

Il sito web della rivista Medico e Bambino: statistiche correnti e prospettive

Giulio Gaio¹, Lucio Zambon¹, Alessandra Perco¹, Federico Marchetti²

¹Redazione di Medico e Bambino; ²IRCCS Burlo Garofolo, Trieste

Indirizzo per corrispondenza: redazione@medicoebambino.com

Medico e Bambino website: current statistics and aims

Key words

Website, Medico e Bambino, web entrance, research engines, interactivity

Summary

Medico e Bambino (www.medicoebambino.com) has been present on the web since 1999 with free entrance to the part of the journal available online (MeB Pagine Elettroniche). The web-site has been gradually improved in the last few years, and it was restyled in May 2006 by inserting new contents and instruments: the creation of an interior author and keyword research engine; online consultation of the paper journal (for subscribers); renewal of the graphics. Like any other service, a web site needs to report about its activity. One of the systems to evaluate its feedback is defining its popularity rating, which is useful also to define what ameliorations are to be introduced.

Methods. *We use both external and internal entrance counters. Since June 2007 external entrance counter Webstats that measured only the entrances to the homepage was replaced by Google Analytics that offers a more complete range of free information services. Statistics have been update to 31/10/2007.*

Results. *The number of entrances to the homepage has increased of over 50% between 2005 and 2007. Also the entrances to the Pagine Elettroniche is constantly increasing (+300% on a monthly basis in the last year). The consultation of the paper journal (available since May 2006) has increased of almost 100%. In October 2007 78,352 pages (19,463 in October 2006) were visualised within the website. In 85% of the cases the entrance is performed through a research engine (90% Google); 10% uses the direct entrance. About 30% of the subscribers of the journal are registered and use the key word research engine more and more frequently. The cities with the highest number of entrances are Milan and Rome, followed by Naples and Turin.*

Conclusions *The efforts made to improve both the quality of contents and the services offered online seem to be rewarded by a constant increase in the website entrances. A better interactivity between the website and the readers and a better visibility on the research engines are the aims we want to achieve in 2008.*

Sommario

Introduzione. *Medico e Bambino (www.medicoebambino.com) è presente sul web dal 1999 con accesso libero alla parte della rivista disponibile online (MeB Pagine Elettroniche). Il sito web è cresciuto negli anni con gradualità, sino al restyling eseguito dal mese di maggio 2006 con l'inserimento di nuovi contenuti e strumenti: creazione di un motore di ricerca interno per Autore e parole chiave; consultazione online della Rivista Cartacea (per gli abbonati); ristrutturazione dell'interfaccia grafica. Al pari di qualsiasi servizio, un sito web ha la necessità di rendere conto della propria attività. Uno dei sistemi per valutarne la resa è quello di definirne l'indice di attrazione, utile anche per definire quali siano le opportunità "migliorative" da attuare.*

Metodi. *Ci si è affidati sia ad un sistema di rilevazione degli accessi esterno che di uno interno al sito. Da giugno 2007 il sistema di rilevazione degli accessi esterno Webstats che misurava solamente gli accessi alla homepage, è stato sostituito da Google Analytics che offre gratuitamente una più completa gamma di servizi informativi. Le statistiche sono aggiornate al 31/10/ 2007.*

Risultati. *Il numero degli accessi alla homepage ha avuto un incremento di oltre il 50% tra il 2005 e il 2007. Anche l'accesso alle Pagine Elettroniche è in costante aumento (+300% su base mensile nell'ultimo anno). La consultazione della rivista cartacea (disponibile da maggio 2006) ha avuto un incremento di circa il 100%. Nel mese di ottobre 2007 sono state visualizzate all'interno del sito 78352 pagine (19463 nel mese di ottobre 2006). Nell'85% dei casi l'accesso al sito avviene da un motore di ricerca (90% Google); il 10% utilizza l'accesso diretto. Circa il 30% degli abbonati alla rivista sono registrati ed utilizzano sempre più frequentemente il motore di ricerca per parole*

- [Introduzione](#)
- [Obbiettivi e metodi](#)
- [Risultati](#)
- [Conclusioni e prospettive](#)

chiave. Le città che hanno di gran lunga il maggiore numero di accessi sono Milano e Roma, seguiti da Napoli e Torino.

Conclusioni. Gli sforzi compiuti per migliorare sia la qualità dei contenuti che i servizi offerti online, sembrano premiati da un costante incremento degli accessi al sito web. Una migliore interattività del sito con i lettori e un migliore visibilità sui motori di ricerca sono gli obiettivi da raggiungere durante il 2008.

INTRODUZIONE

Negli ultimi dieci anni abbiamo assistito alla più grande rivoluzione dell'editoria dai tempi di Gutenberg. L'editoria cartacea, unico sistema di comunicazione sino a qualche anno fa, sta segnando il passo rispetto ai nuovi canali di informazione. Internet, grazie anche alla diffusione della banda larga, è diventato il mezzo che più si adatta al desiderio di rapida e puntuale comunicazione/informazione.

Medico e Bambino è stata tra le prime riviste scientifiche ad affacciarsi online. Oltre a curare la ben conosciuta Rivista Cartacea, nel 1999 si è presentata in rete con il proprio sito web dando vita ad una nuova rivista presente solamente sul web e di libero accesso: *Medico e Bambino Pagine Elettroniche*. La libertà di consultazione, tuttora presente per tutti i contenuti della rivista elettronica, costituisce un aspetto di rilievo abbastanza unico nel panorama nazionale ed anche internazionale, in considerazione anche del fatto che il sito, sino al mese di ottobre 2007, non ha avuto alcuna sponsorizzazione.

