

تلك العروض توفر للمستهلك شعوراً بالإشباع الفوري، وهذا الأسلوب يجعل المستهلك يفكر بشكل أقل عقلانية، مفضلاً السعر أو العرض على التفكير العميق في احتياجاته الفعلية.