

링크를 한 곳에 모아 보여주는 작업은 단순해 보이지만, 막상 만들다 보면 두 발이 묶인다. 인스타그램 프로필 한 줄, 유튜브 설명 상자, 뉴스레터 바닥의 링크 블록, 블로그의 고정 페이지까지. 쓰임새가 넓고 반복 노출이 잦다 보니, 툴을 잘 고르면 운영 효율이 확 올라간다. 반대로 맞지 않는 선택을 하면 관리가 늘어지고, 클릭 유도도 떨어진다. 나는 브랜드 사이트, 개인 포트폴리오, 커뮤니티 안내, 내부 위키처럼 다양한 목적의 링크모음을 몇 년 동안 만들어오면서, 초기에 뭘 보고 골라야 하는지, 각 툴이 어디서 빛나는지, 어디서 한계를 드러내는지 체감해 왔다.

아래 비교와 추천은 그 경험을 바탕으로, 10분 안에 만들 수 있는 초간편 링크모음에 초점을 맞춘다. 디자인 자유도나 마케팅 자동화가 아주 세밀해야 하는 고급 랜딩 페이지는 [스포츠무료중계](#) 별도의 영역이다. 여기서는 빠른 구축, 낮은 유지 부담, 안정적인 클릭 유도에 가치가 있는 상황을 기준으로 살핀다. 키워드로 흔히 검색되는 사이트 주소모음, 링크모음 니즈를 중심으로, 주의해야 할 점과 실전 운영 팁도 곁들였다.

## 링크모음, 단순함이 성과를 만든다

링크모음은 결국 클릭을 유도하는 페이지다. 한 화면에서 사용자가 갈 곳을 고르게 만들어야 한다. 이때 성과를 가르는 요소는 의외로 기본적인데, 로딩 속도, 버튼의 대비, 링크 수의 적정선, 상단 배치 순서, 접속 기기에서의 안정성. 현장에서 보면 복잡한 구성보다, 결정 포인트가 명확한 구성이 클릭률을 끌어올린다. 예를 들어 커머스 인스타그램에서 Linktree로 만든 링크모음에 핵심 링크 4개만 두고, 첫 번째 버튼을 시즌 프로모션으로 바꿨을 때, 7일 기준 클릭률이 1.6배 오른 적이 있다. 반대로 링크가 12개를 넘어가면, 평균적으로 상위 3개를 제외한 나머지의 클릭률이 급락하는 경우가 많다. 사용자가 스크롤하지 않는다는 것을 곧잘 잊는다.

운영 편의도 중요하다. 이벤트가 바뀔 때마다 링크 순서를 올렸다 내렸다 하려면, 모바일 앱에서 바로 편집 가능해야 한다. 무료 플랜에서도 기본 분석이 보이는지, UTM 파라미터를 간단히 쓸 수 있는지, 외부 도메인을 연결할 수 있는지, 이런 실무적 요소가 의외의 시간 낭비를 줄여준다.

## 어떤 기준으로 고를까

링크모음 툴은 기능표 비교만으로는 결정을 내리기 어렵다. 실제로 쓰는 흐름에서 가치를 주는지를 따져야 한다. 나는 아래의 다섯 가지를 확인한다. 첫째, 만들기까지 몇 분이 걸리는가. 둘째, 기본 템플릿과 버튼 스타일만으로도 보기 좋은가. 셋째, 클릭 분석과 A/B 테스트 같은 측정 기능이 무료 혹은 저렴한가. 넷째, 외부 채널과의 연결성이 좋은가. 다섯째, 가격 대비 관리 피로가 낮은가. 툴을 바꾸기 어려운 이유 중 하나가 나중에 이사 비용이다. 시작할 때 적절하게 고르면 그 비용을 아낄 수 있다.

