

Les agents en service pour le moment sont lents, ne permettent pas d'avoir une vision complète de l'offre commerciale et les grilles de lectures de l'offre sont très sommaires. Ils collent encore mal aux attentes des technophobes. Pour les aficionados de la technologie, des agents comme Deal Pilot, qui présentent des tableaux comparatifs de l'offre de 25 boutiques en ligne, représentent un réel progrès mais pour la ménagère de moins de cinquante ans, prise entre les devoirs du cadet et la corvée de linge, ils sont encore très difficiles à aborder.

On peut prévoir que les agents devront s'adapter aux situations d'achat : pour le moment, le PC et le Mac sont rois, demain, les accès à Internet évolueront : network computers, web TV, téléphones portables à large bande passante, terminaux Internet portables... Les situations d'achat évolueront et les agents devront s'adapter à ces mutations dans l'utilisation d'Internet.