

**М**ислещият или по-точно рационален потребител претегля ползите и разходите на различните алтернативи.

**И** при равни други условия може да се очаква, че бизнеса по-малко ще търси несъвършенства в интернет пазара, особено когато интернет средата е толкова конкурентна.

**Л**ичността е на почит в дигиталния пазар, което е обратна тенденция в сравнение с глобализирания масов пазар.

**А**ктивността на потребителите ги превръща в т.нар. „проконсюмъри“

**Р**азликата между „консюмър“ и „проконсюмъри“ е, че последните освен, че са потребители, те създават и съдържание, което ги прави производители.

**А**укционните уебсайтове, например, са направи възможно потребителя да продава продукти, но и едновременно да купува.

**Д**околкото това е благоприятно за преживяването на всички потребители, то това създава предизвикателство относно регулирането на дейностите.

**О**т тази гледна точка няма ясно разграничение между тези две групи като различните бизнеси претендират, че те са потребители.

**Е**мпиричните данни предполагат, че действителното поведение на потребители може би се влияе от пристрастия така, че то се различава от това на рационалния потребител.

**В**ид пристрастие е въздействието, което потребителите възприемат от онлайн ревюта и социалните мрежи.

**А**бстрактността, извън физическия свят, на транзакциите на потребителите не ги прави да се чувстват недоволни от резултатите от техните покупки, за което свидетелства постоянния ръст на е-търговията.