한 가지 덧붙이면 합법성 검토가 필요한 링크를 다루는 경우, 예컨대 스포츠무료중계처럼 저작권 이슈가 얽힐 수 있는 주제는 각 플랫폼의 정책과 지역 법규를 반드시 확인해야 한다. 공식 중계나 합법적 스트리밍 서비스의 링크를 모으는 것은 문제 없지만, 저작권을 침해하는 비공식 스트림으로 트래픽을 몰아주면 계정 정지나 법적 위험이 따른다. 이런 주제라면 툴 선택 이전에 정책 적합성을 먼저 본다.

## 대표 툴 한눈 비교

아래 비교는 2026년 상반기 기준의 대략적 정보다. 가격은 환율과 프로모션에 따라 변동된다. 각 툴의 플랜이 세분화되어 있어 범위를 제시한다.

| 툴 | 강점 | 가격대(USD/월) | 숙련 난이도 | 적합한 경우 || --- | --- | --- | --- | --- || Linktree | 가장 널리 쓰임, 안정적, 무료 플랜도 충분, 빠른 셋업 | 0, 5 - 9, 15+ | 매우 쉬움 | 인스타/틱톡 프로필용, 소규모 브랜드, 빠른 배포 || Beacons | 크리에이터 친화, 수익화 모듈, 미디어 임베드 강함 | 0, 10 - 20+ | 쉬움 | 유료 콘텐츠, 팬 링크모음, 디지털 굿즈 판매 || Campsite | 깔끔한 UI, 합리적 가격, 커스텀 도메인 용이 | 0, 7 - 24 | 쉬움 | 브랜드 톤 유지, 경량 링크 페이지 || Carrd | 단일 페이지 빌더, 자유도 높음, 초저가 Pro | 0, 9/년 - 49/년 | 보통 | 디자인 커스터마이징, 포트

폴리오 검용 || Notion 공개 페이지 | 문서형 구성에 강함, 팀 협업 쉬움 | 0, 8 - 15/사용자 | 보통 | 사내 주소록, 프로젝트 허브, 교육용 링크모음 || Lnk.Bio | 초간단, 한 번 결제 옵션, 최소한의 기능 | 0, 0.99 일회, 1.99+ | 매우 쉬움 | 이벤트 임시 링크, 유지 최소화 || bio.fm | 카드형 섹션, 소셜 임베드 편리 | 0, 5 - 10 | 쉬움 | 카드 기반 스토리텔링, 큐레이션 || Bento | 미니 웹사이트 감각, 감각적 레이아웃 | 0, 10 - 14+ | 보통 | 크리에이티브 포트폴리오, 브랜드 표현 강조 |

숫자만 보면 다 거기서 거기처럼 느껴지지만, 써 보면 분위기가 확 달라진다. Linktree는 군더더기 없는 버튼 열과 빠른 로딩이 강점이다. Beacons는 수익화 기능이 기본 탑재라, 디지털 파일 판매나 팁 받기가 쉽다. Carrd는 링크모음보다 한 발 더 나아가고 싶을 때, 예를 들어 배경 비디오, 섹션 분할, 폰트 조합을 섬세하게 맞추고 싶은 니즈에 어울린다. Notion은 문서형 사이트 주소모음에 독보적이다. 팀이 매주 수정해야 하는 레퍼런스 링크, 가이드를 같이 붙이고 싶다면 이만한 것이 없다.

## Linktree, 여전히 기본값이 되는 이유

인스타그램이나 틱톡에서 링크 하나만 허용할 때, 가장 먼저 떠올리는 이름이 Linktree다. 이유는 단순하다. 계정을 만들고, 버튼 몇 개 추가하고, 테마를 고르면 끝난다. 초심자도 5분이면 완성한다. 무료 플랜에서도 클릭 수는 기본으로 볼 수 있고, UTM 파라미터를 각 링크에 붙여 광고 성과 추적도 가능하다. 상단에 하이라이트 링크를 고정하는 기능이 프로 플랜에 묶여 있는 점이 아쉬울 수 있으나, 대다수 소규모 운영에는 무료나 저가 플랜으로 충분하다.

