

PERSONAL SHOPPER

Alessia Piva, 31 anni,
personal shopper a Venezia.



L'aspetto più divertente del mio lavoro? Quelle che io chiamo le "mission impossible". Come trovare un paio di sandali simili a quelli visti su una rivista patinata, ma senza pagarli un patrimonio. Giri ore e ore per negozi in compagnia dei clienti ed è una gran soddisfazione, alla fine della giornata, vedere sui loro visi l'impazienza di sfoggiare i nuovi acquisti. Ma mi capita anche di andare a scovare l'oggetto d'antiquariato nei mercatini: vivendo in una città d'arte, molto spesso sono queste le richieste che mi arrivano dai turisti. Ecco perché, se vuoi iniziare questo mestiere, ti consiglio, prima, di battere a tappeto tutta la tua zona e costruirti un'agenda con i numeri dei migliori negozi, dalle botteghe artigiane più costose, fino ai mercatini e agli outlet meno conosciuti (trovi tanti spunti sul blog dei personal shoppers italiani, www.ipersonalshoppers.com). E poi devi imparare a capire chi hai di fronte: molto spesso le persone che chiedono il tuo aiuto hanno le idee confuse e devi essere tu a proporre l'acquisto perfetto. Lo so che non si tratta di un lavoro "di vita o di morte". Ma aiutare qualcuno a trovare ciò che desidera o che ha sempre sognato è comunque un piacere. E infatti, oltre a fare la personal shopper, con un'amica ho anche aperto un'agenzia di wedding planning».

COME DIVENTARLO Non esiste un percorso di studi canonico: qui contano molto l'inventiva e l'attitudine personale. Se comunque vuoi prepararti al meglio, una laurea in relazioni pubbliche ti può aiutare molto. E tra i corsi di specializzazione segnati quello di Polimoda a Firenze (tel. 055/7399631, www.polimoda.com), che propone 10 lezioni sul marketing e sulla psicologia dell'acquisto (costa € 2.160). A Milano invece puoi frequentare il corso di Uptodate Fashion Academy: 12 incontri a € 2.800 (www.fashionuptodate.com, tel. 02/7626791).

IL CONSIGLIO DI ALESSIA Per metterti in proprio, le spese non sono esagerate: basta un piccolo ufficio dove accogliere le persone, con pc,

telefono e fax. Più una macchina per correre da un negozio all'altro. Per farti pubblicità creati un sito Internet (il mio è www.styleandshop.com) e comincia a collaborare per le catene di hotel, i villaggi turistici e i centri commerciali. Così la voce comincerà a spargersi e, vedrai, in breve avrai un'agenda fittissima di impegni e di clienti tutti tuoi.

QUANTO SI GUADAGNA I prezzi vanno da € 50 a 200 per un pomeriggio di compere. Chi ha già un nome e molta esperienza, può arrivare a chiedere anche fino a € 1.000 al giorno.