



Webpage
Renewal
Project

AIR SEOUL

Contents



1 기획 의도

선정 이유

선정 기준

2 자사 분석

정보 구조

네비게이션

UI

마케팅

디자인

기획 의도

자사 분석

정보 구조

네비게이션

UI

디자인

마케팅



리뉴얼 대상으로 AIR SEOUL 을 선정한 이유

프로젝트에 대한 동기 부여와 몰입도를 높이기 위해, 팀원들의 공통 관심사를 기반으로 프로젝트 아 이템을 탐색하였으며, 다음 페이지의 핵심 선정 기준을 만족하는 브랜드를 최종적으로 선택하였습니다.



선정 기준

- 1 기존 사이트가 반응형 디자인을 지원하지 않을 것
- 2 사용자 경험(UX) 또는 정보 구조(IA) 측면에서 개선해야 할 요소가 뚜렷할 것
- 3 프로젝트 일정 내 구현이 가능한 적정 수준의 콘텐츠 규모를 가질 것
- 4 리뉴얼 시 브랜드 고유의 디자인적 강점을 살릴 수 있는 기본 구조를 갖춘 사이트일 것
- 5 기존에 학습한 기술을 적용하거나 새롭게 응용하여 다양한 인터랙션을 시도할 수 있는 사이트일 것



Q AIR SEOUL 이 반응형이어야 하는 이유

1 멀티태스킹 환경에서 최적화된 사용자 경험(UX) 확보

항공권 예매 과정에서는 경쟁사 비교, 일정 확인, 정보 검색 등 멀티태스킹을 위해 창 크기를 조절하거나 화면을 분할하여 사용하는 경우가 많습니다. 하지만 현재의 에어서울과 같은 적응형 사이트는 정해진 크기 외에서는 레이아웃이 깨져 내용이 잘리거나, 스크롤이 과도하게 발생하여 사용자에게 필요한 정보를 적시에 제공하지 못한다는 한계가 있습니다.

따라서 반응형 사이트를 통해 어떠한 창 크기에서도 유연한 형태로 정보의 누락 없이 콘텐츠를 온전히 보여주고 사용자의 집중도를 유지할 수 있게끔 하여, 사용자의 편의성과 니즈를 충족시키고자 하였습니다.



Q AIR SEOUL 이 반응형이어야 하는 이유

2 다양한 디바이스 환경 대응 및 접근성 극대화

현재는 예전과 달리 피벗 모니터, 폴더블 기기, 다양한 크기의 태블릿 등 화면 크기와 해상도의 종류가 다양한 환경에서 웹을 사용하고 있습니다. 또한, 한 기기 내에서도 멀티 윈도우(화면 분할) 기능 사용이 잦습니다.

항공권 예매의 경우, 대부분 방문 빈도가 낮은 단발적 사용이므로, 앱 설치가 어려운 특성을 갖기 때문에 어떤 디바이스에서도 쉽게 접근 가능한 반응형 사이트의 필요성이 크다고 생각하였습니다.

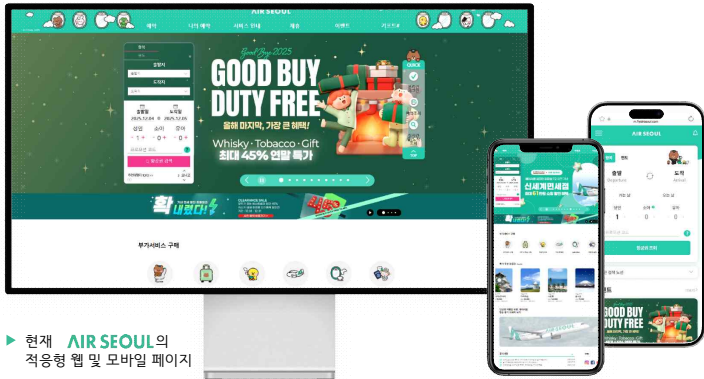
또 앞으로 어떤 최신 기기 환경에 놓일지 알 수 없는 만큼 추가 개발 없이도 동적 대응이 가능한 반응형 웹을 제공하여 사용자의 접근성을 높이고자 하였습니다.



Q AIR SEOUL 이 반응형이어야 하는 이유

3 개발 및 운영의 효율성 증대

반응형은 원 소스 멀티 유즈(OSMU)가 가능한 형태로 PC, 태블릿, 모바일에 대응하는 각기 다른 버전을 별도로 개발하고 유지 보수할 필요가 없습니다. 하나의 코드 베이스를 통해 이후 업데이트 및 보완이 진행된다고 해도 동시에 모든 환경에 적용되므로, 개발 및 운영 비용과 공수를 절감할 수 있습니다. 그로 인해 반응형 사이트를 제작하면 사용자뿐만 아니라 클라이언트에게 또한 만족스러운 평가를 끌어낼 수 있다고 판단하였습니다.



▶ 현재 AIR SEOUL의
적응형 웹 및 모바일 페이지

기획 의도



자사 분석

▶ 정보 구조

네비게이션

UI

디자인

마케팅

1 HEADER



- ▶ 예약 / 나의 예약 / 서비스 안내 / 제휴 / 이벤트 / 기프트샵으로 메뉴가 구분되어 있어, 사용자가 사이트를 찾는 목적과 기능에 따라 메뉴를 명확히 분리한 구조
- ▶ 문의 / 로그인 / 언어 선택으로 구분된 요소들은 사용의 맥락과 직접적인 기능 수행과는 별개로, 보조적·유틸리티 기능으로 묶여 독립적으로 배치

2 FOOTER

회사소개	고객센터	규정 및 약관	기타
회사소개 홍보센터(미디어룸)	공지사항 FAQ 1:1 문의 사이트맵	역력문송약관 분당안내 기타 고지사항	플래이지 이용약관 개인정보 처리방침
			상용고객이용자 서비스 계획 피해구제계획 소매자 안전 관련 정보 공개 이해충돌분쟁조정위원회

AIR SEOUL

에어서울 주식회사 대표이사 김성호

회사 소재지 : (우)02316 서울특별시 강남구 삼성동 13

사업장 소재지 : (우)02662 인천광역시 중구 가림계남대로 466(신서동, 신안국제공항 제1여객터미널)

국내선 국제선 예약번호 1800-8100 (0930-1830) | 해외여행자용 시 -82 1800-8100 | 사업자 등록 번호 825-81-00001 | 통신망책임 신고번호 제 2016-인천중구-0199

최소임 사제 위치 : (우)02342 서울특별시 강남구 테헤란로 123 (가정정보보호위원회가 등록한 회사 정보)

© AIR SEOUL, Inc. All Rights Reserved.



