



Et produkts egenskaber kan opdeles efter tre typer:

1. Pligtegenskab

Det er den type egenskab, som er bestemt af standarder og normer, og som man ikke kan fravige, hvis produktet skal kunne begå sig på markedet. Pligtegenskaberne skal være opfyldt, for at produktet er lovligt og bliver accepteret på markedet. Pligtegenskaberne har en sådan natur, at kunden bliver meget **utilfreds**, hvis de mangler.

Til gengæld vil pligtegenskaberne ikke tilføre produktet noget ekstra, selvom de gennemføres meget omfattende med meget høj kvalitet. Pligtegenskaber skal være til stede, men skal fremstilles billigst muligt, og det skal blot være på et minimumniveau.

2. Forventningsegenskaber

Et produkt der er på markedet i en bestemt prisklasse, vil have nogle egenskaber, som kunden forventer. Kunden forventer et vist niveau, og fraviges dette niveau, vil kunden blive utilfreds. Forbedres niveauet på disse egenskaber, vil kunden til en vis grad få stigende tilfredshed, jo bedre forventningsegenskaberne er opfyldt. Der er dog et mætningspunkt, så en ubegrænset forbedring af forventningsegenskaberne vil være omkostningskrævende, men ikke give en ekstra kundetilfredshed.

3. Positioneringsegenskaber

Til sidst er der den type egenskaber, som gør, at vort produkt adskiller sig fra de andre produkter. De egenskaber, der positionerer produktet i forhold til konkurrenterne. Hvis disse egenskaber mangler, vil kunden ikke være utilfreds, men vort produkt vil heller ikke være anderledes end andre produkter. Når positioneringsegenskaberne forbedres, vil kunden blive meget mere tilfreds, for det er netop disse egenskaber, kunden lægger stor vægt på.

<http://www.mannaz.com/da/projektledelse/projektmodel/analysefasen/prioritering-af-maal/>