

Martha Mustermann

hat am Online-Kurs

A/B-Testings und Messung von Kampagnen

teilgenommen und diesen im Learning Management System per Selbststudium erfolgreich abgeschlossen.

Der Lehrplan des Kurses beinhaltete folgende Themenschwerpunkte:

- Experimentelles Denken & Grundlagen des Messens
- A/B-Testing in der Marketingpraxis
- Kampagnen-Tracking & technische Messung
- Cross-Channel- und Offline-Messung
- Analyse, Interpretation & Entscheidungsfindung

Die Weiterbildung umfasste einen Lernumfang von 3 Tagen in Vollzeit bzw. 7 Tagen in Teilzeit.



Palling, den
21.10.2025

Studienleitung
Prof. Online Akademie für Sales & Marketing
www.smarketing-akademie.de

Bestätigungs-ID:54b-34-02