▶ 주요 공식 정보 배치

▶ 직접적인 서비스 이용보다는 신뢰도, 정보 제공, 고객지원 기능을 중심으로 IA 구성

3 기타 콘텐츠 - 상단 공지사항 바



- ▶ Header 위에 위치하고, 포인트 컬러를 사용해 사이트 방문 시 한눈에 확인이 가능하여 정보를 즉시 파악하기 용이함
- ▶ 스크롤 시 사라지는 형식으로 화면 공간을 효율적으로 활용

3 기타 콘텐츠 - 고객센터 & 소식

공지사항 +

- ▶ [공지] 보조/리튬 배터리 · 전자 담배 기내 반입 및 보관 방법 안내 2025.02.28
- ▶ ★인천국제공항 제2여객터미널 이전 안내 (09.09~) 2025.07.17
- ▶ [유류할증료] '25년 12월 국제선 유류할증료 안내 (한국발) 2025.11.18

SNS



에어서울 고객센터 1800-8100

요일 09:00 - 18:00

자주 묻는 질문 >
11 문의 >

에어서울 단체문의 rsale@flyairseoul.com

승무원부터 대기원까지 단체여행을 준비하고 있다면 언제든지 문의 주세요.(1인 이상) 에어서울과 함께 즐거운 여행을 떠나주세요.

에어서울 채용 WITHRS@flyairseoul.com

보완도 열망, 미디어 원고, 경력 포트폴리오 등 재안을 기다립니다. 에어서울과 함께 새로운 변화를 시작하세요.

- ▶ 고객센터 번호 / 운영 시간 / 자주 묻는 질문(FAQ)으로 분류되어 고객 지원 부분에 배치
- ▶ 공지 및 SNS 목록을 나란히 구성

기획 의도



자사 분석

정보 구조

▶ 네비게이션

UI

디자인

마케팅

- ▶ GNB에 풀다운 메뉴 방식을 적용하여, 사용자가 사이트맵처럼 전체 메뉴 구조를 한눈에 파악하고 원하는 위치로 신속하게 이동할 수 있도록 구성
- ▶ 통합 검색 박스가 없어 사용자가 특정 정보를 빠르게 찾기 어려운 점이 아쉬움
- ▶ Breadcrumb을 통해 사용자가 핵심 기능과 현재 위치를 직관적으로 확인하고 즉시 접근할 수 있도록 설계



기획 의도



자사 분석

정보 구조

네비게이션

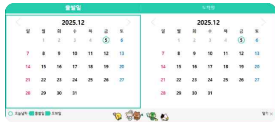
▶ **UI**

디자인

마케팅

1 메인 비주얼 & 항공권 검색

- ▶ 메인 비주얼 영역에 항공권 검색 기능을 배치하여, 사용자가 사이트 방문 즉시 출발지 및 도착지, 날짜, 인원 등을 입력하고 예약 절차를 시작할 수 있도록 구성
- ▶ 추천 여행지 순위를 자동으로 제공하여, 사용자의 여행지 선택 시 참고하기 용이하도록 구성
다만, 추천 여행지의 위치와 크기 배치가 PC 화면에서도 다소 불편하며, 모바일 환경에서는 사용성 문제가 더 커질 가능성이 있음
- ▶ 여행 날짜 선택 시 출발일과 도착일 두 개의 달력을 각각 클릭해야 하는 방식은 사용성 측면에서 개선이 필요해 보임



2 특가 추천 항공권

- ▶ 자동 슬라이드와 버튼 형식으로 넘겨 특가 항공권을 보는 형식으로 특가 가격을 빠르게 찾아볼 수 있음
- ▶ 슬라이드 버튼이 이미지 위에 있어 시각적, 기능적으로 불편한 점이 있어, 버튼을 별도 영역으로 분리하면 보다 편리할 것으로 판단됨
- ▶ Js & jQuery를 사용하여 auto slider와 button slider 형식을 함께 사용

특가 추천 항공권 (전노출)



서울/인천
오사카/간사이
₩99,400 -
2025.11.27 - 2025.12.31



서울/인천
다카마쓰
₩64,400 -
2025.11.27 - 2025.12.31



서울/인천
나프탈
₩122,000 -
2025.11.27 - 2025.12.31



서울/인천
모노코
₩79,400 -
2025.11.27 - 2025.12.31

3 메타포

부가서비스 구매



사전 좌석 구매



사전 수하물 구매



기내식 주문



기내 편세품



Café Mint



여행자 보험



사전 좌석 구매

- ▶ 자주 사용하는 메뉴를 직관적인 메타포(아이콘)로 구현하여, 사용자가 쉽게 기능에 접근할 수 있음
- ▶ 각 아이콘에 마우스를 Hover하면 Animation이 적용된 테두리가 아이콘 모양에 맞추어 그려짐

4 GNB (상단 네비게이션)

- ▶ Hover된 메뉴 블록의 배경색을 달리하여 사용자가 현재 위치한 메뉴를 쉽게 인지할 수 있도록 함
- ▶ 스크롤과 관계 없이 상단 메뉴가 고정되어 있어, 페이지 이동 중에도 언제든지 원하는 카테고리로 빠르게 접근 가능

서비스 안내	제휴
공항 서비스	제휴사
도움이 필요한 고객	호텔
민트넷 동반 고객	렌타카
양식 다운로드	투어/액티비티
기내 서비스	여행 보험
부가 서비스	제휴카드

5 퀵 메뉴

- ▶ 온라인 체크인, 예약조회, 실시간 출/도착 조회, TOP 버튼 등으로 구성되어 있으며, 스크롤 시 함께 움직여 사용자 편의성을 높임
- ▶ 퀵 메뉴와 콘텐츠 간 간격이 밝은 탭에 시각적으로 답답하게 느껴지는 경향이 있어 여백 조정의 필요성을 느낌