Negli anni successivi alla sua messa in opera, il sito web è cresciuto con gradualità sino al restyling attuato a partire dal mese di maggio 2006 quando la consapevolezza di offrire maggiori servizi via web ai propri lettori ha prodotto l'inserimento di nuovi contenuti e strumenti ed in particolare:

1. creazione di un motore di ricerca interno per una rapida disponibilità dei contenuti del sito per autore e parole chiave
2. la consultazione online della Rivista Cartacea (per gli abbonati)
3. la ristrutturazione dell'interfaccia grafica

Al momento il sito ospita all'incirca 2200 articoli suddivisi tra la Rivista Cartacea e Le Pagine Elettroniche.

Da 7 mesi è disponibile anche il Blog curato dal Prof. Franco Panizon.

OBIETTIVI E METODI

Al pari di qualsiasi servizio un sito web ha necessità di rendere conto della propria attività. Uno dei sistemi per valutarne la resa è quello di definire l'indice di attrazione che si misura dal numero di accessi. Più precisamente come accesso si può considerare la visita di un utente al sito oppure il numero di pagine che un utente visita all'interno del sito in una singola sessione. La conoscenza approfondita di tali statistiche è utile anche al fine di capire quali siano gli argomenti che gli utenti trovano più interessanti all'interno del sito e quali sono le opportunità "migliorative" da attuare.

Per quanto riguarda il sito di *Medico e Bambino*, ci si è affidati sia ad un sistema di rilevazione degli accessi esterno che di uno interno al sito. Da giugno 2007 il sistema di rilevazione degli accessi esterno Webstats, che veniva usato fin dal 2001 e che misurava solamente gli accessi alla homepage, è stato sostituito da Google Analytics che offre gratuitamente una più completa gamma di servizi di statistica. Le statistiche riportate sono aggiornate al 31 ottobre 2007.

RISULTATI

1. ACCESSI ALLA HOMEPAGE

La statistica riguardante gli accessi mensili alla homepage fornisce utili informazioni riportate nella Figura 1. Si evidenzia una relativa stabilità nel numero degli accessi fino a fine 2005 con un successivo incremento, molto rilevante a partire da settembre 2006. Tale incremento è in stretta relazione con i nuovi servizi offerti dal sito (consultazione online Rivista Cartacea, motore di ricerca interno, restyling grafico) a partire da maggio 2006. In particolare il numero degli accessi alla homepage ha avuto un incremento di oltre il 50% tra il 2005 e il 2007 (Tabella 1)

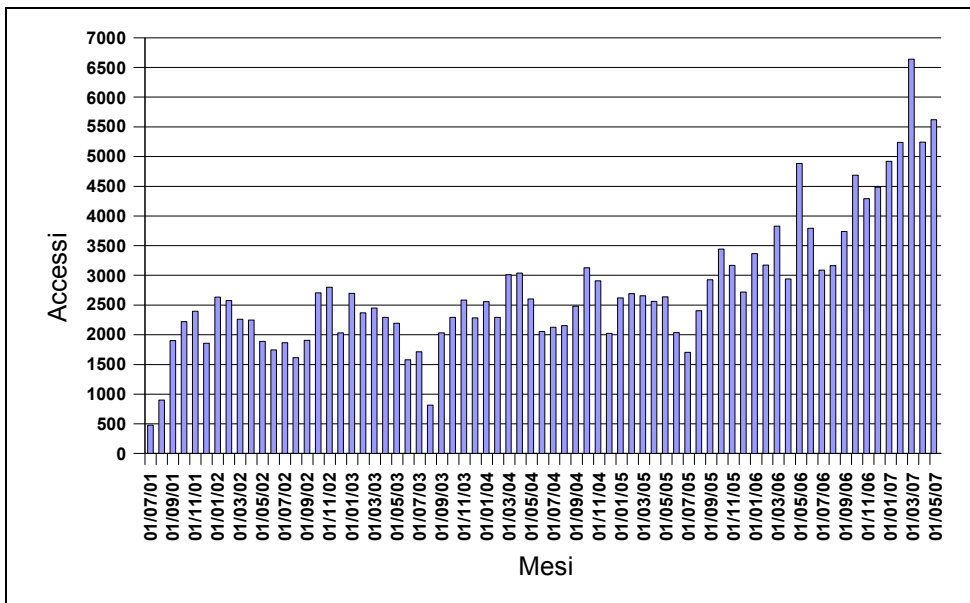


Figura 1. Accessi mensili alla homepage tra luglio 2001 e maggio 2007 (rilevazione esterna Webstats)

Periodo	N° di accessi alla homepage
luglio-dicembre 2001	9,763
2002	26,280
2003	25,303
2004	30,373
2005	31,566
2006	45,439
gennaio-maggio 2007	28,437

Tabella 1. Riepilogo degli accessi alla homepage annuali (rilevazione esterna Webstats)

2. ACCESSI AGLI ARTICOLI DELLE PAGINE ELETTRONICHE

L'accesso alle Pagine Elettroniche è in costante aumento con un incremento significativo nel mese di ottobre 2007 (Figura 2). Su base mensile, rispetto agli accessi dell'anno 2006, l'incremento è stato del 300%.

