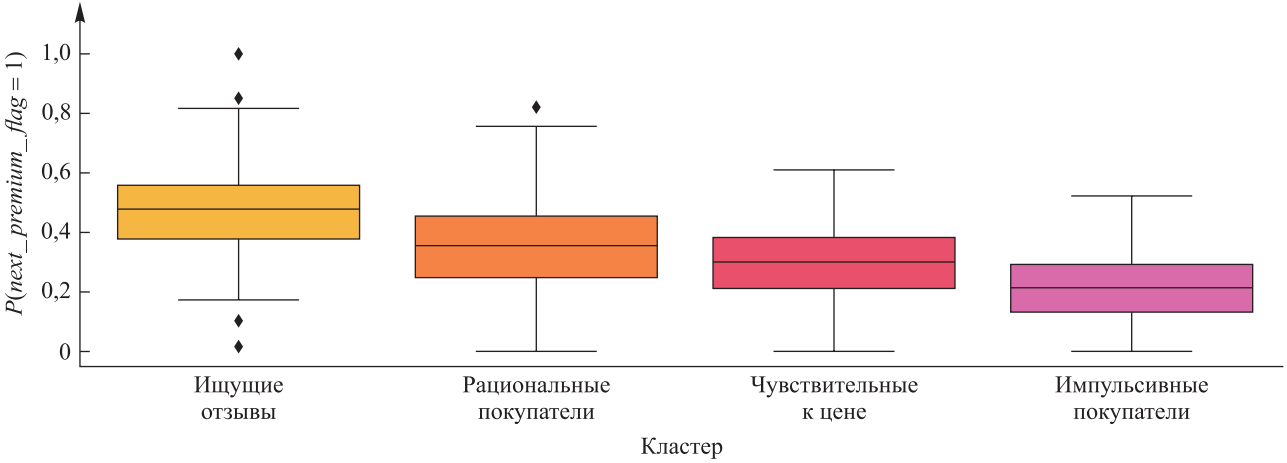

Рис. 2. Распределение предсказанных вероятностей следующей премиальной покупки по поведенческим кластерам

Fig. 2. Distribution of predicted probabilities of the next premium purchase by behavioural clusters