

Synlig & Stolt -

Skapa berättelser som berör i äldreomsorgen!

För dig som vill bygga stolthet, attraktion och framtidstro - en berättelse i taget.

3 berättelser som förändrar allt.

Så skapar du inlägg som berör - och förändrar bilden av äldreomsorgen på riktigt.

1. Berättelsen om värme

Ett litet ögonblick som visar omsorg och trygghet.

Vad som händer

En äldre man ska gå ut för första gången efter flera dagar av dåligt väder. En undersköterska hjälper honom på med halsduken. När hon knyter den försiktigt ler han och säger:

”Du knyter den precis som min fru brukade göra.”

Känslan

Ögonblicket är stilla, varmt och mänskligt. Ingen dramatik. Bara närhet, omtanke och en lugn stund som säger mer än långa texter någonsin kan.

Varför det fungerar i sociala medier

För att människor känner igen känslan av att bli omhändertagen.

Och för att stunden är äkta.

Vi ser inte bara vad personalen gör - utan vem de är. Det skapar förtroende, trygghet och identifikation, särskilt hos anhöriga.

Hur du själv skapar samma typ av berättelse

- Fokusera på en liten gest.
- Beskriv dialogen eller blicken.
- Låt värmen tala före informationen.
- Skriv enkelt: ”Det här händer hos oss - varje dag.”

Den här typen av berättelse fungerar alltid, eftersom människor dras till mänsklighet före perfektion.

2. Berättelsen om stolthet

En medarbetare som berättar varför jobbet betyder något.

Vad som händer

På ett personalmöte får alla svara på frågan:

“När kände du dig stolt senast?”

En av undersköterskorna berättar:

En boende som sällan pratar tog min hand häromdagen och sa “Jag är så trygg när du är här”. Då kände jag att allt jag gör spelar roll.

Rummet blir tyst. Några nickar. En kollega torkar en tår.

Känslan

Det är stolthet – inte den högljudda, utan den som sitter djupt.

Den som kommer av att känna mening, ansvar och att göra skillnad i en annan människas liv.

Varför det fungerar i sociala medier

För att framtida medarbetare vill veta:

“Hur känns det att jobba här?”

Och ingenting svarar bättre än äkta röster från dem som gör jobbet.

Det stärker både rekrytering, kultur och yrkesstolthet.

Hur du själv skapar samma typ av berättelse

- Ställ en enkel fråga till personalen: “När kände du dig viktig?”
- Skriv citatet exakt som det sägs.
- Lyft känslan, inte prestationen.
- Fokusera på varför stunden betydde något.

Citat från personal är en av de mest kraftfulla rekryteringsmotorerna du kan använda – och kostar ingenting.

3. Berättelsen om mening

En äldre persons ord som gör allt tydligare.

Vad som händer

En boende sitter i solrummet och småpratar med en medarbetare. När de pratar om helgen säger den äldre:

“Ni gör inte bara mitt liv tryggt – ni gör det värt att leva.”

Medarbetaren blir tyst en sekund och svarar:

“Det betyder mycket att du säger så.”

Den äldre ler:

“Jag säger bara sanningen.”

Känslan

Djup. Äkta.

Det är ord som bär en hel verksamhet. Ord som visar varför äldreomsorgen är mer än rutiner och scheman – det är relationer.

Varför det fungerar i sociala medier

För att citat från de boende har en trovärdighet som inget annat kan ersätta.

De är verklighetens bevis på att verksamheten fungerar – på riktigt.

Och de ökar anhörigas trygghet mer än någon informationsfilm.

Hur du själv skapar samma typ av berättelse

- Ställ en varm fråga: “Vad betyder den här platsen för dig?”
- Skriv ner svaret ordagrant.
- Kombinera citatet med en stillsam bild – en hand, en kopp, sol på bordet.
- Låt de äldres ord vara huvudpersonen.

Den här typen av berättelse bygger varumärke långsiktigt: värdigt, mänskligt och sant.