

A Glocal il “social manager di Taffo”

Pubblicato: Martedì 8 Ottobre 2019



Non è un marketer, non è un pubblicitario, non è un troll, non è un social media manager e non è un imprenditore digitale. Difficile affibbiare un’etichetta a Riccardo KiR Pirrone. Per tutti lui è il **“social manager di Taffo”**, l’agenzia funebre diventata famosa in tutta Italia proprio grazie a Pirrone e ai suoi slogan “irriverenti”.

Riccardo Pirrone sarà a Glocal venerdì 8 novembre dalle 18.45 alle 20 in Sala Campiotti (Piazza Monte Grappa 5. Ingresso libero e gratuito).

“L’ironia della morte: una case history social” è il titolo dell’evento che vedrà **Pirrone intervistato dalla giornalista Silvia Giovannini**. Si parlerà del “caso Taffo” ma non solo: il tema centrale dell’incontro è la **comunicazione social**.

“Io credo davvero che osare funzioni, ma per osare ci vuole *coraggio*. Molte aziende se ne sono accorte, ma non hanno trovato ancora il coraggio” spiega Pirrone sul sito della sua Web Agency Creativa “**KiRweb**”, un “circo” in cui lavora con alcuni collaboratori che come lui hanno scelto la via più pericolosa del marketing.



Taffo, invece, la sfida l’ha accettata e l’ha vinta: non c’è frequentatore del web o dei social che non conosca l’agenzia funebre, anche se ha sede a Roma. La strategia vincente sta nel cogliere al volo l’argomento che in quel momento è di attualità ed è più commentato, e giocare con le parole per trasformarlo in un mega spottone virale. Un esempio per tutti: il post su Facebook **pro vaccini** ha registrato più di **15.000 condivisioni** ed ha raggiunto più di **3,5 milioni** di persone, numeri davvero notevoli per un post su Facebook.

Ma non è tutto. Quest’estate il brano **“Magari Muori” cantato da Romina Falconi**, che s’ispira ovviamente a Taffo, ha ottenuto oltre un milione di visualizzazioni: chi l’avrebbe mai detto che una canzone sulla morte sarebbe diventata una hit dell’estate? (i commenti sotto il video su youtube: “Avete inventato un nuovo genere: il reaggetomb”, “Mi è piaciuta, ma non da morire”...).

Ma le campagne social di Riccardo Pirrone e della sua agenzia non si limitano appunto soltanto al “funeral service”: la KiRweb ha studiato strategie social per Medici senza Frontiere, il Gay Village e aziende di vario genere.

L'incontro di Glocal sarà l'occasione per conoscere uno dei "personaggi più curiosi del web" ma soprattutto un vero professionista della comunicazione. Ci si vede in centro a Varese, poi tutti a bere l'aperitivo.

[Roberta Bertolini](#)

roberta.bertolini@varesenews.it