

Herock® Workwear als eerste Belgische merk op OnlyFans

“Een slimme marketingkeuze om je doelpubliek kostenefficiënt te bereiken”

Hamme, 21 juni 2023 – Sinds vandaag is [Herock®](#), specialist in werkkledij en veiligheidsschoenen, actief op OnlyFans, het social media platform met een erotisch tintje. Herock® publiceert er sensuele beelden, die hun doelpubliek, werkmannen en -vrouwen, moeten aanmoedigen om Herock® werkkledij te kopen. ***“Een slimme marketingzet”***, klinkt het bij social media expert Tom Rumes, docent aan Thomas More hogeschool. Zaakvoerder Laurent Van Laere bewandelde al eerder gedurfde marketingpaden: ***“Als challenger op de markt, moet je creatief met budgetten omgaan om je te laten opmerken. Toen ik 10 jaar geleden als eerste in P-magazine adverteerde, verklaarde iedereen me voor gek, maar de resultaten waren er wel!”*** Wie de OnlyFans-pagina bezoekt, maakt extra kans om een romantisch reis te winnen.

Herock® is vandaag niet alleen in België, maar ook in Frankrijk, Nederland en Duitsland een speler die niet meer weg te denken is uit de markt van de werkkledij en veiligheidsschoenen. Laurent is een pur sang ondernemer die zijn buikgevoel volgt. Zijn ervaring in de sector en een gezonde portie durf en impulsiviteit zorgden er al vaker voor dat het grote, internationale spelers te heet wordt onder de voeten. Met de campagne op OnlyFans wakkert hij het vuur nog eens extra aan.

“De doelgroep van werkmannen is niet de meest eenvoudige om te bereiken. Ik ben altijd voorstander geweest om doelgericht te communiceren, via die kanalen waar ik potentiële klanten zitten. Vandaag horen nieuwe kanalen, zoals OnlyFans, daarbij. Om je te laten opmerken als kleinere speler, moet je naar links durven gaan, als iedereen rechts gaat. Inspelen op wat jouw doelpubliek triggert. Dat hebben we bij Herock® altijd zo gedaan, bijvoorbeeld ook als sponsor binnen de auto- en motosport” licht Laurent Van Laere toe.

Tom Rumes, docent aan Thomas More hogeschool, content consultant en auteur van onder andere ‘Be the story’, een boek over transmedia storytelling voor contentmakers, begrijpt de keuze van het merk:

“Vroeger kon je je doelgroep bereiken door een 3-tal kanalen in te zetten. Die tijd is voorbij. Je moet meerdere platformen inschakelen, en liefst op een slimme manier. Als bedrijf mee zijn met de evoluties in sociale media, is een goede zaak, al wil dat niet zeggen dat het voor elk merk, product of boodschap relevant is om actief te zijn op nieuwe platformen zoals OnlyFans. Het platform OnlyFans is oorspronkelijk bedoeld om te connecteren met je fan community, maar is, omwille van het verdienmodel erachter, snel afgegleden richting het erotische. Voor een merk als Herock® klopt het plaatje wel. Ze blijven trouw aan hun gedurfde stijl en rebels imago. Een logische zet!”

De komende 6 weken worden de beelden met mondjesmaat gelost op de OnlyFans-pagina van Herock®. Wie inlogt op OnlyFans kan de beelden gratis bekijken en verhoogt zijn of haar kans om een romantische reis te winnen. De actie loopt tot eind augustus. Voor de campagne worden ook verschillende macro- en microinfluencers ingezet. Meer info over Herock®, hun collectie en bedrijf kan je vinden via <http://www.herockonlyheroes.com>, hun facebook-, instagram-, tiktok-, én nu dus ook, hun OnlyFans-pagina.

--- Einde van het persbericht ---

Voor meer informatie, beeldmateriaal of interviewaanvragen, gelieve contact op te nemen met (contactgegevens enkel voor pers, niet voor publicatie) Nele De Klerck, +32 479 59 00 42, nele@wavemakers.eu.

Over Herock

Sinds 2009 is het merk Herock® onderdeel van het familiebedrijf Van Laere International (VLI) uit Hamme, een bedrijf met meer dan 45 jaar ervaring in de sector van vrijetijdskleding, werkkleding en promotiekleding. Zaakvoerder Laurent Van Laere is de tweede generatie in het bedrijf en wil met Herock® dé referentie zijn voor werkbroeken, -schoenen en -jassen met de beste prijs-kwaliteit verhouding. In Europa zijn er een 1000-tal Herock® verdelers, al dan niet via shop-in-shop concept. Sinds 2014 verovert Herock ook de internationale markt van de werkkleding, met onder andere verkooppunten in Frankrijk, Nederland, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Zwitserland en Oostenrijk. Herock® stelt een 50-tal mensen te werk, verkoopt meer dan 500.000 werkbroeken per jaar en realiseert een omzet van om en bij de 22 miljoen EUR op jaarbasis.