L'entreprise souhaite préparer le lancement de **MS4Materials**, une plateforme de simulation moléculaire permettant de concevoir des matériaux, des traitements de surface et de caractériser leurs propriétés et résistances mécaniques, chimiques et thermiques.

La plateforme s'adresse à des profils B2B industriels : ingénieurs matériaux, ingénieurs procédés, équipes R&D, dans des secteurs comme l'aérospatiale, l'automobile, la construction, la métallurgie ou encore les traitements de surface.

La problématique serait :

Comment positionner et lancer MS4Materials auprès des secteurs industriels les plus pertinents, en identifiant les marchés prioritaires, les profils clients, les concurrents, les arguments de valeur et les premiers leviers d'acquisition ?

Le projet pourrait être structuré autour de trois axes :

1. **Analyse marché, concurrence et pricing**
   Cartographie des marchés potentiels, benchmark des solutions concurrentes ou alternatives, identification des key players et premières hypothèses de modèles économiques/pricing.
2. **Stratégie go-to-market**
   Priorisation des secteurs à adresser, définition des profils clients idéaux, personas, proposition de valeur et positionnement produit.
3. **Plan de lancement opérationnel**
   Fiche produit, argumentaire commercial, messages par cible, premières pistes d'acquisition et plan de notoriété.