

ÉDITION  
ABONNÉS

## L'élection américaine: « Un entrepreneur peut-il faire un bon président ? »

Donald Trump a gagné comme une entreprise gagne un marché : en conquérant chaque « client » un par un, en utilisant des techniques de marketing, explique François Enius, accompagnateur et conseiller de dirigeants de grandes entreprises. Mais après ?

LE MONDE ECONOMIE | 11.11.2016 à 12h09 |

Par François Enius (Accompagnateur et conseiller de dirigeants de grandes entreprises)

Abonnez vous à partir de 1 €

👍 Réagir

★ Ajouter

🖨️

✉️

f Partager (38)

🐦 Tweeter



Par François Enius, accompagnateur et conseiller de dirigeants de grandes entreprises

# M Idées

**Par François Enius, accompagnateur et conseiller de dirigeants de grandes entreprises**



Personne ne l'avait vu venir, la classe politique mondiale est passée, semble-t-il, à côté de l'événement. Et pourtant, le peuple américain a décidé de porter aux plus hautes fonctions nationales Donald Trump, l'homme d'entreprise, l'incarnation de la réussite à l'américaine, l'homme de média qui a travaillé dans la durée pour faire transpirer ses idées dans la population américaine.

Face aux premières réactions de doute quant à la capacité de Donald Trump à diriger la première puissance mondiale, une chose est pourtant certaine : il est tout sauf inexpérimenté. Comme un dirigeant d'entreprise ayant une vraie stratégie de fond, il a racheté les parts de son concurrent une à une et il annonce aujourd'hui la réussite de son OPA ! Cette victoire soulève de véritables questions : un entrepreneur peut-il faire un bon président ? Dirige-t-on la première puissance mondiale de la même manière qu'une multinationale ?

Sa recette est simple et concrète. Il est pour tous ce personnage sans filtre, parfois même grossier, qui dit ce qu'il pense. Puis qui s'excuse, encore, et encore... Un véritable changement de paradigme pour la politique. Les Bush, les Clinton construisent des phrases pour ne pas créer de clivage. Trump dit les choses, quitte à créer des fractures dans la population.

Donald Trump est-il un être inconscient, ou au contraire un génie de la communication et du marketing ? Il utilise intelligemment les principes du marketing : créer de l'adhésion et de l'achat par la différence. Son succès est l'affirmation d'un message fort dans un océan de platitude. L'entreprise ne tient pas à avoir raison, elle veut gagner des parts de marché.



# M Idées



## Dans le silence d'une OPA hostile

Il a marqué des points avec des phrases simples et compréhensibles, des « phrases-chocs » et marquantes comme le slogan du dernier produit à la mode. Il a organisé ses équipes pour gagner. Il a travaillé le terrain en profondeur, il est allé gagner, dans chaque maison, chaque voix, chaque vote, à la manière d'un vendeur d'aspirateurs faisant du porte-à-porte qui se soucierait peu de l'acheteur. Car chaque vente compte dans la réussite de l'entreprise. Le candidat et ses équipes ont travaillé dans le silence d'une OPA hostile, comme pour un rachat en Bourse, action par action. Et le 9 novembre, ils ont annoncé la prise de participation majoritaire sans que personne ait vu venir ce cheval de Troie.

L'entreprise se conçoit avec une stratégie de long terme, des objectifs fixés en accord avec l'actionnaire, le déploiement d'une force de persuasion auprès de chacune des strates de l'organisation. Viennent ensuite des contrôles récurrents d'atteintes et de non-atteintes de ces mêmes objectifs, ainsi que les plans de correction qui en découlent. La grande différence avec un pays, c'est l'électorat. Il est l'actionnaire principal ainsi que l'acteur du changement, il décide du chemin qu'il doit lui-même suivre, sans ce « pouvoir de coercition » sur lui-même.

Trump a gagné la première bataille : l'élection. Il saura sans nul doute rassembler autour de lui en regardant l'objectif. Mais saura-t-il convaincre pour que les électeurs deviennent acteurs des changements ? Là, nous n'avons pas encore la réponse. Parce que les outils de management qu'il maîtrisait jusque-là parfaitement ne sont pas adaptés à la gestion d'un pays et au déploiement de l'action gouvernementale. Et si on peut céder une filiale, on ne peut pas vendre un Etat...

Un entrepreneur a indéniablement les qualités de meneur d'hommes nécessaires aux situations actuelles. Trump l'a montré en embarquant dans son ambition des millions d'Américains. Aura-t-il pour autant les compétences pour mener à bien ses promesses, tout en négociant en permanence avec les acteurs-électeurs des changements ? Rendez-vous à partir du 20 janvier 2017 pour le savoir.

**Lire aussi : [Quelle Amérique après l'élection de Donald Trump ?](#)**

François Enius (Accompagnateur et conseiller de dirigeants de grandes entreprises)