Pewna firma marketingowa zajmuje się wysyłkową sprzedażą książek. Firma ta chce wprowadzić na rynek nową książkę. Przed rozpoczęciem sprzedaży firma zdecydowała się na małą kampanię promocyjną poprzez wysyłanie do klientów ulotek informacyjnych, która pozwoliła zbadać skłonność klientów do zakupu ksiązki.

Posiadając zbiór 10 000 klientów z informacją o:

- wieku,  
- płci,  
- wykształceniu,  
- mieście zamieszkania,  
- miesięcznej kwocie przeznaczonej na zakup książek,   
- województwie zamieszkania,   
- wysyłce oferty promocyjnej

Zbuduj model prognostyczny, który pozwoli określić czy dany klient będzie skłonny zakupić książkę.