브랜드 입장에서는 커스텀 도메인이 유료라는 점, 그리고 레이아웃 자유도가 제한적이라는 점을 고려해야 한다. 그래도 링크모음의 본질인 탐색 효율과 안정성에서 점수를 준다. 나는 신제품 론칭 캠페인에 Linktree를 쓰며 순서를 하루 단위로 바꾸는 실험을 했는데, 상단 2개를 로테이션하는 것만으로도 주당 클릭의 60 - 70%가 그 둘에 집중됐다. 순서가 메시지다.

## Beacons, 크리에이터가 당장 수익을 붙이고 싶을 때

Beacons는 링크모음에 결제와 데이터 수집을 붙이기 좋은 툴이다. 디지털 굿즈 판매, 팁 받기, 이메일 캡처를 모듈처럼 엮을 수 있고, 미디어 임베드가 자연스럽다. 유튜브, 트위터, 틱톡 콘텐츠를 그대로 끌어와 보여주는 카드가 보기 좋다. 수익화가 목적이면 한 달 10 - 20달러의 가치는 금방 회수한다. 특히 크리에이터 이력서 페이지 템플릿이 잘 짜여 있어, 브랜드 협업을 노리는 사람에게 유용하다. 단점은 페이지가 무거워질 수 있다는 점이다. 이미지나 카드가 잔뜩 올라가면 로딩이 길어진다. 모바일 데이터 환경에서 이탈이 생길 수 있으니, 꼭 필요한 것만 남기고 접어두기 기능을 적극 쓰는 편이 좋다.

## Campsite, 미니멀한 브랜드 톤을 저렴하게

Campsite는 이름처럼 간결하고 쾌적하다. 로딩이 빠르고, 버튼 스타일도 브랜드 톤으로 맞추기 쉽다. 가격대가 합리적인 편이고, 커스텀 도메인 연결도 어렵지 않다. 업무용으로도 무난하다. 나는 지역 축제의 사이트 주소모음 페이지를 Campsite로 만들었는데, 행사장 지도, 주차 안내, 프로그램 표, 예매 링크를 상단에 배치하고, 아래로는 SNS 채널을 두었더니 현장에서 문의가 반으로 줄었다. 정보를 찾게 만드는 데 중요한 것은 시각적 화려함보다 서열화와 대비다. Campsite는 그 기본을 지키게 해 준다.

## Carrd, 링크모음을 넘어 작은 브랜드 사이트까지

Carrd는 링크모음 전용 툴은 아니지만, 가볍고 강력한 단일 페이지 빌더다. 무료 템플릿이 많고, Pro 플랜이 연 9달러부터라 가격 부담이 거의 없다. 배경 이미지나 비디오, 섹션과 컬럼, 커스텀 코드까지 다룰 수 있어, 링크모음과 랜딩 페이지의 경계에 있는 요구를 만족시킨다. 단, 자유도가 높은 만큼 셋업 시간이 길어질 수 있다. 초간편이 목표라면 기존 템플릿을 크게 건드리지 말고, 버튼과 섹션 이름만 바꾸는 정도로 시작하는 편이 낫다. 또한 분석 기능은 외부 스크립트를 붙여야 충분해진다. GA4나 Plausible 같은 경량 분석 도구를 연동하면 된다.

## Notion, 문서형 링크 허브의 왕도

Notion 공개 페이지는 팀이나 커뮤니티의 링크모음 허브로 꽤 유용하다. 회의록, 매뉴얼, 체크리스트 옆에 관련 링크를 표 형태로 정리하면 문맥과 함께 전달된다. 권한과 버전 관리가 쉬워, 매주 업데이트되는 주소모음에도 맞다. 다만 디자인적으로는 버튼형 링크모음에 비해 클릭 유도력이 떨어질 수 있다. 외부 대중에게는 헤더에 간단한 요약과 굵은 버튼 섹션을 위에 하나 더 얹는 것을 추천한다. Notion의 페이지 속도는 가벼운 편이나, 외부 임베드를 많이 쓰면 체감 성능이 내려간다. 텍스트와 링크를 먼저, 미디어는 최소화가 원칙이다.

