

Herock® Workwear, la première marque belge sur OnlyFans

« Un choix marketing intelligent pour toucher votre public cible de façon rentable »

Hamme, le 21 juin 2023 – Depuis aujourd'hui, [Herock®](#), spécialiste des tenues de travail et des chaussures de sécurité, est actif sur OnlyFans, une plateforme de réseaux sociaux... un tantinet érotique. Herock® y publie des images sensuelles invitant son public cible – composé d'hommes et de femmes – à acheter des vêtements de travail Herock®. « *Un choix marketing intelligent* », déclare Tom Rumes, expert en réseaux sociaux et professeur à l'université Thomas More. Ce n'est pas la première fois que Laurent Van Laere, CEO, opte pour des solutions marketing osées : « *En tant que challenger sur le marché, il faut faire preuve de créativité pour se faire remarquer. Il y a 10 ans, quand j'ai été le premier à faire de la publicité dans P Magazine, tout le monde m'a pris pour un fou ! Et pourtant, les résultats étaient là !* » Les personnes qui visiteront la page OnlyFans auront une chance de remporter un voyage romantique.

Aujourd'hui, Herock® est présent non seulement en Belgique, mais aussi en France, aux Pays-Bas et en Allemagne, et il est impensable d'imaginer le marché des vêtements de travail et des chaussures de sécurité sans lui. Laurent est un entrepreneur pur jus qui suit son intuition. Son expérience dans le secteur et une bonne dose d'audace et d'impulsivité ont souvent été *too much* pour les grands acteurs internationaux. Avec la campagne sur OnlyFans, il met le feu aux poudres.

« *Le groupe cible des ouvriers n'est pas facile à toucher. J'ai toujours prôné une communication ciblée, via des canaux sur lesquels se trouvent des clients potentiels. Cela implique de se tourner vers de nouveaux canaux, dont OnlyFans. Pour se distinguer de la masse en tant que petit acteur, il faut oser aller à contre-courant, jouer sur ce qui fait réagir votre public. C'est une stratégie qu'applique Herock® depuis toujours, par exemple en tant que sponsor dans les sports automobiles et motocyclistes* », explique Laurent Van Laere.

Tom Rumes, professeur à l'Université Thomas More, content consultant dans différentes entreprises belges et auteur, entre autre, du livre 'Be the story' approuve le choix de la marque :

« *Autrefois, il suffisait d'être présent sur 3 canaux pour toucher son public cible, mais ce n'est plus le cas aujourd'hui. Il faut en effet être actif sur plusieurs plateformes, de préférence avec une stratégie intelligente. Pour les entreprises, il est toujours bénéfique de suivre les évolutions des réseaux sociaux. Mais cela ne veut pas dire pour autant que chaque produit, marque ou message doit être partagé sur toutes les nouvelles plateformes, comme OnlyFans. À la base, cette dernière a été conçue pour connecter les personnalités avec leurs fans, mais*

en raison de son modèle de revenus, elle a rapidement évolué vers du contenu érotique. Pour une marque comme Herock®, c'est toutefois un choix judicieux : elle reste fidèle à son style osé et à sa réputation rebelle. Un joli coup de poker ! »

Au cours des six prochaines semaines, les images seront diffusées au compte-gouttes sur la page OnlyFans de Herock®. Quiconque se connecte à OnlyFans pourra voir les images gratuitement et maximiser ses chances de gagner un voyage romantique. L'action est valable jusqu'à fin août. Les semaines qui viennent, la campagne sera renforcée également par différents influenceurs. Des informations complémentaires sur Herock®, sa collection et son entreprise sont disponibles sur <http://www.herockonlyheroes.com>, Facebook, Instagram, TikTok, et maintenant aussi sur OnlyFans.

--- Fin du communiqué de presse ---

Contact

Pour de plus amples informations, des visuels ou des demandes d'interview, veuillez prendre contact avec Nele De Klerck, Wavemakers PR & Communications, +32 479 59 00 42, nele@wavemakers.eu (ces données sont réservées à la presse et ne sont pas destinées à être publiées).

À propos de Herock®

Depuis 2009, la marque Herock® fait partie de l'entreprise familiale Van Laere International (VLI) à Hamme, une société qui compte plus de 45 ans d'expérience dans le secteur des vêtements de loisirs, des tenues de travail et des vêtements promotionnels. Laurent Van Laere, CEO, est la deuxième génération de l'entreprise et souhaite faire de Herock® la référence en matière de pantalons, de chaussures et de vestes de travail, pour le meilleur rapport qualité-prix. On dénombre quelque 1000 distributeurs Herock® en Europe, avec ou sans shop-in-shop. Depuis 2014, Herock séduit également le marché international des vêtements de travail, avec notamment des points de vente en France, aux Pays-Bas, en Allemagne, au Royaume-Uni, en Suisse et en Autriche. Herock® emploie environ 50 personnes, vend plus de 500.000 pantalons de travail par an et réalise un chiffre d'affaires annuel d'environ 22 millions d'euros.