! 전반적인 특징

- ▶ 풀다운 메뉴 구조를 적용해 사용자가 사이트맵처럼 전체 메뉴를 한눈에 파악하고 원하는 위치로 이동할 수 있도록 구성
- ▶ 추천 여행지, 배너, CTA 버튼 등 시각적 요소는 직관적이지만, 정보가 많은 편이어서 모바일에서는 다소 복잡하게 느껴질 수 있음

기획 의도



자사 분석

정보 구조

네비게이션

UI

▶ 디자인

마케팅

▶ 탁 트인 하늘과 신선한 바람과 닮은 민트색은 에어서울이 제공하는 편안한 비행의 즐거움을 시각적으로 전달하며, 에어서울이 전하고자 하는 여행의 감정과 경험을 담아냄

Main



자유롭고 개방적인
여행

Point



밝고 긍정적인
에너지



설렘과 기쁨

Sub



실용성과 신뢰성을 갖춘
안정적인 서비스



세련된 고급스러운과
현대적인 감각



- ▶ 화려하고 밝은 브랜드의 컬러와 로고를 잘 담아내기 위해 절제된 폰트를 사용하여 가독성과 가시성을 높임

맑은
고딕

Bold

새로운 나를 만나는, 민트빛 활주로.

Regular

새로운 나를 만나는, 민트빛 활주로.

semilight

새로운 나를 만나는, 민트빛 활주로.

기획 의도



자사 분석

정보 구조

네비게이션

UI

디자인

▶ 마케팅



Webpage
Renewal
Project Ver.2

AIR SEOUL

Contents



1 경쟁사 분석

대한항공

이스타 항공

티웨이 항공

카타르 항공

에미레이트 항공

경쟁사 분석 결론

2 자사 방향성

리뉴얼 목적-콘텐츠

정보 구조

네비게이션

UI

마케팅&콘텐츠

디자인

결론



경쟁사 분석

- ▶ 대한항공
- 이스타 항공
- 티웨이 항공
- 카타르 항공
- 에미레이트 항공
- 경쟁사 분석 결론

자사 방향성

- 리뉴얼 목적·컨셉트
- 정보 구조
- 네비게이션
- UI
- 디자인
- 마케팅&콘텐츠
- 결론

KOREAN AIR

1 정보 구조

- ▶ 헤더 : 브랜드 로고(홈), 메뉴, 이벤트, FAQ, 언어 선택, 회원 가입, 검색, 로그인
→ 사용자가 자주 이용하는 기능을 중심으로 배치되어 있어 원하는 정보를 빠르게 탐색 가능
→ 좌측 : 브랜드 로고 / 중앙 : 주요 카테고리 / 우측 : 보조 기능으로 구성되어 있음
→ 주요 카테고리 : 예약, 여행 준비, 스카이패스(멤버십)
- ▶ 정보량이 많은 항공사 사이트에서 메뉴를 3가지로 단순화하였으나 그로 인해 서브 메뉴가 많아지고 전체 구조가 복잡하게 느껴짐 → 사용자가 원하는 정보를 빠르게 찾기 어려움
- ▶ 푸터 : 회사소개, 고객지원, 약관 및 규정, 기타 안내, 인기 방문 국가, 앱 설치, SNS 등으로 분류되어 있으며, 메뉴가 펼쳐져 있어 한눈에 확인하기 편함

2 네비게이션

- ▶ 헤더에 통합 검색 박스가 있어, 클릭 시 인기 검색어 목록이 함께 표시되는 추천 검색 기능을 제공하여 사용자가 빠르게 원하는 정보를 찾을 수 있도록 지원
- ▶ 주요 카테고리 Hover시, 풀다운 메뉴 형식을 활용해 각 항목의 서브 메뉴를 한눈에 확인 가능
- ▶ 검색 영역이 메뉴 우측에 위치하며, 위에서 슬라이드 형태로 내려오는 방식을 사용
- ▶ 검색창 아래에 인기 검색어가 바로 표시되어 사용자가 많이 찾는 정보를 빠르게 확인할 수 있음

3 UI

- ▶ 페이지를 일정 길이 이상 스크롤하면, 사용 편의를 위해 우측 하단에 탑 버튼이 생성됨
- ▶ 우측 하단에 플러스 모양의 워닝 배너를 클릭하면 이벤트와 챗봇 상담 기능이 확장되어 표시되고, 재클릭 시 다시 숨겨지는 인터랙션을 제공함
- ▶ 메뉴 항목에 hover시, 밑줄이나 테두리로 클릭 가능한 영역을 시각적으로 표시하는 호버 피드백 제공 → 사용자가 직관적으로 상호작용할 수 있도록 지원
- ▶ 빠른 항공 예약 영역은 항공권 예매, 나의 여행, 체크인, 출도착/스케줄을 탭 기능으로 구분
- ▶ 출발지와 도착지 선택 시에는 기본적으로 검색창이 표시되며, '모든 지역 보기' 태그를 누르면 지역과 도시를 선택할 수 있는 창이 나타나 사용자가 취향에 맞게 편리하게 찾을 수 있음
다만, 선택지에서 검색창으로 돌아가려면 창을 꺾다가 다시 열어야 하는 불편함이 있음
- ▶ 항공권 검색 시 사용자가 가까운 날짜(±3일)를 함께 확인하고 선택할 수 있는 기능 제공

4 디자인

- ▶ 'KoreanAir Sans KR'라는 대한항공만의 폰트 사용(한국어 한정)
- ▶ 디폴트 텍스트 컬러로 검은색 대신 자사의 테마 컬러를 모든 텍스트에 사용함
→ 통일성은 있으나 무엇을 특히 강조하고 싶은지, 또 그렇지 않은지에 대한 구분이 어려움
- ▶ 대한항공 소식 콘텐츠에서 제목과 날짜를 나열하여 깔끔하게 표시되며, 남는 공간에는 대한항공 앱을 안내하는 이미지를 배치하여 공간을 효율적으로 활용하고 가독성을 높임
- ▶ 로딩 화면에 애니메이션 효과를 넣은 자사 심볼을 사용하여 아이덴티티를 강화함



5 마케팅&콘텐츠

- ▶ 푸터에 '인기 방문국가' 콘텐츠를 따로 빼내어 구성
→ 항목 클릭 시, 해당 국가의 항공권 정보를 안내하는 별도 페이지 제공



- ▶ 사용자의 종교와 건강 상태 등에 따른 다양한 기내식으로 사용자에게 많은 선택지를 주는 개인 맞춤형 식단을 제공함
- ▶ 기내에서 이용할 수 있는 엔터테인먼트나 와이파이, 기내면세점 정보 등을 홈페이지를 통해 확인 가능하여 사용자가 미리 살펴보기 용이함
- ▶ 웹 배너에 이벤트 페이지를 더하여 접근성을 높임



