



2023年（令和5年）1月19日

報道各位

（株）大広が運営するマーケティング情報サイト
COCAMP 公開 ～ビジネスの今を「顧客」から解く～

株式会社大広（本社：東京都港区、代表取締役社長：落合寛司、以下「大広」）は2023年1月18日、「ビジネスは顧客価値で面白くなる」をテーマに、顧客起点のマーケティング情報サイト『COCAMP』を公開いたしました。ビジネスにおける旬のキーワードや課題を、顧客にとっての価値「顧客価値」から紐解いたコラムをはじめ、ウェビナーや実務に役立つ資料もご提供してまいります。

一緒につくろう、顧客価値のビジネス。



サイトはこちら> <https://cocamp.daiko.co.jp>

企業の成長やブランディングにおいて体験価値が着目される今、顧客が感じる価値をとらえて課題を解くことが重要になってきました。COCAMPは、D2Cをはじめ顧客とダイレクトにつながるビジネスで実績を重ねてきた大広は、そのノウハウをもとに、様々な企業、様々なビジネスパーソンの課題解決に活用いただけるよう情報開発と編集をしています。顧客と向き合い、顧客の声をとらえてきた独自の視点やメソッド、ほかにはないソリューションなど次々に更新していく予定です。

今の時代、ビジネスの課題を解決したいときは“顧客に還る”が鉄則です。ぜひCOCAMPをご利用ください。

COCAMPに関するお問い合わせは> isr_cocamp@daiko.co.jp

<上記に関するお問い合わせ>

株式会社 大広 総務局広報チーム 〒105-8658 東京都港区芝 2-14-5 TEL : 03-4346-7102

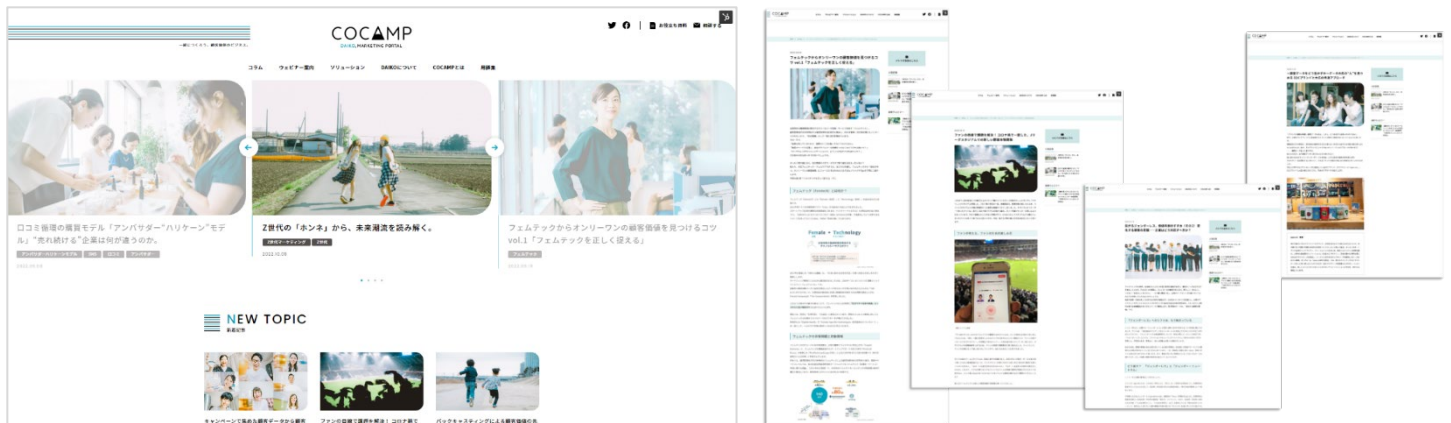
【サイト参考情報】

■「COCAMP」について

COCAMP（コキャンプ）には、顧客起点で、いい仕事を一緒につくる、フラットでオープンな“場”という意味があります。「顧客にとって本当に価値があるのか？」という目線もち、顧客を幸せにする「顧客価値のビジネス」を、様々な企業の皆様といっしょに、社会に広げていきたいという思いを込めています。

サイトはこちら> <https://cocamp.daiko.co.jp>

■サイトイメージ



■掲載記事例

ロコミ循環の購買モデル「アンバサダー・ハリケーン・モデル」

“売れ続ける”企業は何が違うのか。

SNS でバズれば売れるのか？ロコミってどう生まれるのか？

お客様がアンバサダーになって“売れ続ける”、企業のコミュニケーションを探る。

Z世代の「ホンネ」から、未来潮流を読み解く。

タイパ重視で映画は倍速。興味も8秒って本当？ライフスタイルや情報接触の違う

Z世代のことを、身近なトピックから理解を深めていく。

フェムテックからオンリーワンの顧客価値を見つけるコツ。

話題の言葉としては知っているフェムテック。でも、自社が取り組むには、

事業に活かすには、どうすればいい？その答えを紐解くシリーズ。

COCAMP に関するお問い合わせは、COCAMP 編集室 isr_cocamp@daiko.co.jp まで