### Рекламная рассылка

### Контекст

Модель отклика может значительно повысить эффективность маркетинговой кампании (рассылки) за счет увеличения отклика или сокращения расходов. Цель состоит в том, чтобы предсказать, кто ответит на предложение продукта или услуги.

Основная идея - обучить прогностическую модель, которая позволит компании максимизировать прибыль от следующей маркетинговой кампании.

### Содержание

Файл marketing\_campaign.xlsx со столбцами:

AcceptedCmp1 - 1, если клиент принял предложение в 1-й кампании, 0 в противном случае  
AcceptedCmp2 - 1, если клиент принял предложение во 2-й кампании, 0 в противном случае  
AcceptedCmp3 - 1, если клиент принял предложение в 3-й кампании, 0 в противном случае  
AcceptedCmp4 - 1, если клиент принял предложение в 4-й кампании, 0 в противном случае  
AcceptedCmp5 - 1, если клиент принял предложение в 5-й кампании, 0 в противном случае  
Response (target) - 1, если клиент принял предложение в последней кампании, 0 в противном случае  
Complain  - 1, если клиент пожаловался в последние 2 года  
DtCustomer - дата регистрации клиента в компании  
Education  - уровень образования клиента   
Marital - семейное положение клиента  
Kidhome - количество маленьких детей в семье клиента  
Teenhome - количество подростков в семье клиента  
Income  - годовой семейный доход клиента   
MntFishProducts - сумма, потраченная на рыбные продукты за последние 2 года  
MntMeatProducts - сумма, потраченная на мясные продукты за последние 2 года  
MntFruits - сумма потрачено на фруктовые продукты за последние 2 года   
MntSweetProducts - сумма, потраченная на сладкие продукты за последние 2 года  
MntWines - сумма, потраченная на винные продукты за последние 2 года  
MntGoldProds - сумма, потраченная на золотые продукты за последние 2 года  
NumDealsPurchases - количество покупок совершено со скидкой  
NumCatalogPurchases - количество покупок, совершенных по каталогу  
NumStorePurchases - количество покупок, совершенных непосредственно в магазинах.  
NumWebPurchases - количество покупок, совершенных через веб-сайт компании.  
NumWebVisitsMonth - количество посещений веб-сайта компании за последний месяц.  
Recency - количество дней с момента последней покупки.