



MCR65. Personal shopper



MCR65

Facturación electrónica

El contenido formativo se adecúa a la unidad de competencia UC1248_3 del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (CNCP).

Duración: 40 horas

Modalidad: 100% online

Requisitos y conocimientos previos: no se requiere nivel académico previo, pero al ser en modalidad online es necesario poseer conocimientos básicos de informática, así como habilidades básicas de comunicación lingüística que permitan el aprendizaje y el seguimiento de la formación.



Objetivos



Objetivo general

- Asesorar al cliente en vestuario, moda, planificación de compras y protocolo.

Objetivos específicos

- Identificar las características y funciones principales de la figura del personal shopper en distintos contextos.
- Analizar la evolución histórica y las tendencias actuales relacionadas con la profesión del personal shopper.
- Describir las habilidades sociales y principios éticos necesarios para el ejercicio responsable de esta profesión.
- Explorar las herramientas digitales y tecnológicas que optimizan el trabajo del personal shopper.
- Valorar las oportunidades de desarrollo profesional y los modelos de negocio vinculados al emprendimiento en este sector.
- Identificar las características cromáticas y morfológicas individuales para realizar asesorías de imagen precisas.
- Analizar las necesidades específicas y prioridades del armario personal en función del estilo de vida y los roles profesionales y personales.
- Gestionar y organizar estratégicamente un fondo de armario eficaz, práctico y versátil.
- Aplicar técnicas psicológicas para entender y potenciar la percepción e identidad mediante la elección adecuada del vestuario.

- Identificar las etapas históricas clave en la evolución de la moda y su impacto en las tendencias actuales.
- Analizar críticamente las influencias sociológicas, económicas y geopolíticas en la definición de tendencias globales de moda.
- Utilizar herramientas digitales y tecnológicas específicas para la detección y seguimiento profesional de tendencias emergentes.
- Reconocer prácticas innovadoras y sostenibles dentro de la industria textil, valorando sus implicaciones ambientales y sociales.
- Adaptar con eficacia las tendencias actuales de moda a perfiles diversos de clientela, considerando necesidades específicas y preferencias personales.
- Identificar rutas y establecimientos adecuados según las preferencias y necesidades específicas de la clientela.
- Aplicar técnicas de planificación logística para optimizar el tiempo, transporte y coordinación en las sesiones de compras.
- Manejar herramientas digitales para facilitar la gestión efectiva del proceso de shopping.
- Evaluar y mejorar la calidad del servicio mediante estrategias de fidelización, seguimiento y gestión eficaz de incidencias.

• Contenidos

Unidad 1: La profesión del personal shopper.

