

“Niente da fare, è risorto”. Taffo colpisce ancora

Pubblicato: Domenica 9 Aprile 2023

NIENTE DA FARE, È RISORTO.



“Vi do una notizia, io posso sbagliare, ho sbagliato in passato e sicuramente sbaglierò ancora, ma quello che ho fatto resta e sono riuscito a farlo anche grazie a voi, alle vostre critiche, offese, insulti alla mia persona e al mio lavoro.

Sono cresciuto grazie a voi, grazie alla tizia che ogni mese se ne esce con il post: “TAFFO è morto!”, oppure al tizio che mi considera per nulla intelligente, ma molto cafone o all’ennesimo formatore rosicone”.

Riccardo Pirrone, dopo aver pubblicato l’ennesimo post dell’Agenzia Taffo che con il solito mix tra ironia e cinismo fa discutere, ha scritto un testo sul suo account LinkedIn per raccontare questi anni di esperienza social.

IL POST PASQUALE DI TAFFO

“Sono 7 anni che seguo la campagna social di Taffo, – scrive Pirrone – dal 2016, da quando aveva solo 2 k follower su Facebook. Oggi sono 400 K su FB, 200k su IG e 35k su Tw e ogni post raggiunge in media 500k persone. Ho ricevuto critiche di tutti i tipi, anche molti complimenti ovviamente, ma la cosa che ancora oggi mi stupisce, è che dopo tutto questo tempo, dopo che Taffo è diventato un caso mondiale di marketing (non c’è nessuna agenzia funebre al mondo che ha raggiunto questi livelli di engagement costante e questa riconoscibilità nazionale con una spesa social irrisoria e non rompete

l'anima sul fatturato, è aumentato anche quello) c'è sempre qualcuno che aspetta un mio passo falso per rivendicare la sua identità, la sua capacità, la sua intuizione e la sua bravura”.

Come spesso succede il mix tra successo, irriverenza, innovazione, coraggio, non viene preso bene da tutti. E così anche il marketing di Taffo è diventato nel tempo sempre più divisivo e sui social si scatena di tutto. Anche per questo oggi il responsabile delle campagne social esce allo scoperto e racconta un pezzo della sua storia.

IL POST SU LINKEDIN DI RICCARDO PIRRONE

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it