경쟁사 분석

대한항공

▶ 이스타 항공

티웨이 항공

카타르 항공

에미레이트 항공

경쟁사 분석 결론

자사 방향성

리뉴얼 목적·컨셉트

정보 구조

네비게이션

UI

디자인

마케팅&콘텐츠

결론

EASTAR JET

1 정보 구조



- ▶ 헤더 : 브랜드 로고, 유틸리티 링크, 메뉴 등의 주요 항목과 유저를 위한 요소로만 깔끔하게 구성 → 헤더 중앙의 콜라보레이션 중인 캐릭터 이미지를 기준으로 좌측은 주요 네비게이션, 우측은 사용자 계정 및 부가 기능을 배치하여 영역을 나눔
- ▶ 공지사항 바 : 메인 메뉴 바로 아래에 위치하여 중요한 공지 사항을 간결하고 빠르게 전달하며 모션을 추가함으로써 사용자의 눈에 띄도록 설정함
- ▶ 푸터 : 여행사 전용 E-AGENCY 로그인 영역을 별도 배치해 직원 접근을 용이하게 하고, 회사 정보 등 주요 사이트맵을 한눈에 확인할 수 있도록 구성

2 네비게이션

- ▶ 통합 검색 박스가 없어 사용자에게 빠르고 직관적인 검색을 제공하기 어려움
- ▶ 푸터 내 사이트맵을 통해 사용자가 원하는 페이지로 쉽게 이동할 수 있도록 돕는 네비게이션 역할을 수행
- ▶ 메인 메뉴 Hover시, 해당 메뉴의 서브 메뉴가 풀다운 메뉴로 펼쳐짐

3 UI

- ▶ **퀵 메뉴** : 예약 조회, 체크인, 공항 이용 팁, 부가 서비스, 실시간 상담(채널톡), 탑 버튼으로 구성
 - 위치 및 메인 콘텐츠와의 간격이 적절하여 사용성이 높음
 - 상담 콘텐츠의 경우 페이지가 이동하거나 카카오톡 등 외부 사이트로 넘어가지 않고, 기존 페이지 내에서 즉각적으로 문의 가능

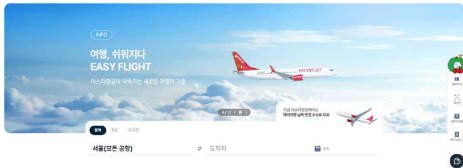
- ▶ **빠른 항공 예약 영역** : 출발지, 도착지, 승객 수 선택지가 바로 아래에 표시되고 출발지·도착지 선택 시 여행 날짜 선택지가 자동으로 나타나는 구조로 사용성이 뛰어남
 - + 왕복, 편도, 다구간 버튼은 탭 형식으로 직관적으로 구성

- ▶ **날짜 선택 영역**에서 달력의 각 날짜 하단에 해당 운임 금액을 표시



4 디자인

- ▶ 합리적인 가격을 우선시하는 젊은 층을 타겟으로 하는 저가 항공사의 특징을 살려 컬러 명도가 높은 편
+ 흑백 / 하늘과 빨강 등 대비색을 적극적으로 사용하여 활기를 부여함
- ▶ 콘텐츠와 UI를 구성하는 박스에 border-radius를 적용하여 모서리를 둥글게 처리함으로써 부드러운 느낌을 선사함



5 마케팅&콘텐츠

- ▶ 수동 슬라이드를 통해 현재 진행 중인 이벤트와 최저가 여행 정보를 직관적으로 확인할 수 있으나 루프 기능의 부재로 첫 항목을 보기 위해서는 반대 방향으로 다시 거슬러가야 한다는 불편함 발생
- ▶ 반응형 그래프를 통해 나라별 최저 항공권 금액을 쉽고 편리하게 확인 가능



- ▶ 스누피와 같은 인기 캐릭터와 협업하여 제품 판매 및 홈페이지 디자인 연출
- ▶ 비주얼 메인을 통해 MZ 세대를 타겟으로 한 캐릭터 콜라보레이션 프로모션(수험생 할인 등) 노출



경쟁사 분석

대한항공

이스타 항공

▶ 티웨이 항공

카타르 항공

에미레이트 항공

경쟁사 분석 결론

자사 방향성

리뉴얼 목적·컨셉트

정보 구조

네비게이션

UI

디자인

마케팅&콘텐츠

결론

1 정보 구조

- ▶ 페이지 최상단에 배너형 공지 배치 → 방문자가 중요한 정보를 즉시 확인할 수 있도록 설계
- ▶ 헤더의 브랜드 로고 우측에 온라인 면세점과 멤버십 서비스 바로가기 배치
→ 사용자가 주요 제휴 서비스로 빠르게 접근할 수 있음
- ▶ 주요 카테고리 : 항공권 예매, 예약 확인, 서비스 안내, 온라인 면세점, 이벤트, 멤버십 서비스
→ 온라인 면세점과 멤버십 서비스가 상단 콘텐츠와 중복되어 불필요하다는 인상을 줌



- ▶ 푸터 : 기업 정보, 고객 지원, 정책·약관, 연락처, SNS, 패밀리 사이트를 명확히 구분해 법적 고지와 고객 지원, 외부 연결을 한눈에 확인할 수 있도록 설계

2 네비게이션

- ▶ GNB 우측에 통합 검색 기능을 제공하는 검색 아이콘과 전체 메뉴를 확인할 수 있는 햄버거 버튼을 배치하여 정보 탐색 접근성을 높임
- ▶ 브레드크럼을 통해 사용자가 핵심 기능과 현재 위치를 직관적으로 확인하고 즉시 접근할 수 있도록 설계
- ▶ 메인 카테고리 선택하면, 하위 메뉴가 풀다운 형태로 펼쳐짐

