

## ΣΥΝΟΨΗ

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι ο σχεδιασμός ενός πλάνου μάρκετινγκ για ένα νέο βιολογικό σκεύασμα/εντομοκτόνο που θα έχει την επωνυμία «Nemasys» και θα κυκλοφορήσει πολύ σύντομα στην αγορά από την εταιρεία BASF. Το προϊόν αυτό, θα έχει εφαρμογή σε καλλιέργειες χλοοτάπητα, καλλωπιστικών φυτών και σε καλλιέργειες αστικού πρασίνου (φοίνικες).

Η εξέχουσα καινοτομία του προϊόντος είναι ότι έχει προληπτική εντομοκτόνο δράση. Το Nemasys είναι ένα εντομοκτόνο το οποίο καταπολεμά τα έντομα με μια μέθοδο προνυμφοκτονίας και αποτελεί, επίσης, ένα συμπληρωματικό φυτοπροστατευτικό μέσο/δράση σε ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα φυτοπροστασίας. Η σειρά «Nemasys» αποτελείται από πέντε κατηγορίες προϊόντων και πιο αναλυτικά από τις: **Nemasys C**, **Nemasys H**, **Nemasys L**, **Nemasys F** και **Nemaslug**. Στην παρούσα διπλωματική μελέτη θα ασχοληθούμε μόνο με τις τρεις πρώτες κατηγορίες δηλαδή με τα προϊόντα Nemasys C, Nemasys H, Nemasys L, διότι θα μελετήσουμε την εφαρμογή του προϊόντος μόνο στο χλοοτάπητα, στα καλλωπιστικά φυτά και στους φοίνικες και μόνο αυτά τα τρία προϊόντα έχουν έγκριση στις συγκεκριμένες καλλιέργειες.

Στα πλαίσια της διπλωματικής μελέτης διεξήχθη και μια **ποσοτική** έρευνα μέσω ενός ερωτηματολογίου. Το ερωτηματολόγιο κλήθηκαν να απαντήσουν αποκλειστικά γεωπόνοι, διότι θέλαμε ένα δείγμα αρκετά εγκυρο και αξιόπιστο προκειμένου να δωθούν σωστές απαντήσεις. Πέραν βέβαια της ποσοτικής έρευνας έγινε και **ποιοτική** έρευνα με συνεντεύξεις που πήραμε από διάφορα στελέχη της εταιρείας BASF, καθώς και από στελέχη άλλων σημαντικών εταιρειών, αλλά και από αρκετούς γεωπόνους.

**Λέξεις κλειδιά: «Μείγμα μάρκετινγκ, αγορά, πελάτες, ανταγωνισμός, προϊόν “Nemasys”, BASF, καινοτομία»**

## ABSTRACT

The target in the existing dissertation is to create a marketing plan for a new biological pesticide, called “Nemasys”, which is going to be in the market in the near future from BASF company. This product can be applied in a large variety of crops, but more specifically for the purpose of this dissertation it can be applied in turfgrass, in ornamental plants and in palm trees.

The excellent innovation of this product is that it can kill insects in the larva stage and furthermore, it constitutes a supplementary plant protection product/action in an integrated plant protection programme. “Nemasys” product consists of 5 categories of products which are: **Nemasys C**, **Nemasys H**, **Nemasys L**, **Nemasys F** and **Nemaslug**.

In this dissertation we are going to examine only the 3 first categories which are Nemasys C, Nemasys H, and Nemasys L, as we are going to see the application of the product in the cultivation of turfgrass, in ornamental plants and in palm trees.

In the existing dissertation we have done a quantitative research through a questionnaire. Only agronomists answered the questions, as we wanted a valid and reliable sample in order to give the right answers. Except from the quantitative research, we did also qualitative research through interviews from different

executives from the BASF company and also from many agronomists and from executives from other companies.

**Key words: “Marketing mix, market, customers, rivalry, Nemasys product, BASF, innovation”**