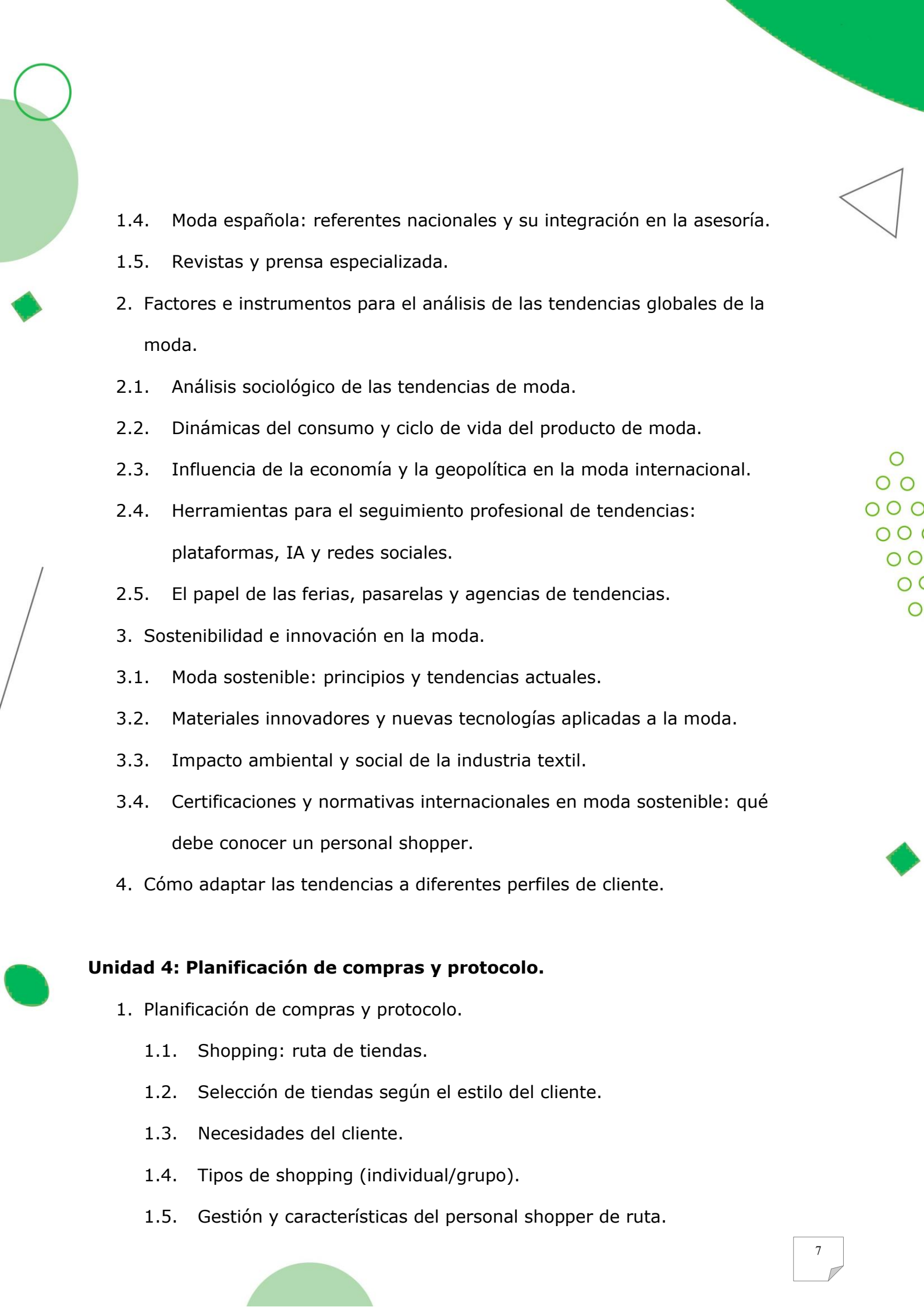
1. La profesión del personal shopper.
 - 1.1. ¿Qué es el personal shopper?
 - 1.2. Evolución de la figura del personal shopper.
 - 1.3. Funciones de un personal shopper.
 - 1.4. Tipos de personal shopper.
 - 1.5. Habilidades sociales del personal shopper.
 - 1.6. Ética profesional del personal shopper.
 - 1.7. Gestión de expectativas del cliente y construcción de confianza.
 - 1.8. Comunicación efectiva con el cliente en contextos diversos.
 - 1.9. Herramientas digitales y tecnológicas en el trabajo del personal shopper: Apps, CRM y redes sociales.
 - 1.10. Desarrollo profesional y formación continua: tendencias y especialización.
 - 1.11. Emprendimiento y gestión del negocio del personal shopper: pasos para comenzar y modelos de negocio.
2. Modelos de colaboración y nuevas oportunidades.
 - 2.1. Sinergias profesionales y creación de una red colaborativa en personal shopper.

Unidad 2: Morfología, asesoría del color y maquillaje. Asesoría del fondo de armario.

1. Morfología, asesoría del color y maquillaje.
 - 1.1. Análisis del color.
 - 1.2. Morfología y visagismo.
 - 1.3. Tejidos.
 - 1.4. Maquillaje y peluquería.
 - 1.5. Técnicas avanzadas de análisis corporal y visagismo aplicadas al asesoramiento personalizado.
2. Asesoría del fondo de armario.
 - 2.1. Análisis del cliente: Necesidades y prioridades.
 - 2.2. Análisis del armario (masculino y femenino).
 - 2.3. Fondo de armario.
3. Criterios para la construcción del armario: estilo de vida, clima, roles personales y profesionales.
4. Psicología del vestuario: cómo la ropa influye en emociones, identidad y autoestima.
5. Técnicas de documentación y seguimiento del cliente: fichas, imágenes, evolución del estilo.

