

يتعرض المستهلكون باستمرار لمحفزات التسويق التي يمكن أن تعزز الاندفاع. يمكن أن تزيد من ميل المستهلكين إلى التصرف بشكل اندفاعي ، كما تنص على أن المستهلكين الأصغر سنا ، يمكن تصنيف العوامل في مجال شراء الدفعات إلى ثلاث فئات: التصرفية ، إلى الخصائص المزمدة للأفراد وتميل إلى التطبيق بشكل عام عبر الحالات المختلفة. والتي قد تشمل على سبيل المثال سلوك التسوق لدى المستهلك أو الدافع الظرفية. التي لا يوجد فيها إلا القليل من البحث فيما يتعلق بالمعامل IBT والمتغيرات الاجتماعية - الديمغرافية ،