Strategi Baru Vivo di Kelas Rp7 Jutaan: V70 Series Bawa Rasa Flagship ke Segmen Mid-Range

Prolite – Pasar smartphone kelas menengah kini menjadi salah satu medan persaingan paling sengit di industri teknologi. Di rentang harga sekitar Rp6 juta hingga Rp8 juta, berbagai produsen berlomba menghadirkan perangkat dengan spesifikasi tinggi, desain premium, serta fitur kamera yang semakin canggih.

Dalam situasi kompetitif tersebut, produsen smartphone asal China, Vivo, mencoba mempertahankan daya saingnya melalui peluncuran V70 Series. Perangkat ini menjadi bagian dari strategi perusahaan untuk menghadirkan pengalaman “flagship-feel” pada segmen mid-range, khususnya di kisaran harga Rp7 juta.

Strategi ini tidak sekadar soal spesifikasi, tetapi juga menyangkut desain, teknologi kamera, serta fitur produktivitas yang sebelumnya hanya tersedia di lini smartphone premium.

Baca Juga:Primebiz Hotel Cikarang dan Tipsy Runner Hadirkan “Pace & Vibes”, Satukan Semangat Lari, Kesehatan, dan Kreativitas

Strategi “Flagship-Feel” yang Jadi Andalan Vivo

Vivo mengusung pendekatan yang disebut sebagai “flagship-feel” untuk membuat produk di kelas menengah terasa seperti perangkat flagship. Strategi ini berfokus pada membawa sebagian pengalaman premium ke smartphone dengan harga lebih terjangkau.

Strategi Baru Vivo di Kelas Rp7 Jutaan: V70 Series Bawa Rasa Flagship ke Segmen Mid-Range

Baca Selanjutnya
DPRD Hadirkan Rangkaian Kegiatan di HUT Kota Bekasi ke-29