3 UI

- ▶ GNB 바로 아래에 항공권 검색 기능을 배치하여, 사용자가 사이트 방문 즉시 여행 정보를 입력하고 예약 절차를 시작할 수 있도록 구성
- ▶ 날짜 선택 영역에서 달력의 각 날짜 하단에 해당 운임 금액 및 매진 여부 표시
- ▶ 최근 검색한 항공권은 예약 영역 바로 아래에 표시되며, 클릭 시 예약 영역에 정보가 자동 입력됨
- ▶ 특정 페이지(서비스 안내, 이벤트)에서 헤더뿐만 아니라 항공권 검색 기능이 함께 fixed되어, 사용자가 페이지 이동 중에도 예약 기능에 즉시 접근할 수 있도록 설계
- ▶ 자주 사용하는 메뉴를 직관적인 메타포로 구현
- ▶ 이용팁 배너 내부에 아코디언 콘텐츠를 사용하여, 사용자가 필요할 때만 상세 정보를 펼쳐보며 흥미롭게 정보를 탐색할 수 있도록 설계

4 디자인

- ▶ 모노톤을 기반으로 자사의 포인트 컬러를 중요한 곳에 적절히 사용하여 가시성과 집중도를 높임
- ▶ 메인 비주얼 이미지의 경우, 풀사이즈가 아닌 부분적으로 이미지를 삽입하고 동일 이미지에 흐릿한 효과를 준 이미지를 배경으로 텍스트를 추가하여 가독성을 높임
→ 이미지와 텍스트 영역이 분리되어 있어, 모바일 페이지로 보았을 때 이미지와 텍스트 모두 작아보일 수 있는 위험이 있음
- ▶ 그리드 밖의 부분(와이드 영역)에 위치하는 콘텐츠의 투명도를 낮춰, 중앙에 오는 콘텐츠에 대한 집중력을 높임
- ▶ 메인 페이지에서는 `border-radius`를 통해 모서리를 둥글게 한 디자인도 있으나, 전반적으로 깔끔하고 정형적인 느낌의 디자인 콘텐츠가 많음

5 마케팅

▶ 사용자가 원하는 복수의 목적지와 일정을 한눈에 비교할 수 있는 최저가 비교 기능을 제공하여 사용자의 선택지를 늘리고 편의성을 높임

▶ 카드사 할인, 액티비티, 호텔, 수능 할인, 제휴 할인 등 다양한 이벤트를 제공

서두르세요! 이벤트는 지금!

1/10 00:00:00

유한 정도 역시 할인
당첨도 없이도 10%까지 할인이 됨

비밀디파크 30% 제휴 할인
타베지 싱가포르-대만 승용 노선 이용 고객 대상 할인

행운비 항공권 특가
10만원 우천 + 최대 15% 할인

올리데이 연말 특가
특별한 연말, 특별한 가격으로!

2026년 수능 수험생 최대 25% 할인
총액 10만원 한도 할인(당교 9.99%)

장거리 열리베드 특가
유한수다나, 행운비 여행 기간 동안만 적용



경쟁사 분석

대한항공

이스타 항공

티웨이 항공

▶ 카타르 항공

에미레이트 항공

경쟁사 분석 결론

자사 방향성

리뉴얼 목적·컨셉트

정보 구조

네비게이션

UI

디자인

마케팅&콘텐츠

결론

QATAR
AIRWAYS القطرية



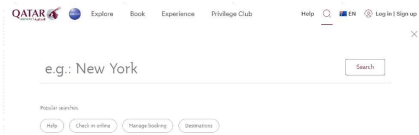
1 정보 구조

- ▶ 헤더 : 브랜드 로고와 메인 카테고리, 유틸리티 링크로 분류가 되어 있어 깔끔하고 직관적
좌측은 주요 내비게이션 메뉴 그룹, 우측은 사용자 관련 기능 그룹으로 구분되어 있음
- ▶ 페이지 최상단에 배너형 공지 배치 → 방문자가 중요한 정보를 즉시 확인할 수 있도록 설계
스크롤 시 공지 바가 보이지 않게 설계하여 화면 공간을 효율적으로 활용함
- ▶ 푸터 : 회사 소개, SNS, 비즈니스 관련 항목으로 구성되어 있어 깔끔하고 정보 구조가 명확함

2 네비게이션

▶ 메인 카테고리 : 취항지, 예약, 여행, 멤버십 서비스
→ 클릭 시 하위 메뉴가 풀다운되는 형식으로 직관적이나 별도의 호버 피드백은 없음

▶ 검색 영역 : 검색 아이콘 클릭 시 하단에 크게 나타나며, 검색 필드와 가장 많이 검색한 항목으로 구성되어 있어 정보 접근성이 뛰어나
다만, 구성 항목에 비해 영역이 지나치게 커 시각적으로 부담스럽게 느껴질 수 있음



3 UI

- ▶ 빠른 항공 예약 영역 : 탭을 사용해 '항공편 예약'과 '관리/탑승 수속'으로 구분
왕복, 편도, 다구간은 라디오 버튼 형식으로 구성되어 있어 직관적으로 선택 가능
- ▶ 스크롤 방향에 따라 헤더를 숨기거나 노출해 화면 공간을 확보하고 사용자 편의성을 높임
- ▶ 탑 버튼은 없지만, 스크롤 업 시 헤더가 나타나 최상단 이동의 번거로움을 줄여줌
- ▶ 취항지 콘텐츠에서 세계 대륙 이미지에 마우스를 Hover하면 나라 이름의 색이 바뀌고,
반대로 나라 이름에 마우스를 Hover하면 이미지의 컬러가 바뀌어 해당 국가의 위치를
시각적 정보로 빠르게 전달하고 재미와 상호작용을 제공함



4 마케팅&콘텐츠

- ▶ 다음 여행 계획 : 여행 계획을 돕기 위해 다양한 혜택·이벤트·프로모션을 카드 형태로 소개하는 추천 콘텐츠 섹션 제공
- ▶ 최신 왕복 운임 : 사용자가 특정 노선의 최신 왕복 항공권 가격을 쉽게 확인할 수 있도록 안내하는 정보성 콘텐츠 제공
- ▶ 브랜드 하이라이트 : 자사 브랜드의 핵심 가치, 주요 혜택, 인기 상품, 차별화된 서비스 등을 소개
- ▶ 뉴스레터 구독 : 브랜드에서 정기적으로 발송하는 정보, 혜택, 소식 등을 이메일로 받아보는 서비스를 메인 페이지 하단에서 간편하게 신청 가능

