

► Témoignage client



Coloplast

Défi

Concevoir, tester et fabriquer des produits innovants pour des patients ayant des besoins spécifiques en termes de soins médicaux et de qualité de vie.

Innover pour le bien-être des clients

Pour développer des solutions de stomie, d'urologie, de continence et de soin des plaies, Coloplast utilise intensivement l'analytique, sans laquelle ces innovations seraient tout simplement impossibles.

Tous ceux qui travaillent pour une entreprise comme Coloplast savent qu'ils ont une mission à remplir – et mesurent l'importance de l'analytique pour atteindre cet objectif. La société Coloplast, spécialisée dans la stomie, l'urologie, la continence et le soin des plaies, développe des produits et services qui améliorent la vie des personnes confrontées à des troubles médicaux de la sphère intime. Ses clients en attendent une bonne appréhension de leurs besoins spécifiques et des solutions qui les aident à profiter pleinement de la vie.

Basée à Humlebæk, au Danemark, la société Coloplast compte près de 11 000 salariés et une clientèle présente dans 32 pays, pour un chiffre d'affaires annuel d'environ 2,6 milliards de dollars. Mais le chiffre d'affaires n'est pas la seule priorité des employés de Coloplast. Ils entendent également être proches des patients pour cerner au mieux leurs besoins et développer des produits innovants, qui améliorent leur quotidien. Il n'est donc guère étonnant que la société ait figuré dans le classement Forbes des 100 entreprises les plus innovantes plusieurs années de suite. Pour tenir de tels objectifs d'innovation de manière constante et rentable, Coloplast doit investir dans la collecte et l'analyse de données complexes.

Relever les défis R&D

Depuis sa création, il y a 60 ans, par Elise Sørensen, qui a inventé la première poche de stomie adhésive au monde pour aider sa sœur souffrante, Coloplast n'a eu de cesse de répondre aux besoins de ses clients. Dans les années qui ont suivi, les experts techniques de Coloplast se sont fiés à leurs propres connaissances et à leur expérience pour concevoir, tester et fabriquer de nouvelles solutions. « Nos opérateurs ne saisissaient pas tous l'importance de la collecte de données », déclare Lise Isachsen, spécialiste senior des procédés chez Coloplast. « Ils avaient donc tendance à ne pas consigner tous les résultats des tests, et comme il nous manquait certaines données, nous n'avions pas toujours une vision précise. »

Lise Isachsen est chargée de la recherche et du développement au sein d'un département pilote de l'entreprise. Son groupe teste des procédés pour déceler les problèmes et réduire les variations,

notamment aux stades préliminaires de la production en volume. Par le passé, ces tests pouvaient être longs et coûteux. « Si nous développions un produit avec un nouveau matériau, nous devions tester tous les facteurs un par un », explique Lise Isachsen. « Nous changions la température de cinq degrés et faisions un essai, puis nous recommencions autant de fois que nécessaire. »

Ces difficultés ont disparu lorsque l'entreprise a investi dans JMP et a commencé à utiliser les plans d'expériences (DOE) pour affiner ses méthodes d'expérimentation. « Aujourd'hui, avec JMP et les plans d'expériences, chacun apprécie la valeur des données et les améliorations qu'elles apportent aux procédés et à la qualité des produits », affirme Lise Isachsen. « Maintenant que nous utilisons JMP, nous pouvons en outre tester de multiples interactions, puis présenter les données à nos techniciens. »

De la découverte au Six Sigma : améliorer les procédés et les résultats

Lise Isachsen se souvient de sa première approche de JMP comme d'une merveilleuse découverte : « La première fois que j'ai vu le profileur JMP, j'ai été impressionnée par son caractère intuitif. Toutes les questions y trouvent une réponse. » Aujourd'hui, elle se sert essentiellement de JMP pour les plans d'expériences, les plans optimaux et le criblage. Outre le profileur, elle utilise également le Constructeur de graphiques JMP.

Coloplast fait appel à JMP pour tester la qualité de la conception, comme les soudures des poches de stomie : sont-elles suffisamment résistantes et étanches, le matériau de soudage est-il trop abondant ? Dans ce type de cas, l'équipe peut tester 16 conceptions individuelles et en évaluer les différences. L'entreprise se sert en outre de JMP pour



Lorsque nous utilisons JMP [...], nous calculons le business case. Et ces analyses se révèlent un bon investissement, ce que la direction a également très bien compris, sinon elle ne nous laisserait pas y consacrer du temps et des ressources.

Lise Isachsen, spécialiste senior des procédés



analyser l'activité de production au quotidien et rechercher des résultats aberrants. Elle réalise ainsi plus de 50 tests de plans d'expériences pour identifier les procédés et niveaux optimaux, « pour aboutir à une validation parfaite », insiste Lise Isachsen. Cette dernière et ses collègues font également appel à JMP lors de la revalidation, après avoir développé un script spécialement à cet effet.

Utiliser JMP® pour prévenir les problèmes – et offrir des produits de qualité optimale

JMP a récemment joué un rôle déterminant dans l'aboutissement d'un nouveau produit Coloplast, développé à l'aide de la technologie BodyFit de l'entreprise. Cette approche innovante permet aux clients d'identifier la solution de stomie la plus adaptée à leur morphologie, ce qui est particulièrement utile pour les personnes susceptibles de prendre ou de perdre du poids, ou qui présentent une hernie et ont besoin d'une solution spécifique.