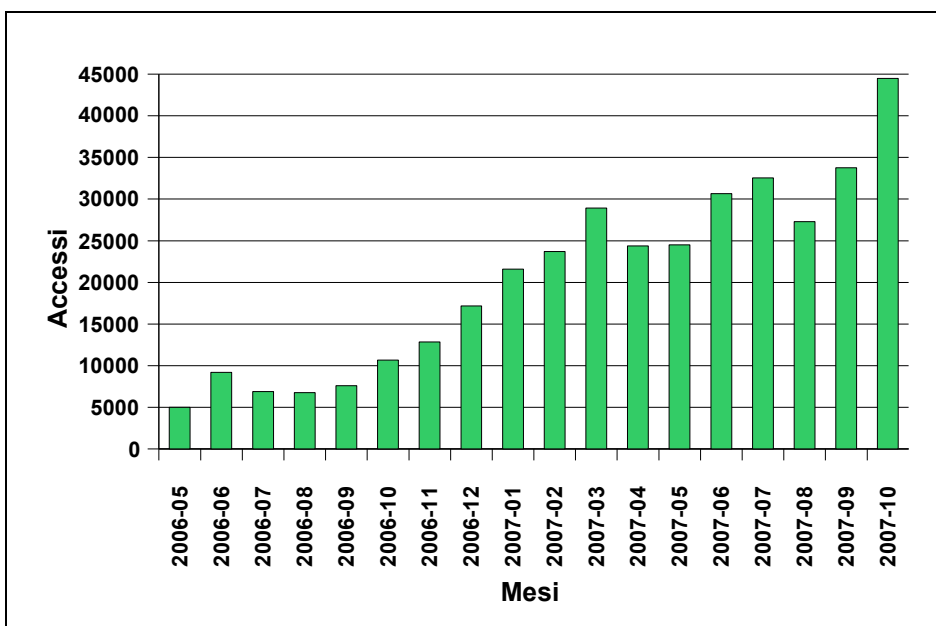


Figura 2. Accessi agli articoli delle Pagine Elettroniche (rilevazione interna)

Una valutazione analitica degli accessi riguardante la topten mensile (Tabelle 2 e 3) evidenzia che mentre nel 2006 le posizioni migliori erano occupate dagli articoli più recenti, dai primi mesi del 2007 non è più così. Questo dimostra che l'accesso al sito non è più determinato solo dall'uscita del nuovo numero, ma anche dalla visione dei contenuti della rivista elettronica nella loro globalità.

Rubrica	Titolo
Pediatria per l'ospedale - Maggio 2006	I meccanismi della proteinuria (I° prima)
Pediatria per immagini - Febbraio 2006	Sangue e muco nelle feci
Pediatria per immagini - Aprile 2005	I difetti del tubo neurale
Seminari degli specializzandi - Dicembre 2003	Puberta' precoce, pseudopuberta' e affini
Pediatria per l'ospedale - Marzo 2006	Trombosi delle vene e dei seni cerebrali

Tabella 2. I cinque articoli delle Pagine Elettroniche più letti nel mese di ottobre 2007

Rubrica	Titolo
Appunti di Terapia - Ottobre 2006	I chinolonici in età pediatrica
Contributi Originali - Casi contributivi - Ottobre 2006	Il linfedema primario precoce: descrizione di due casi e revisione della letteratura
Presentazioni PPT - Ottobre 2006	Trattare il dolore addominale con i farmaci? Un vecchio mito da sfatare
Contributi Originali - Casi contributivi - Ottobre 2006	Encefalite acuta dovuta al virus di EB
Occhio all'evidenza - Ottobre 2006	È possibile trattare efficacemente con analgesici un bambino con dolore addominale acuto senza modificare l'accuratezza diagnostica?

Tabella 3. I cinque articoli delle Pagine Elettroniche più letti nel mese di ottobre 2006

3. ACCESSI AGLI ARTICOLI DELLA RIVISTA CARTACEA

Al pari delle Pagine Elettroniche, la consultazione della rivista cartacea (disponibile da maggio 2006) ha avuto un incremento significativo di circa il 100% (Figura 3). Il numero di articoli letti è minore per il fatto che la Rivista Cartacea è disponibile online solamente per gli abbonati.

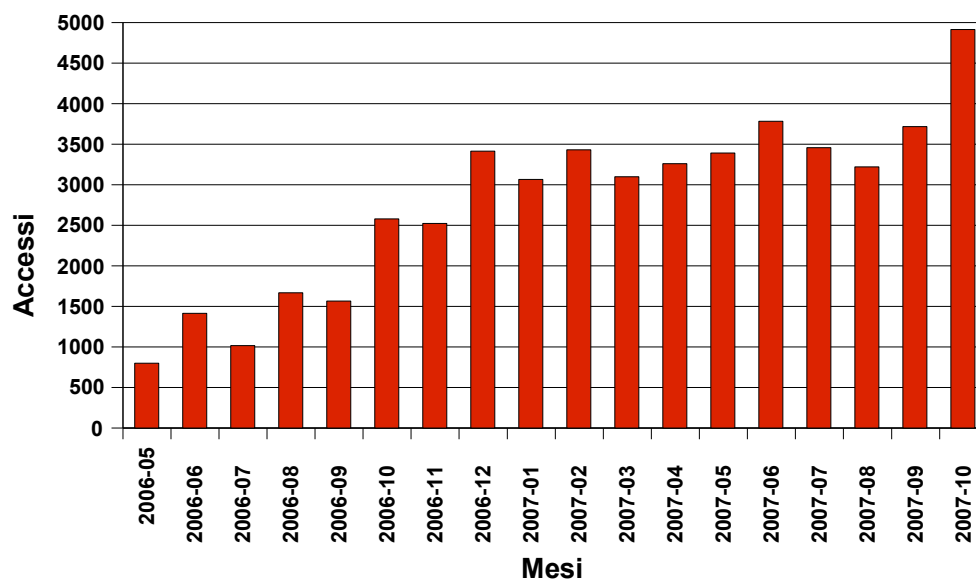


Figura 3. Accessi agli articoli della Rivista Cartacea (rilevazione interna)