5 디자인

- ▶ 고가 항공사이자 국적이인 만큼 국기의 특징을 살려 고급스러운 느낌을 줌



- ▶ 중후한 톤으로 인해 자칫 딱딱하고 경직된 느낌이 들 수 있어, 콘텐츠와 UI 박스에 border-radius를 적극적으로 활용하여 부드러운 이미지를 제공함
- ▶ 푸터 항목의 <a> 태그에 기본 속성인 밑줄이 제거 되지 않아 시각적으로 복잡하고 가독성이 떨어짐



경쟁사 분석

대한항공

이스타 항공

티웨이 항공

카타르 항공

▶ 에미레이트 항공

경쟁사 분석 결론

자사 방향성

리뉴얼 목적·콘셉트

정보 구조

네비게이션

UI

디자인

마케팅&콘텐츠

결론

1 정보 구조

- ▶ 페이지 최상단에 배너형 공지 배치 → 방문자가 중요한 정보를 즉시 확인할 수 있도록 설계
단, 사용자가 임의로 창을 끌 수 없으나 보다 자세한 내용을 확인할 수 있게끔 콘텐츠 제공
- ▶ 메인 카테고리 : 예약, 여행 준비, 서비스, 취항지, 우대 프로그램, 도움말
→ 사용자가 사이트를 찾는 목적과 기능에 따라 메뉴를 명확히 분리함
- ▶ 유틸리티 링크 : 언어, 통합 검색, 로그인
- ▶ 푸터 : 8개의 주요 카테고리로 체계적으로 구성되어 있으며, 이메일 알림, 앱 다운로드,
SNS 연결 등 사용자 편의성과 법적 정보를 함께 제공해 접근성과 신뢰도를 높임
- ▶ 뉴스레터 구독 기능을 푸터에 배치하여 접근성을 확보

2 네비게이션

- ▶ GNB 우측에 통합 검색 기능을 제공하는 검색 아이콘을 두어 정보 탐색 접근성을 높임
- ▶ GNB 영역에 별도의 애니메이션 효과가 없어 시각적 생동감 및 인터랙티브 요소가 부족함
→ 사용자가 다소 단조롭게 느낄 수 있음
- ▶ 메인 카테고리 클릭 시 풀다운으로 서브 메뉴를 보여주어 사용자가 원하는 항목에 쉽게 접근할 수 있도록 구성

3 UI

- ▶ 페이지 상단에 주요 서비스를 아이콘과 텍스트를 병행한 직관적 메타포로 구현
→ 사용자가 기능을 보다 쉽게 인식하고 빠르게 접근 가능
- ▶ 메인 비주얼 영역 : 항공권 검색 기능을 배치하여 사용자가 사이트 방문 즉시 여행 정보를 입력하고 예약 절차를 시작할 수 있도록 구성
+ 예약·체크인 관리, 항공편 서비스, 항공편 상태 등 관련 기능을 함께 배치해 사용자가 필요한 정보를 한눈에 확인하고 접근할 수 있도록 구성
- ▶ '서울 발 인기 목적지' 섹션은 카드 형태로 주요 여행지를 대표 이미지와 함께 배치, 목적지명과 요금 정보를 명확히 제시해 시각적 구분과 정보 인지가 용이함

4 디자인

- ▶ 메인 페이지의 탭 메뉴 클릭 시, 활성화된 탭 테두리에 진한 그림자 효과가 더해져 다소 세련되지 못한 인상을 줌
그 밖에도 다양한 요소에서 그림자 효과를 적극적으로 사용함



- ▶ 여러 가지 언어 페이지를 제공하기 때문인지, 공통적으로 사용할 수 있는 폰트(Helvetica)로 통일하여 디자인적인 매력을 느낄 수 없으며 폰트가 얇아 가독성이 떨어짐
- ▶ 메인 비주얼을 단 하나로 고정하여 단조로움

5 마케팅&콘텐츠

- ▶ 여행에 필요한 호텔, 차량 렌트, 관광, 운전기사, 송영 서비스를 한곳에 모아 사용자가 편리하게 사용하고 사이트 이용시간을 늘릴 수 있도록 설계함
- ▶ 제휴 할인 업체 소개에 섹션을 크게 할애하여 사용자에게 안내하고, 제공되는 할인 콘텐츠가 굉장히 많아 이용자로 하여금 큰 매력을 느끼게 함

+ 콘텐츠별, 지역별 카테고리화 및 검색이 가능하여 편의성을 높임





경쟁사 분석

대한항공

이스타 항공

티웨이 항공

카타르 항공

에미레이트 항공

▶ 경쟁사 분석 결론

자사 방향성

정보 구조

네비게이션

UI

디자인

마케팅&콘텐츠

결론

! 결론

- ▶ **정보 구조**
 - 사용자가 사이트를 찾는 목적과 기능에 따라 메뉴를 명확히 구분
 - 핵심 정보 접근성을 높이기 위해 화면 최상단에 공지사항 바 배치
 - 푸터에는 회사 소개, 고객 지원, SNS 연결 등 정보를 제공하여 접근성과 신뢰도 강화
- ▶ **네비게이션**
 - 항공사는 제공하는 정보가 많아 메뉴를 풀다운하는 방식이 트렌드
 - 헤더 우측에 검색 아이콘을 배치함으로써 정보 탐색 접근성 강화
 - 회원가입, 로그인, 쇼핑몰 메뉴를 명확히 구분하여 사용 편의성 확보
- ▶ **UI**
 - 페이지 스크롤 시, 헤더 고정 기능으로 편의성 유지
 - GNB 바로 아래 항공권 검색 기능을 배치하여 사용자가 사이트 방문 즉시 예약 절차를 시작할 수 있도록 구성하는 것이 트렌드로 여겨짐
 - 항공권 검색 기능은 주로 가로로 긴 형태로 제공됨
 - 자주 사용하는 메뉴를 직관적인 메타포(아이콘)로 구현하여, 접근성을 강화
 - 예매일 선택 시, 해당 날짜의 항공권 가격 및 매진 여부를 표시하여 편의성을 높임