Lise Isachsen s'est beaucoup impliquée dans le développement de ce produit, qui a nécessité de multiples plans d'expériences sur différents procédés. Le volume étant trop important à gérer pour une seule personne, elle a réuni une équipe d'opérateurs qualifiés. Grâce à JMP, elle a pu les former aux statistiques de base et aux plans d'expériences pendant neuf mois. « Avec JMP, ce ne sont pas les [connaissances] statistiques qui importent le plus. L'essentiel est de connaître le procédé pour pouvoir disséquer ce que l'on voit dans le profil et l'analyse. »

L'équipe a ainsi réalisé plus de 50 tests de plans d'expériences. « La validation s'est faite directement », poursuit Lise Isachsen. « Les résultats étaient vraiment bons. Nous avons généré des rapports sur les facteurs retenus et éliminés, et lorsque nous avons transmis le procédé à nos autres sites, ils ont ainsi pu voir pourquoi nous avions fait tel ou tel choix. Aujourd'hui, chaque fois que nous allons voir les opérateurs sur leurs machines, ils savent ce que nous allons faire. »

« Au final, ce travail d'équipe se solde par des produits d'excellente qualité. » Ces résultats positifs ont d'ailleurs permis aux dirigeants de

l'entreprise de mieux saisir l'intérêt des plans d'expériences. L'utilisation de JMP est de plus en plus encouragée par la direction, à juste titre, selon Lise Isachsen. La visualisation des données dans JMP permet ainsi aux médecins employés par Coloplast de communiquer clairement leurs conclusions aux dirigeants de la société. Sans compter que JMP affiche un excellent retour sur investissement.

« Lorsque nous utilisons JMP pour analyser les causes principales, nous calculons le business case. Et ces analyses se révèlent un bon investissement, ce que la direction a parfaitement compris également, sinon elle ne nous laisserait pas y consacrer du temps et des ressources », souligne Lise Isachsen.

Mais de son propre aveu, l'un des principaux atouts de JMP est sa capacité à prévenir les problèmes. « Dans le secteur industriel, nous lançons généralement la production sur une seule machine pour vérifier que tout fonctionne parfaitement », explique-t-elle. « Si nous sommes sûrs que le fonctionnement de la première machine est optimal et que les objectifs sont tenables, cela réduit les coûts des 10 machines suivantes. Les économies sont alors énormes. »

Aussi important que soit le facteur coût, Lise Isachsen rappelle qu'il n'arrive qu'en deuxième position aux yeux de Coloplast pour répondre aux besoins spécifiques des clients. « Lorsque nous développons un nouveau produit, notre priorité n'est pas l'argent que l'on peut en tirer ou économiser, mais la création d'un produit de qualité pour les patients », insiste-t-elle. « Simplement, en réalisant nos tests de plans d'expériences et en consacrant du temps et de l'argent en amont, nous gagnons du temps et réalisons des économies en évitant les problèmes ultérieurs. »

« Résultat : la qualité du produit est optimisée dès le début. Nous pouvons immédiatement identifier les problèmes, et nous savons à quel moment nous atteignons notre cible. C'est tout simplement formidable. » Les clients à qui profite la volonté d'innovation de Coloplast seraient certainement d'accord sur ce point.

Solution

Utiliser des applications de Plans d'Expériences dans JMP® pour réduire les coûts, accélérer les processus et garantir des produits de qualité optimale. Doper l'efficacité des opérateurs en leur permettant de traiter eux-mêmes les données à l'aide de JMP.

Résultats

Les équipes de recherche et développement peuvent à présent analyser des données avec une efficacité sans précédent, ce qui permet à Coloplast de mettre ses innovations médicales sur le marché et entre les mains des patients qui en ont besoin.

Pour contacter votre représentant JMP local, consultez le site Web : jmp.com/offices



SAS et tous les autres noms de service ou de produit de SAS Institute Inc. sont des marques ou des marques déposées de SAS Institute Inc. aux États-Unis et dans d'autres pays.® désigne une marque déposée aux États-Unis. Les autres marques et noms de produit sont la propriété de leurs sociétés respectives. Copyright © 2018, SAS Institute Inc. Tous droits réservés. 110048_G91597.1118

Les résultats exposés dans le présent document se rapportent aux situations, aux modèles métier, aux données et aux environnements informatiques y étant décrits. L'expérience de chaque client SAS étant unique et reposant sur des variables métier et techniques, il convient de considérer les présentes déclarations comme singulières. Les économies, résultats et performances réels dépendent des configurations et conditions côté client. SAS ne peut garantir des résultats similaires à chaque client. Les seules garanties relatives aux services et produits SAS sont celles exposées dans le contrat écrit associé. Aucune mention figurant dans le présent document ne peut être considérée comme une garantie supplémentaire. Les témoignages des clients s'inscrivent dans le cadre d'un accord contractuel ou d'une série de projets ayant abouti suite à l'implémentation réussie des logiciels SAS.