4. ACCESSI TOTALI ALLE PAGINE DEL SITO

Quando si parla di accessi totali al sito non si parla solamente di articoli, ma di qualsiasi link “cliccabile” all'interno dello stesso. Anche in questo caso è da rilevare un costante aumento delle pagine viste. Nel mese di ottobre 2007 sono state visualizzate 78352 pagine mentre a ottobre 2006 le pagine visualizzate erano state 19463. (Figura 4)

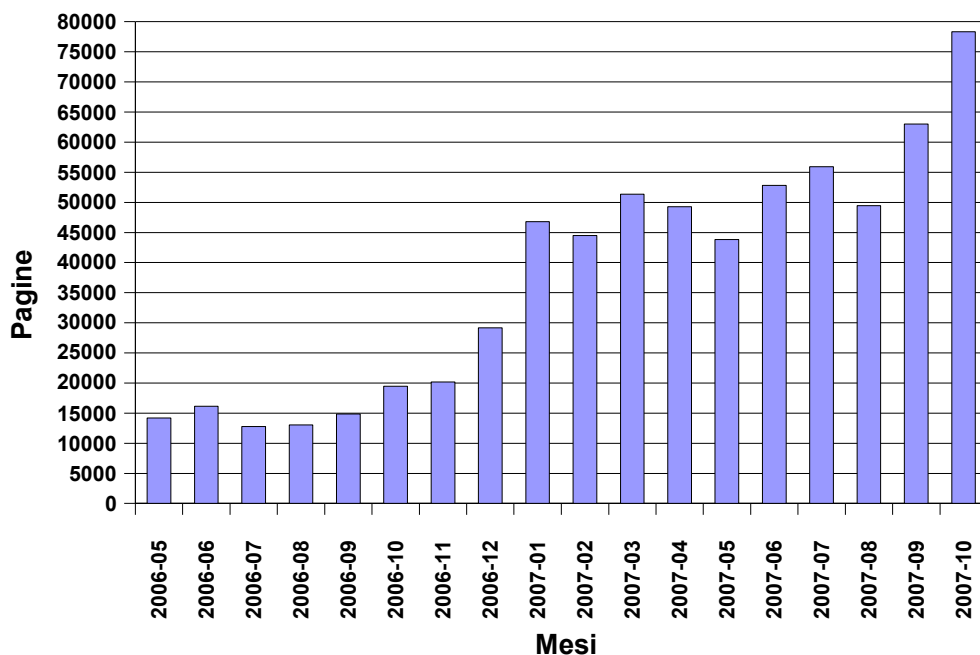


Figura 4. Totale delle pagine visualizzate (rilevazione interna)

Le distribuzioni per orario e per giorni della settimana degli accessi sono riportate nelle Figure 5, 6.

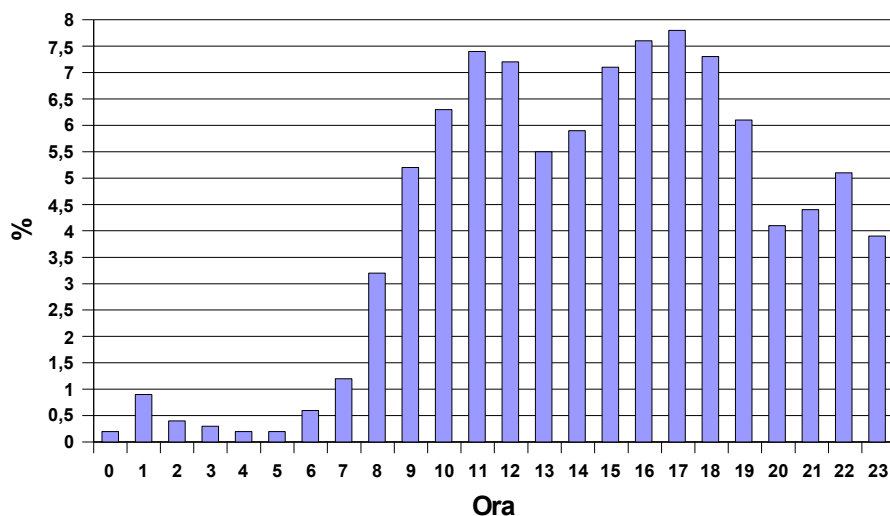


Figura 5. Percentuale oraria di utilizzo del sito (rilevazione esterna Webstats)