## Lnk.Bio와 bio.fm, 무게를 덜고 쉽게 간다

Lnk.Bio는 이름처럼 아주 가볍다. 무료로 시작해서 일회 결제 옵션이 있다는 점도 단발 이벤트에 매력적이다. 기능은 최소한이지만, 바로 만들고 바로 배포하는 데 최적화되어 있다. Bio.fm은 카드형 레이아웃으로, 인스타그램 포스트나 유튜브 동영상을 카드 단위로 배열해 스토리처럼 전달한다. 미니 매거진 느낌이 나서, 큐레이션 계정이나 북마크 공유에 어울린다. 반면 업무용에서 톤을 엄격하게 맞추거나, 세밀한 분석이 필요하다면 다른 선택이 낫다.



## 클릭을 끌어올리는 구성 팁

링크모음의 성패는 구성에서 갈린다. 급한 마음에 링크를 잔뜩 넣는 것이 일반적 실수다. 평균 세션 시간과 클릭 분포를 보면, 첫 화면에 노출된 4 - 5개의 요소가 거의 모든 성과를 만든다. 그 안에 우선순위를 밀어 넣어야 한다. 버튼 텍스트는 목적형으로 짧게 쓴다. 예를 들어 "가을 세일 전체 보기"가 "가을 소식"보다 낫다. 시간 제한성이 있는 항목은 상단 고정으로 올리고, 기간이 지나면 과감히 내린다. 로고나 소개 텍스트도 한 줄이면 충분하다. 피드 위젯을 상단에 두는 경우가 있는데, 링크모음에서는 정보 소음이 되는 경우가 많다.

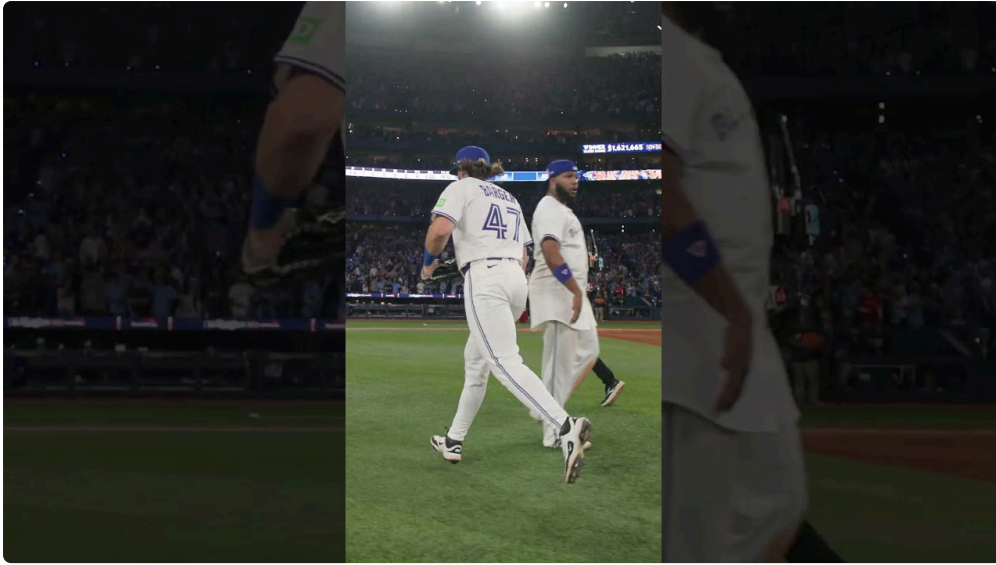
분석을 활용할 때는 UTM 파라미터가 가장 간단하면서도 강력하다. 각 버튼에 utmcampaign과 utmcontent를 붙여서 구분하면, GA4나 광고 관리자에서 어떤 구성이 전환을 이끌었는지 한눈에 보인다. 매체와 기기별 클릭 차이도 크다. 틱톡 유입은 스크롤 속도가 빨라 상단 버튼 집중도가 더 높고, 인스타그램은 두 번째나 세 번째 버튼도 일정한 클릭을 받는 편이다. 이런 경향은 계정 톤과 팔로워 규모에 따라 달라지니, 2주 간격으로 순서를 테스트해보는 루틴을 추천한다.