! 결론

▶ 디자인

- 버튼, 카드, 검색창 등 요소에 border-radius를 적극적으로 사용하고, 카드 형태와 넓은 여백, 소프트한 그림자를 활용해 부드럽고 친근하며 현대적인 UI를 연출하는 것이 트렌드이자 특징
- 브랜드 아이덴티티를 강조하기 위해 자사 컬러를 포인트 컬러로 활용하며, 콘텐츠와 UI 박스에도 둥근 모서리를 통해 전체적인 조화와 부드러운 느낌을 제공
- Sans 계열 폰트를 사용해 텍스트 가독성을 높이고, 사용자 친화적 레이아웃을 유지

▶ 마케팅& 콘텐츠

- 패키지 및 제휴 할인 제공 : 호텔, 렌트카, 액티비티, 카드사 등 다양한 제휴 혜택을 통해 여행 관련 서비스를 한곳에 모아 사용자 편의성과 사이트 체류 시간 증가 유도
- 캐릭터 제휴 콘텐츠 : 스누피, 라인 캐릭터 등 인기 캐릭터와 협업하여 콜라보 제품 판매 및 홈페이지 디자인 연출에 활용
- 자동 슬라이드 배너 : 금액 비교, 인기 노선 추천 등 정보를 자동 슬라이드 형식으로 제공하여 사용자의 관심과 클릭을 유도

경쟁사 분석

대한항공

이스타 항공

티웨이 항공

카타르 항공

에미레이트 항공

결론



자사 방향성

▶ 리뉴얼 목적·컨셉트

정보 구조

네비게이션

UI

디자인

마케팅&콘텐츠

결론

★ 리뉴얼 목적

1

메뉴 구조
단순화

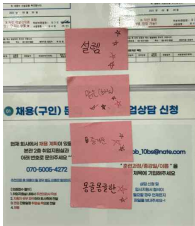
2

사용자
탐색 편의성
향상

3

디자인 개선 및
브랜드 콘셉트
강화

★ **콘셉트 도출 과정**



설렘 

맑은(하늘) 

즐거움 

몽글몽글한 

팀원들과 투표, 키워드 도출 결과

★ 리뉴얼 콘셉트 및 활용 방안

- ▶ **설렘**
 - 여행 전 비행의 설렘과 흥분감을 표현하기 위해 포인트 컬러를 응용
 - 다양한 애니메이션, 인터랙션을 활용
- ▶ **맑은**
 - 서울의 맑은 하늘과 바람을 표현하기 위해 흰색의 비중을 높여 표현함
 - 직관적 버튼과 아이콘, 간결한 텍스트, 넓은 여백을 활용
- ▶ **즐거움**
 - 친근하고 밝은 느낌을 전달
 - 카드, 슬라이드 등 활동적 콘텐츠 사용
 - 이미지, 캐릭터 등 친근한 시각 요소 활용
- ▶ **몽글몽글한**
 - border-radius를 적극적으로 활용하여 사용자에게 부드러운 느낌을 선사함
 - 부드러운 트랜지션 사용
 - 아코디언 UI, 카드형 배너 등 포근한 느낌의 레이아웃 활용

★ 대표 컬러

에어서울이 지향하는 맑고 신뢰감 있는 브랜드 정체성을 시각적으로 전달하고, 브랜드의 경험을 밝고 긍정적이게 만들며, 생동감을 불어 넣어줍니다.

#32A0FF Main color 


서울의 하늘과 공기, 물의 투명함을
담아 여행의 시작과 끝을 상징,
시각적으로는 청량하고 개방적인
브랜드 이미지

 Sub color #FFEB5F

비행의 즐거움과 여행을 떠날 때의
가벼운 설렘을 담은 친근한 이미지

#FF6565 Point color 

비행을 통한 여행에서만 느낄 수 있는
강렬하고 새로운 경험의 두근거림

 대표 컬러

웹실무자에게 사용 권유하는 Color list입니다.



Main color
#32A0FF



Point color
#FF6565



Sub color
#FFEB5F

Color variations



#73BEFF



#FF9393



#FAFAD2



#9E9E9E



#DEDEDE



#F0F0F0



#00000

#FFFFFF

Noto
Sans
Korean

Semi Bold
Regular
light

두근거리는 즐거움이 곧 시작됩니다.
두근거리는 즐거움이 곧 시작됩니다.
두근거리는 즐거움이 곧 시작됩니다.

경쟁사 분석

대한항공

이스타 항공

티웨이 항공

카타르 항공

에미레이트 항공

결론



자사 방향성

리뉴얼 목적·컨셉트

▶ 정보 구조

네비게이션

UI

디자인

마케팅&콘텐츠

결론

AIR SEOUL 

1 정보 구조

- ▶ 항공사 웹사이트 트렌드에 맞춰 헤더의 상단 혹은 하단부에 공지사항 배치
- ▶ 제휴 및 기프트샵 메뉴를 브랜드 로고 옆으로 이동 → 접근성 강화 및 카테고리 분리
- ▶ 유틸리티 링크에 로그인, 회원가입 메뉴 별도로 구성 → 빠른 접근성 확보 및 기존 문제점 개선
- ▶ 사용자 경험을 해치지 않으면서 헤더를 간결하게 유지하기 위해 비교적 덜 중요한 세부 메뉴나 기능은 햄버거 버튼 클릭 시 나타나는 영역에 배치
- ▶ 푸터 : 현재 자사 웹페이지 푸터 영역이 타 사이트 대비 빈약함
→ 고객 지원과 회사 소개를 중심으로 재구성하며, 티웨이 항공 사례를 참고하여 정보 구조와 시각적 완성도를 강화
- ▶ 정보량이 많아도 화면을 깔끔하게 유지하고, 사용자가 필요한 항목만 선택하여 확인할 수 있게끔 모바일 화면의 푸터 부분에 아코디언 기능 적극 사용

경쟁사 분석

대한항공

이스타 항공

티웨이 항공

카타르 항공

에미레이트 항공

결론



자사 방향성

리뉴얼 목적·컨셉트

정보 구조

▶ 네비게이션

UI

디자인

마케팅&콘텐츠

결론

AIR SEOUL 

2 네비게이션

- ▶ 메인 카테고리 : 항공사 웹사이트 트렌드에 맞춰 풀다운 메뉴 적용, 메뉴 간결화
→ 자사 콘셉트를 고려하여 풀다운 오픈 시 Animation/Transition 기능 적용
- ▶ 모바일 최적화 : 메뉴 탭 선택 시 해당 섹션으로 자연스럽게 스크롤 이동하는 내부 네비게이션 기능을 적용하여, 사용자에게 직관적인 페이지 이동 경험을 선사
+ 화면 하단에 체크인, 출·도착 스케줄 등 3-4가지의 주요 기능이 있는 네비게이션 제공
- ▶ LNB : 메인 메뉴 Hover 시 풀다운 메가 메뉴 형식으로 노출
- ▶ 검색 기능 : 헤더에 해당 요소 추가 및 인기 검색어 자동 노출로 사용 편의성 강화