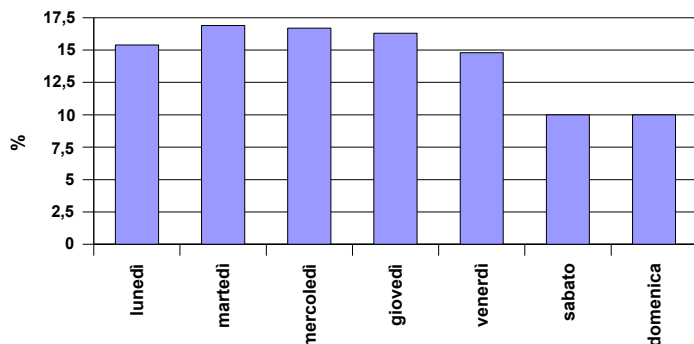


Figura 6. Percentuale di utilizzo del sito per giorni della settimana (rilevazione esterna Webstats)

5. GLI UTENTI ABBONATI REGISTRATI

Il numero totale di abbonati alla rivista è di 5837 medici (al 22 novembre 2007). Da maggio 2006 si sono registrati al sito 1656 abbonati (28%). Si tratta di un numero che merita di essere implementato in quanto i 2/3 degli abbonati al momento non usufruisce del servizio che rende gratuita la consultazione di tutti gli articoli della rivista cartacea a partire dal 1997 (fatta eccezione per l'ultimo anno). La Figura 7 riporta la distribuzione per mese degli abbonati che si sono registrati.

Il numero di login effettuati con successo nel 2007, rispetto all'anno 2006, è mediamente aumentato del 70% (Figura 8). La percentuale di errore di inserimento username e password risulta essere ancora elevata (vengono tenuti in conto anche i reiterati tentativi di inserimento della password) ed è dovuta presumibilmente sia alla saltuarietà del login, sia ad una certa difficoltà nella comprensione del meccanismo di registrazione e successivo uso delle password. Negli ultimi 5 mesi tuttavia il trend relativo alla percentuale di errore di inserimento dell'username e password è decrescente a confermare un uso più preciso e consapevole degli utenti all'uso delle stesse.

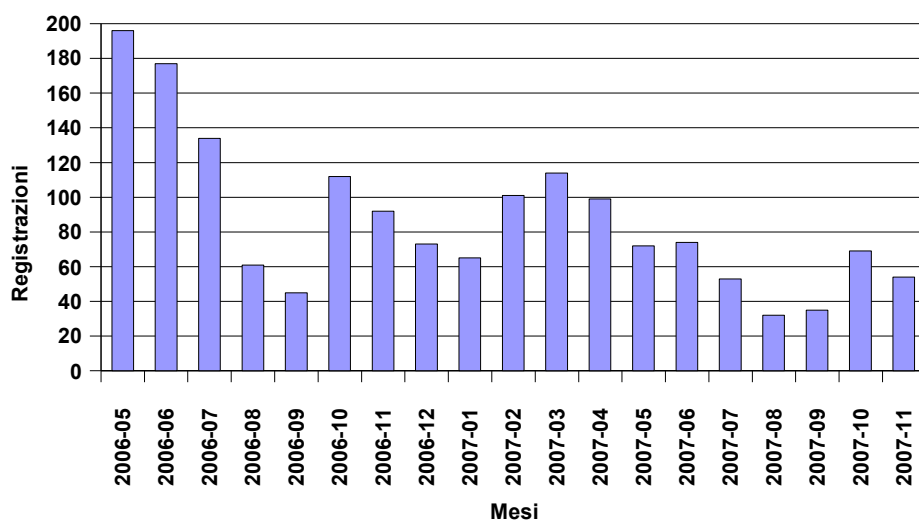


Figura 7. Abbonati registrati nel sito per ottenere username e password (rilevazione interna)

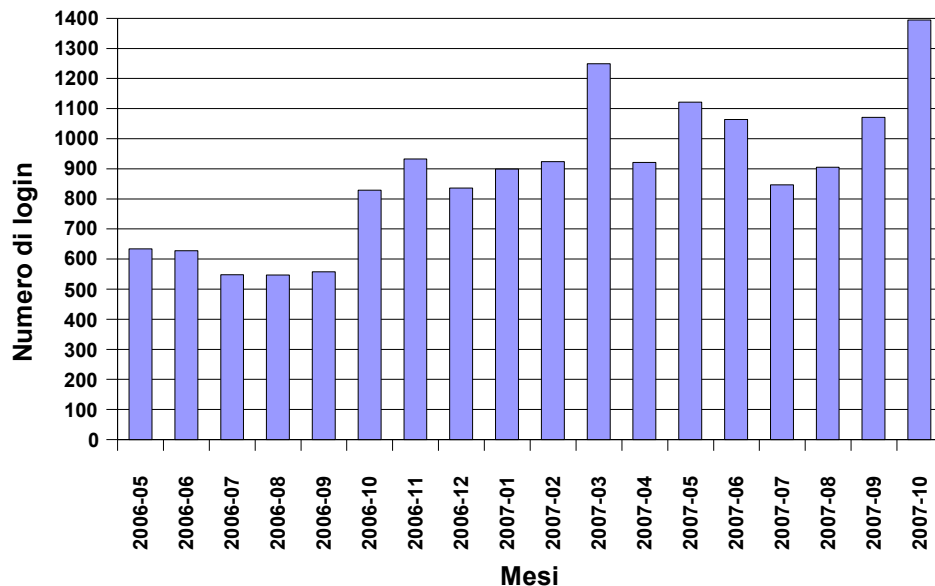


Figura 8. Numero mensile di login effettuati con successo (rilevazione interna)

6. MOTORE DI RICERCA INTERNO

Il sito dispone di un motore di ricerca interno che permette di effettuare ricerche per autore, parola chiave, titolo. L'aumento percentuale medio rispetto al 2006 è stato del 60% (Figura 9). Le parole chiave più frequentemente utilizzate sono riportate nella Tabella 4.