## 민감한 주제 다루기, 스포츠무료중계를 예로

검색 트래픽을 보면 스포츠무료중계라는 키워드로 링크모음 페이지를 찾는 사람이 많다. 여기서 유의할 점이 있다. 공식 중계나 합법적 무료 하이라이트, 방송사의 프로모션 링크를 모아 안내하는 것은 사용자에게 도움이 된다. 예를 들어 국내 포털의 공식 스포츠 섹션, 리그가 직접 제공하는 무료 하이라이트, 기간 한정 무료 개방하는 OTT 채널의 페이지를 정리해주면, 팬이 정보를 빠르게 찾을 수 있다. 다만 비공식 스트림, 저작권을 침해하는 링크를 모아두면 플랫폼 정책 위반과 법적 위험이 크다. Linktree나 Beacons 같은 툴도 이런 링크에 대해 엄격하다. 실제로 불법 스트림 유도 페이지는 내려가는 일이 잦다. 스포츠 관련 링크모음을 운영한다면, 출처 표기, 공식 여부 명시, 지역 제한 안내, 서비스 이용 약관 링크를 함께 제공하는 습관이 필요하다.

## 보안과 신뢰, 작은 디테일이 만든다

링크모음은 짧은 만남에서 신뢰를 얻어야 한다. HTTPS는 기본이고, 커스텀 도메인을 사용하는 경우 SSL 자동 발급을 지원하는지 확인한다. 링크에 추적 파라미터를 붙인다 해도, 개인정보를 수집한다면 동의 절차를 명확히 보여줘야 한다. 이메일 캡처 폼에는 스팸 방지와 목적 설명을 붙이고, 다운로드를 유도할 때는 파일 출처와 크기를 미리 알려준다. 나는 커뮤니티에서 오픈소스 도구 링크모음을 운영할 때, 외부 링크 옆에 작은 아이콘으로 출처를 표시하는 방식을 썼다. 생소한 도메인을 누르기 전 망설임이 줄어들었고, 이탈이 10% 이상 줄었다.



## 유지 비용 줄이는 운영 루틴

링크모음은 한 번 만들고 방치하기 쉬운데, 실제로는 분기마다 점검하는 편이 성과가 낫다. 깨진 링크를 잡아내는 간단한 스크립트나 SaaS를 써도 좋고, 수동으로는 상위 클릭 5개와 0클릭 항목만 보면 된다. 0클릭이 2주 연속이면 지우거나 통합한다. 시즌 캠페인을 운영한다면 캘린더에 교체 날짜를 넣는다. 이렇게 운영하면 한 달에 30분이면 충분하다. 이 시간을 아끼는 것이 결국 툴 선택의 기준이 된다. 모바일 앱에서 바로 편집이 돼야 하는 이유도 여기에 있다.

## 간단한 선택 가이드, 60초 체크리스트

- 지금 바로 10분 안에 만들어야 한다면 Linktree를 연다. 무료로 시작하고, 버튼 4 - 5개만 배치한다.
- 수익화가 목적이고, 팁이나 디지털 굿즈 판매를 붙일 거라면 Beacons가 빠르다.
- 미니멀한 디자인과 합리적 비용, 커스텀 도메인이 필요하면 Campsite가 균형이 좋다.
- 브랜드 표현을 더 하고 싶거나, 포트폴리오 겸용으로 쓰려면 Carrd를 검토한다.
- 팀 문서와 함께 사이트 주소모음을 운영해야 한다면 Notion 공개 페이지가 효율적이다.

