

- ¿La tendencia no es para todos?

No todas las personas han de vestir con colores de temporada ya que cada puesto laboral exige una imagen y cada vida es distinta. Nuestra obligación es crear un vestuario cómodo y práctico para la vida de nuestros clientes.

- ¿La característica más complicada en tu profesión?

Entender la vida de nuestro cliente como la nuestra propia. Cada cliente es distinto y hay que entender sus necesidades. Mis clientes son desde señores con 50 años que desean tener una imagen mas actualizada, hasta una señora que desea disimular sus curvas para sentirse segura al recoger a sus hijos en el colegio.

- ¿Es necesaria la formación o con tener estilo propio es suficiente?

No sirve de nada que tengas estilo o que siempre destagues en tu comunidad. Lo complicado es vestir a una señora de 1'60 metros con una armonía voluminosa y un presupuesto de 80 €, o un señor de 1'97 metros de altura con una talla muy pequeña, esto si es difícil. Ahí es donde ves la realidad de esta profesión. Toda aquella persona que quiera trabajar en esta actividad debe tener la formación adecuada.

- ¿Realmente existen posibilidades laborales en esta profesión?

Hay que ser realista la situación laboral actual en nuestro país es difícil para todos los sectores pero cada vez son más los centros comerciales y las empresas del sector, las que nos reclaman este perfil profesional para ofrecer una atención personalizada y profesional a sus clientes.

Actualmente dispongo de un equipo de asesores de imagen que trabajan y semanalmente recibimos peticiones.

- ¿Cuál es la característica esencial de la profesión de Personal Shopper?

Empatía y autonomía. Empatía a la hora de conectar con otras personas y otra autonomía para impulsar de una manera objetiva y clara esta profesión tan exigente.

Dedicarte a la moda es una pasión, no sientes que vas a trabajar puesto que tus pies se mueven solos. Actualmente, no dispongo de tanto tiempo para atender asesorías de imagen y es mi equipo el que normalmente atiende las peticiones. Siempre acaban

encantados de poder ayudar, compartir consejos y aportar conocimientos a esas personas que lo reclaman.

Fuente: <https://www.sevillademoda.es/>