ابزارهایــی کــه خیلــی بــه گســترش ایــن نــوع از خریــد کمــک کرده انــد شــامل نرم افزار هــای فروشگاه ســاز اینترنتــی، شــبکه های اجتماعــی ماننــد اینســتاگرام و ... میشــوند کــه باعــث شــدند در ســال های آتــی بیش از پیــش مــردم بــه خریدهــای اینترنتـی مشـتاق شـوند و ایـن مـدل از خریـد بـر دیگـر روش هـای خرید ترجیـح داده شـود. امـا سـؤال اصلـی ایـن اسـت کـه امسـال چـه مقـدار ایـن رویـه گسـتردهتر خواهــد شــد؟ طبــق آمــار و دادههــای به دســتآمده از میــزان اســتفاده مــردم از موبایـل بـرای خریـد کالاهـای موردنیازشـان ایـن نتیجـه گرفتـه شـده اسـت کـه در سـال 2020 میـادی، میـزان فـروش بـه 284 میلیـارد دلار خواهـد رسـید کـه یعنـی 45 درصـد نسـبت بـه سـال های گذشـته افزایـش داشـته اسـت و ایـن یعنـی یـک رویـا بــرای کســب وکارهای اینترنتــی . میتــوان گفــت کــه اگــر ایــن رویــه در ســال های آینــده همچنــان ادامــه پیــدا کنــد کســبوکارهای فیزیکــی ماننــد فروشــگاه ها و مغازه هـای موجـود در سـطح شـهر ممکـن اسـت حسـابی بـا مشـکل مواجـه شـوند و خریــد اینترنتــی بــه اصلی تریــن روش خریــد در میــان مــردم تبدیــل شــود .

در سـالیان گذشـته شـبکههای اجتماعـی به خوبـی توانسـته اند جـای پـای خـود را در میــان کاربــران اینترنــت ســفت کننــد . به عنوان مثــال امــروزه به ســختی میتوانیــد کسـی را پیـدا کنیـد کـه اینسـتاگرام و یـا تلگـرام را در موبایـل خـود نصـب نداشـته باشــد و درواقــع ایــن نرم افزارهــا بــه جزئــی جدایی ناپذیــر از دســتگاه تلفــن همــراه مــردم به ویــژه مــردم کشــور خودمــان تبدیل شــده اند . نتایــج حاصــل از تحقیقــات انجــام شــده توســط متخصصــان نشــان میدهــد کــه درواقــع بــا گذشــت زمــان درصــد افــرادی کــه از شــبکه ی اجتماعــی اینســتاگرام اســتفاده میکننــد به ســرعت در حـال افزایـش اسـت.

بنابرایـن ایـن مسـئله فرصـت خوبـی بـرای اسـتفاده از ایـن فضـای پویـا جهـت رونق بخشــیدن بــه کســب وکارتان اســت ، به ویــژه ازاین جهــت کــه ایــن شــبکه امــکان تبلیغــات را از طریــق پســتها و اســتوریها بــرای مــردم بســیار راحتتــر نمــوده اســت. عــلاوه بــر ایــن افــراد جوانتــر همیشــه علاقــه ی بیشــتری بــه شــبکه های اجتماعـی ماننـد اینسـتاگرام، یوتیـوب، توییتـر، فیـس بـوک و ایـن دسـت برنامه هـا داشـته اند و ایـن گـروه سـنی همیشـه خریـد اینترنتـی را بـه خریـد حضـوری ترجیـح میدهنـد، زیـرا عـاوه بـر راحتـی ایـن نـوع از خریـد ، وقتـی ایـن دسـته از کاربـران از طریــق فروشــگاه های اینترنتــی معتبــر خریــد خــود را انجــام میدهنــد به نوعــی از اصالــت کالا ی خــود اطمینــان دارنــد و میداننــد کــه کالا یــی کــه قــرار اســت بــه دستشـان برسـد از کیفیـت بالا یـی برخـوردار اسـت .