경쟁사 분석

대한항공

이스타 항공

티웨이 항공

카타르 항공

에미레이트 항공

결론



자사 방향성

리뉴얼 목적·컨셉트

정보 구조

네비게이션

▶ **UI**

디자인

마케팅&콘텐츠

결론

3 UI

- ▶ 메타포의 Hover 애니메이션 효과 유지
- ▶ 호버 피드백으로 연한 색상 or 얇은 선·밑줄을 이용하여 활성화 항목을 자연스럽게 강조
- ▶ 사용자가 필요할 때 상세 정보를 펼쳐보며 흥미롭게 정보를 탐색할 수 있도록 아코디언 UI 사용
- ▶ 메인 비주얼과 빠른 항공 예약 영역을 분리하거나, 메인 비주얼에 일부만 겹치도록 구성
- ▶ 최근 검색 항공권 기능을 빠른 항공 예약 영역 바로 아래에 추가하여, 클릭 시 예약 영역에 정보가 자동 입력되는 편의 기능 제공
- ▶ 불필요하고 복잡한 쿼 메뉴를 제거하고, 편의성을 위한 탭 버튼만 유지

경쟁사 분석

대한항공

이스타 항공

티웨이 항공

카타르 항공

에미레이트 항공

결론



자사 방향성

리뉴얼 목적·컨셉트

정보 구조

네비게이션

UI

▶ 디자인

마케팅&콘텐츠

결론

AIR SEOUL 

4 디자인

▶ 트렌드 반영

- 최신 항공사 홈페이지는 둥근 모서리(border-radius), 카드 형태, 넓은 여백, 소프트 그림자를 활용
- 부드럽고 친근하며 현대적인 UI를 연출하여 사용자 친화적 경험 제공

▶ UI 요소 최적화

- 헤더 및 푸터 : 과도한 캐릭터 요소 정리 후, 여백 공간에 포인트로 활용
- 항공기 창문을 형상화한 콘텐츠 및 박스 모양
- 자사 부가서비스(메타포) : 디자인과 구성 리뉴얼 후 홈페이지에 재적용

▶ 브랜드 아이덴티티 강화

- 카드 소팅을 활용해 도출한 콘셉트에 맞는 브랜드 컬러를 메인 컬러로 사용
- 디자인 트렌드를 반영하면서 브랜드 고유의 색상과 스타일로 통일감 유지

▶ 사용자 경험(UX) 최적화

- 카드와 넓은 여백으로 정보 구조를 명확히 하고 시각적 피로 최소화
- 버튼, 검색창 등의 둥근 모서리 적용으로 직관적 인터랙션 제공
- 핵심 UI 요소를 일관되게 적용하여 통일감 있는 디자인 완성

경쟁사 분석

대한항공

이스타 항공

티웨이 항공

카타르 항공

에미레이트 항공

결론



자사 방향성

리뉴얼 목적·컨셉트

정보 구조

네비게이션

UI

디자인

▶ 마케팅&콘텐츠

결론

AIR SEOUL 

5 마케팅&콘텐츠

- ▶ **취항지 콘텐츠** : 아시아 지도 기반의 인터랙티브 UI로 제공하고, 사용자가 특정 국가에 Hover 시 선택 요소 색상이 강조되고 우측에 해당 국가 관련 이슈 콘텐츠가 출력되도록 구성
→ 기본값 : 대한민국으로 설정
- ▶ **인기 노선 콘텐츠** : 자동 슬라이드 기능을 통해 다양한 인기 노선을 순차적으로 자연스럽게 노출하여 사용자의 시선을 유도
+ 관심 있는 노선을 클릭 시 해당 노선이 자동 선택된 상태로 항공권 예매 페이지로 바로 이동하게끔 설계하여 예약 전환율을 높이고, 복잡한 선택 과정을 줄임
- ▶ **현재 진행 중인 이벤트 콘텐츠** : 슬라이드 기능을 더한 카드형으로 구성하여 각 콘텐츠를 시각적으로 구분하고 한눈에 확인할 수 있도록 제공
+ 카드별로 핵심 정보를 강조하여 마케팅 메시지 전달 효과를 극대화하고, 클릭 시 이벤트 참여나 상품 페이지로 연결함

경쟁사 분석

대한항공

이스타 항공

티웨이 항공

카타르 항공

에미레이트 항공

결론



자사 방향성

리뉴얼 목적·컨셉트

정보 구조

네비게이션

UI

디자인

마케팅&콘텐츠

▶ 결론

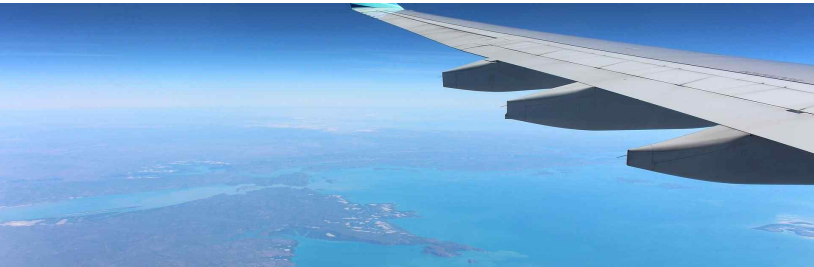
AIR SEOUL

! 결론

▶ 리뉴얼 프로젝트를 통해...

- 최신 항공사 웹사이트 디자인 트렌드 반영
 - 직관적이고 친근한 UI·UX 구현
 - 정보 구조와 네비게이션의 단순화
 - 브랜드 콘셉트 및 포인트 컬러 강화
 - 카드형·슬라이드형 콘텐츠와 지도 기반 인터랙션 등을 이용한 마케팅 기능 최적화
- 사용자가 쉽고 빠르게 탐색할 수 있고, 예약 및 이용할 수 있도록 리뉴얼하는 것을 목표로 함

THANK YOU



TEAM 3: 강하나, 양지은, 이가인, 이은솔