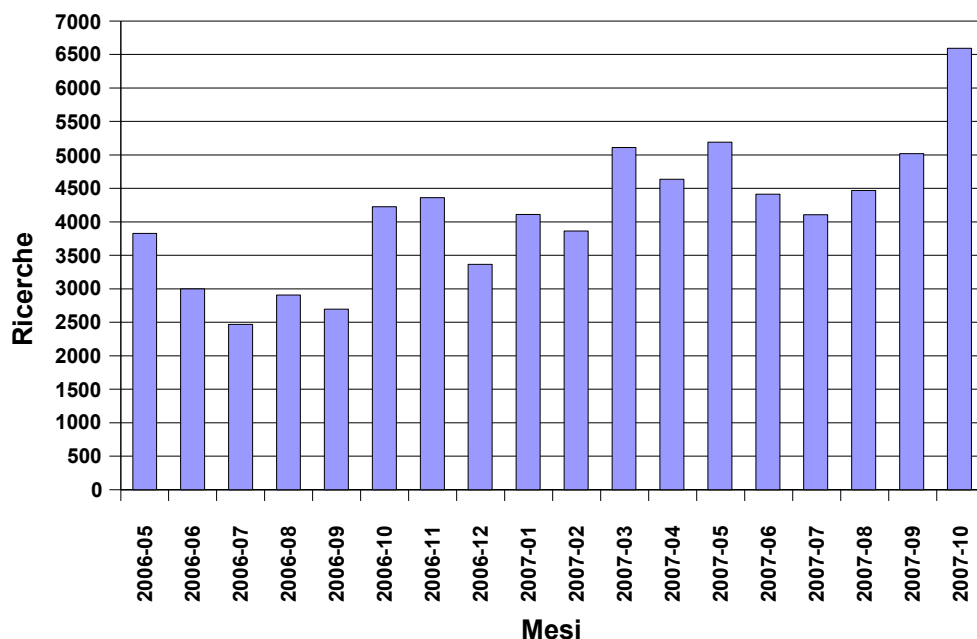


Figura 9. Numero di ricerche mensili eseguite dal motore di ricerca interno (rilevazione interna)

sindrome	1281
febbre	1234
celiachia	1090
malattia	897
terapia	893
asma	865
reflusso	864
neonato	738
diarrea	729
dolore	698

Tabella 4. Le 10 parole più presenti nelle stringhe di ricerca (rilevazione interna)

7. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEI VISITATORI

La distribuzione geografica dei visitatori per Nazione è riportata nella Tabella 5. Per quanto riguarda le città italiane con il numero maggiore di visitatori, la distribuzione riportata nella Figura 10 è sicuramente interessante perché riflette la distribuzione demografica della popolazione/pediatri italiana, ma con alcune presenze più rilevanti in alcune zone territoriali rispetto ad altre.

Italia	96,5%
Svizzera	0,72%
Stati Uniti	0,54%
Germania	0,41%
Regno Unito	0,39%
Brasile	0,29%
Francia	0,29%
Grecia	0,23%
Spagna	0,19%
Svezia	0,17%
Altri	0,25%

Tabella 5. Percentuale di visitatori divisa per Nazione (rilevazione esterna Google Analytics)