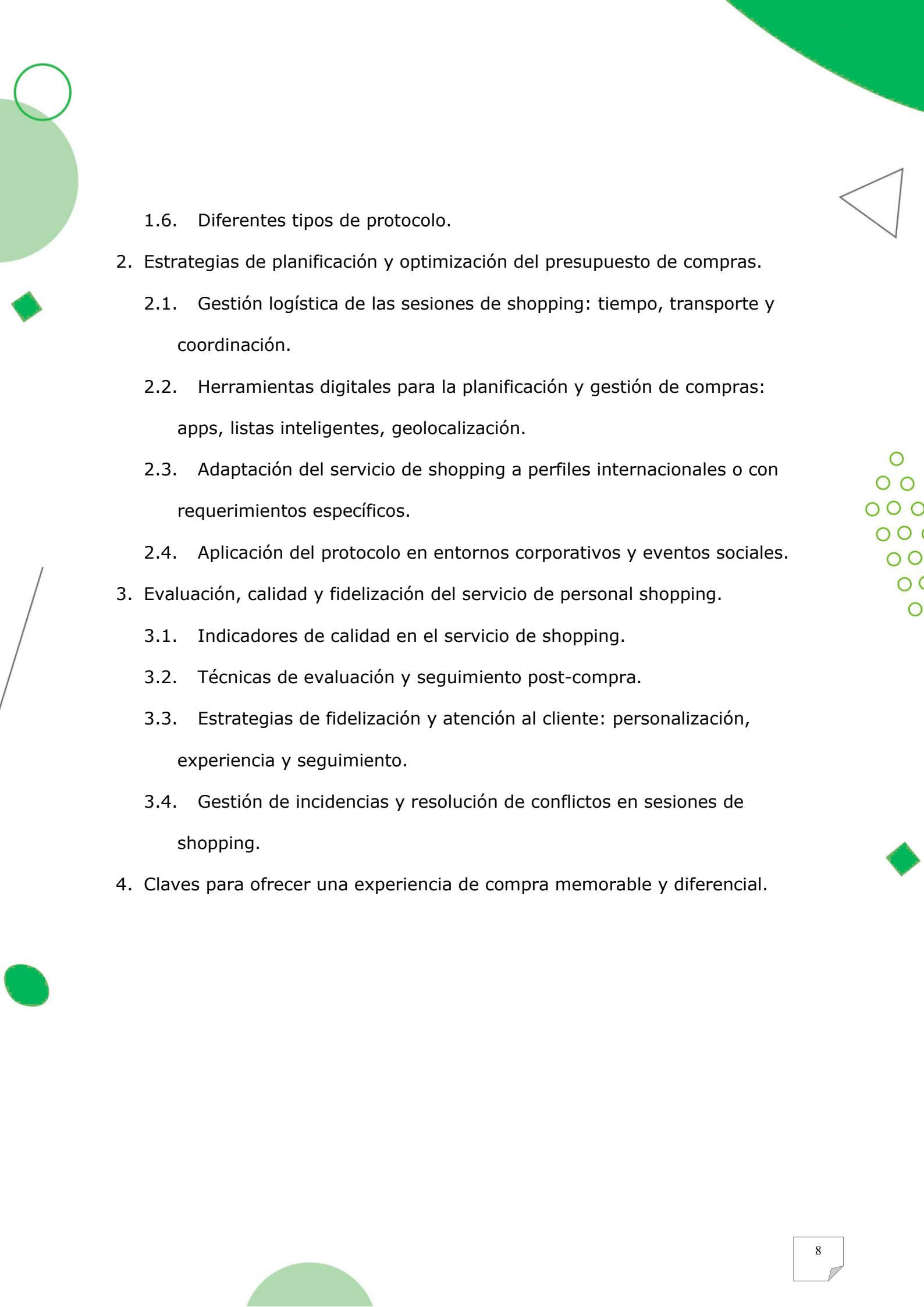
Unidad 3: Moda y tendencias.

1. Moda y tendencias.
 - 1.1. Historia de la moda.
 - 1.2. Tendencias actuales: detección y aplicación práctica.
 - 1.3. Moda internacional.

- 
- 1.4. Moda española: referentes nacionales y su integración en la asesoría.
 - 1.5. Revistas y prensa especializada.
 - 2. Factores e instrumentos para el análisis de las tendencias globales de la moda.
 - 2.1. Análisis sociológico de las tendencias de moda.
 - 2.2. Dinámicas del consumo y ciclo de vida del producto de moda.
 - 2.3. Influencia de la economía y la geopolítica en la moda internacional.
 - 2.4. Herramientas para el seguimiento profesional de tendencias: plataformas, IA y redes sociales.
 - 2.5. El papel de las ferias, pasarelas y agencias de tendencias.
 - 3. Sostenibilidad e innovación en la moda.
 - 3.1. Moda sostenible: principios y tendencias actuales.
 - 3.2. Materiales innovadores y nuevas tecnologías aplicadas a la moda.
 - 3.3. Impacto ambiental y social de la industria textil.
 - 3.4. Certificaciones y normativas internacionales en moda sostenible: qué debe conocer un personal shopper.
 - 4. Cómo adaptar las tendencias a diferentes perfiles de cliente.

Unidad 4: Planificación de compras y protocolo.

- 1. Planificación de compras y protocolo.
 - 1.1. Shopping: ruta de tiendas.
 - 1.2. Selección de tiendas según el estilo del cliente.
 - 1.3. Necesidades del cliente.
 - 1.4. Tipos de shopping (individual/grupo).
 - 1.5. Gestión y características del personal shopper de ruta.

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 1.6. Diferentes tipos de protocolo.
 - 2. Estrategias de planificación y optimización del presupuesto de compras.
 - 2.1. Gestión logística de las sesiones de shopping: tiempo, transporte y coordinación.
 - 2.2. Herramientas digitales para la planificación y gestión de compras: apps, listas inteligentes, geolocalización.
 - 2.3. Adaptación del servicio de shopping a perfiles internacionales o con requerimientos específicos.
 - 2.4. Aplicación del protocolo en entornos corporativos y eventos sociales.
 - 3. Evaluación, calidad y fidelización del servicio de personal shopping.
 - 3.1. Indicadores de calidad en el servicio de shopping.
 - 3.2. Técnicas de evaluación y seguimiento post-compra.
 - 3.3. Estrategias de fidelización y atención al cliente: personalización, experiencia y seguimiento.
 - 3.4. Gestión de incidencias y resolución de conflictos en sesiones de shopping.
 - 4. Claves para ofrecer una experiencia de compra memorable y diferencial.