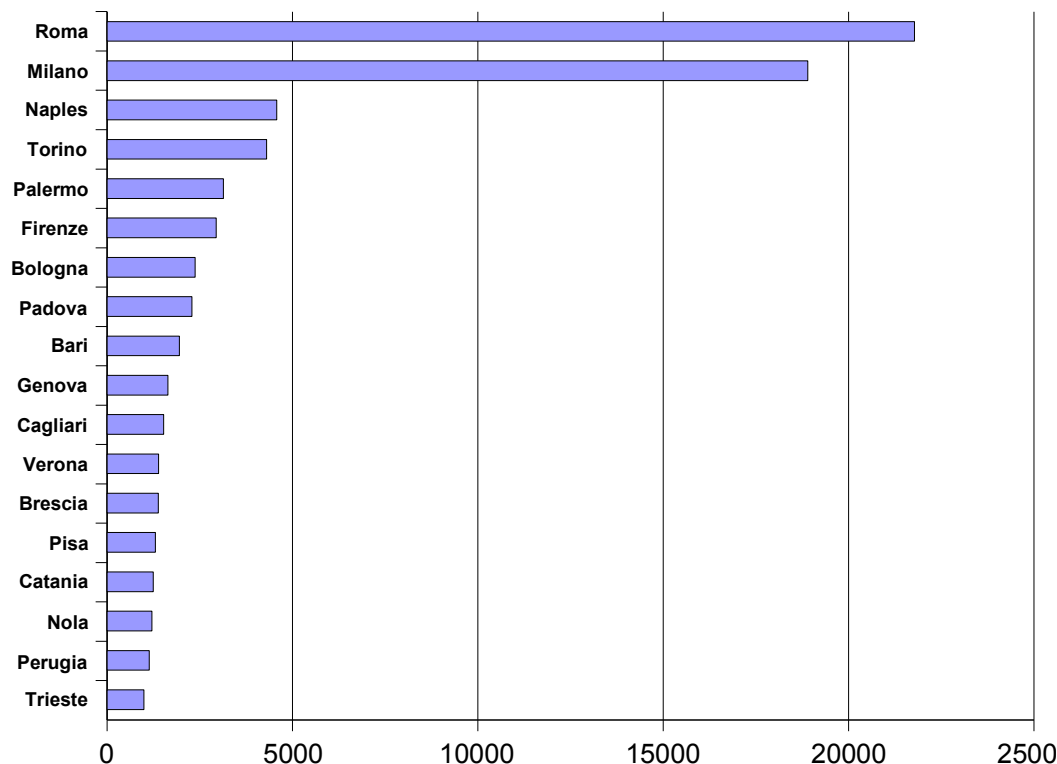


Figura 10. Distribuzione geografica dei visitatori per città italiana di accesso nel periodo giugno-ottobre 2007 (rilevazione esterna Google Analytics)

8. ACCESSI AL “BLOG del Prof. Panizon”

Da febbraio 2007 è presente nel sito il blog del Prof. Panizon. Si tratta del “logo” più visto in assoluto all’interno del sito (Figura 11).

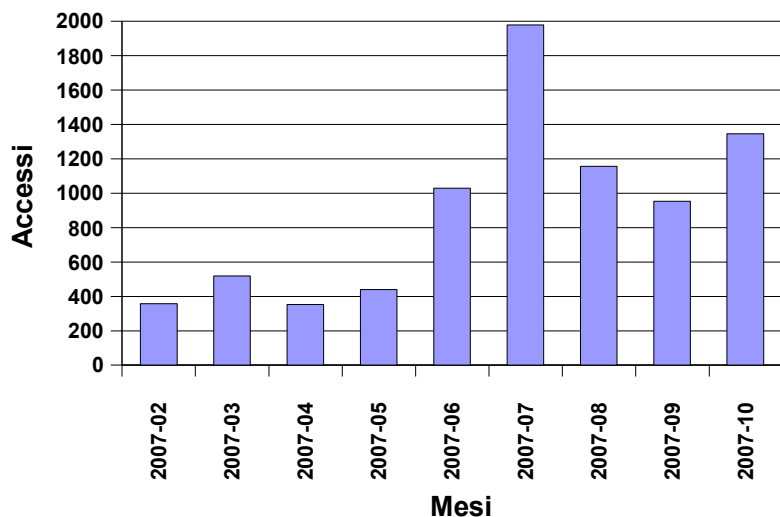


Figura 11. Accessi mensili al Blog del Prof Franco Panizon (rilevazione interna)

9. LE FONTI DEGLI ACCESSI AL SITO

Le sorgenti di traffico di un sito possono essere di 3 tipi:

1. Motori di ricerca: l'utente ricerca una parola chiave in un motore di ricerca e giunge al sito attraverso i risultati del motore
2. Accesso diretto: l'utente digita direttamente l'indirizzo della homepage o di qualsiasi altra pagina del sito
3. Siti di provenienza: l'utente sta navigando su un sito o legge ad esempio l'e-mail-alert dalla sua casella di posta online, trova un link interessante e cliccandoci arriva al sito della rivista.

Il risultato della distribuzione degli accessi totali al sito in numero assoluto (Tabella 5) e in percentuale (Tabella 6) evidenzia un aumento del traffico proveniente soprattutto dai motori di ricerca.

	Motori di ricerca	Accesso diretto	Siti di provenienza
giugno	11118	2568	850
luglio	14287	2022	857
agosto	12368	1826	812
settembre	19548	3333	1140
ottobre	26941	3158	1562

Tabella 5. Numero di visitatori suddivisi per tipologia di accesso nel periodo giugno-ottobre 2007 (rilevazione esterna Google Analytics)

	Motore di ricerca	Accesso diretto	Siti di provenienza
giugno	76,49%	17,67%	5,85%
luglio	83,23%	11,78%	4,99%
agosto	82,42%	12,17%	5,41%
settembre	81,38%	13,88%	4,75%
ottobre	85,09%	9,97%	4,93%

Tabella 6. Percentuale dei visitatori totali suddivisi per tipologia di accesso nel periodo giugno-ottobre 2007 (rilevazione esterna Google Analytics)

In maniera rispondente alla fonte di accesso al sito che privilegia i motori di ricerca (il 90,3% utilizza Google come motore di ricerca), vi è stato un aumento di visitatori “mordi e fuggi” (caratteristica del visitatore che ha accesso al sito da un motore di ricerca e che cerca una specifica informazione) (Tabella 7).

	Visitatori	Pagine Visualizzate	Media Pagine per visitatore
giugno	14536	50005	3,5
luglio	17167	51395	3,01
agosto	15006	45405	3,09
settembre	24022	62061	2,58
ottobre	31661	77547	2,46

Tabella 7. Visitatori e pagine visualizzate-giugno-ottobre 2007 (rilevazione esterna Google Analytics)

10. LE PAROLE CHIAVE USATE PER RAGGIUNGERE MEDICO E BAMBINO

Il motore di ricerca più utilizzato risulta essere Google (9 volte su 10). La Tabella 8 riporta le prime 20 stringhe di ricerca che hanno determinato un accesso al sito di MedicoeBambino. La consuetudine di utilizzare Google per la ricerca dell'indirizzo della homepage è evidente dal fatto che la combinazioni di “medico” e “bambino” occupa il primo posto della classifica.

Stringa di ricerca	Visite al sito
medico e bambino	4479
curve di crescita	868
proteinuria	630
quantiferon	351
granuloma anulare	303
percentili crescita	546
spondilodiscite	273
ADEM	248
bambino	241
coxalgia	181
pitiriasi	310
telarca	151
laringomalacia	146
miltefosina	142
trombocitosi	139
crup	136
claritromicina	128

muco nelle feci	125
esofagite eosinofila	122
onfalite	112

Tabella 8. Le parole chiave che più portano a MedicoeBambino nel periodo giugno-ottobre 2007 (rilevazione esterna Google Analytics)

CONCLUSIONI E PROSPETTIVE

Il sito web di Medico e Bambino è sempre più "visitato". In particolare merita di essere sottolineato che il numero medio degli accessi è di circa 1000 al giorno, che gli accessi agli articoli della rivista cartacea in un anno sono raddoppiati, che l'uso del motore di ricerca interno ha avuto un incremento di utilizzo del 60% a conferma della validità del servizio.

Riteniamo che questi risultati positivi siano da attribuire ad alcune importanti innovazioni:

1. la disponibilità degli articoli della rivista cartacea a partire dal 1997 (fatta eccezione per l'ultimo anno) per gli abbonati che si registrano (dal mese di maggio 2006);
2. la maggiore visibilità della rivista nei motori di ricerca;
3. il sistema informativo della e-mail alert che viene inviato ad ogni uscita mensile della rivista a 2200 indirizzi;
4. probabilmente la migliore qualità delle informazioni riportate nel sito con accesso libero (contenuti della rivista elettronica, striscia la notizia, dibattiti, recensioni, strumenti, blog, congressi).

Vi sono sicuramente alcuni punti critici che possono essere ottimizzati e che rappresentano una prospettiva di lavoro (per obiettivi) per il 2008.

In particolare:

- visibilità della rivista sui motori di ricerca: deve essere implementata in quanto non ancora ottimale. Su questo si sta lavorando, con risultati che possono essere sicuramente più usufruibili per gli utenti che non sono abbonati alla rivista. Medico e Bambino rappresenta infatti una fonte importante di informazioni, culturali e scientifiche, che riguardano la salute dei bambini e il saper essere e il saper fare dei pediatri. La visibilità ulteriore sui motori di ricerca richiede, oltre che aspetti tecnici di lavoro (inserimento delle parole chiave dei singoli contributi), anche la maggiore disponibilità di contributi della rivista cartacea con accesso libero.
- utenti registrati al sito: al momento circa 1 abbonato su 3 usufruisce dell'accesso libero al sito, con la disponibilità di avere tutti gli articoli cartacei della rivista, a partire dal 1997. E' difficile capire i motivi di questa relativamente scarsa usufruibilità del servizio. Volendo ipotizzare, possono essere dovuti a diverse ragioni e in particolare: ai tempi brevi di disponibilità del servizio (presente da poco più di un anno); alla non familiarità ed utilizzo dei siti web da parte di alcuni pediatri; alla mancata ed adeguata informazione sul servizio; alle difficoltà nella registrazione, che potrebbe essere semplificato. Si tratta di lavorare nello specifico dei due ultimi punti, attraverso un contatto informativo possibilmente più diretto con chi è abbonato. Non è disponibile al momento un indirizzo e-mail di tutti gli abbonati (che favorisca un gentile invito alla registrazione e anche l'invio periodico dell'e-mail-alert), ma è auspicabile la possibilità di informare e dare una maggiore disponibilità nell'assistenza alla registrazione al sito (scrivendo redazione@medicoebambino.com) o telefonando in redazione), utilizzando il sistema informativo della rivista cartacea. Si può auspicare come obiettivo che, alla fine del 2008, il numero di utenti registrati aumenti del 20%, prevedendo in questo modo che la metà degli abbonati sia registrato.
- Interattività del sito: rappresenta una priorità da implementare. Durante il 2007 sono stati resi disponibili alcuni strumenti tecnici utili per favorire la maggiore interazione con i lettori. Uno di questi è la possibilità di "Commentare gli articoli" con il sistema diretto, disponibile online di commento strutturato (titolo, autore, testo possibilmente con non più di 600 parole), sull'esempio di quanto viene fatto da alcune riviste internazionali (ad esempio il BMJ, Arch Dis Child). Questo servizio è stato di fatto poco utilizzato dai lettori. Suggerimenti specifici per ottimizzare questa importante possibilità di interazione sono molto graditi.

Un progetto ambizioso (che per il momento ha un carattere sperimentale) è quello che ha come titolo "Le domande del giorno dopo" e che ha l'obiettivo di favorire, per mezzo di un Forum, un approfondimento con l'esperto sulle tematiche affrontate in occasione del tradizionale congresso "Confronti in Pediatria".

Nota: un invito e una richiesta ai lettori affezionati o occasionali di Medico e Bambino: scrivete per critiche, suggerimenti. Medico e Bambino può crescere solo grazie alla stretta interazione con chi in questi anni ha contribuito alla sua diffusione e realizzazione. Il sito è una evoluzione ed una occasione in più.

Bibliografia

1. Sistema di rilevazione degli accessi interno di Medico e Bambino (dati riservati); 05/06-10/07
2. Statistiche online webstat (webstats.motigo.com/s?tab=1&link=3&id=1105043); 07/01-09/07
3. Google Analytics per MedicoeBambino (dati riservati); 06/07-11/07