## 특별 추천 시나리오, 실전에서 바로 쓰기

- D2C 쇼핑몰, 인스타그램 링크모음: Linktree로 상단에 이달의 프로모션, 신상품, 베스트 셀러, 고객센터 순으로 배치. 링크에 UTM을 붙이고, 프로모션 종료 시 자동 비활성화 설정.
- 크리에이터, 유료 뉴스레터와 강의 판매: Beacons에서 이메일 캡처 모듈과 결제 모듈을 활성화. 무료 맛보기 콘텐츠는 임베드 카드로 노출, 상단 3개만 공개.
- 지역 행사나 축제 안내: Campsite로 지도, 일정표, 예매, 주차 안내 버튼을 상단에. 행사 끝나면 링크를 아카이브 섹션으로 이동.
- 프리랜서 포트폴리오: Carrd로 히어로 섹션과 작업 섹션을 만들고, 문의 버튼을 선명하게. 모바일에서 첫 화면에 연락 버튼이 보이도록 배치.

- 사내 사이트 주소모음: Notion에서 부서별 링크 데이터베이스를 만들고, 가장 많이 쓰는 10개를 상단에 핀 고정. 접근 권한과 변경 이력을 관리.

## 가격, 성능, 확장성의 균형

가격은 중요하지만, 링크모음에서는 한 달 5 - 10달러 차이보다 운영 피로와 실험 속도가 더 큰 차이를 만든다. 예산이 빠듯하다면 Carrd Pro처럼 연 결제가 저렴한 옵션이 있고, Lnk.Bio의 일회 결제도 있다. 성능은 미디어 임베드를 얼마나 쓰느냐에 크게 좌우된다. 첫 화면은 텍스트와 버튼으로 가볍게, 미디어는 하단으로 내리거나 접어두기. 확장성은 외부 분석과 폼, 자동화 연결로 보완하면 된다. Zapier나 Make를 통해 새 콘텐츠가 올라오면 링크모음의 리스트를 자동 업데이트하는 식으로 루틴을 만들 수 있다. 다만 자동화는 업데이트 오작동이 발생할 수 있어, 대중에게 공개되는 페이지에는 승인 단계를 하나 두는 편이 안전하다.

## 사이트 주소모음과 링크모음, 같은 듯 다른 쓰임

사이트 주소모음은 보통 고정된 레퍼런스를 의미하고, 링크모음은 캠페인이나 SNS 프로필에 붙는 역동적인 허브를 가리키는 경우가 많다. 전자는 정보의 포괄성과 탐색 구조가 중요하고, 후자는 클릭 유도과 우선순위가 핵심이다. Notion이나 위키 기반의 사이트 주소모음은 표와 태그로 범주를 나누고, 최상위에 자주 찾는 링크 10개를 카드로 올리면 좋다. 반면 SNS 링크모음은 4 - 5개의 핵심 행동 버튼만 남기고, 나머지는 접거나 하단으로 내린다. 두 요구가 동시에 있다면, 상단에 행동 중심의 링크모음을 두고, 하단에 더 많은 링크로 이어지는 자세히 보기 페이지를 연결하는 구성이 실무에서 잘 통한다.

## 자주 묻는 질문에서 얻은 팁

링크 수는 몇 개가 적당한가. 보통 4 - 6개가 효율적이다. 8개를 넘기면 클릭이 희석된다. 테마 색상은 어떻게 고를까. 배경은 밝고 버튼은 브랜드 컬러의 진한 톤으로 대비를 준다. 폰트는 기본값을 쓰되, 대문자 남용을 피한다. 분석은 어느 수준까지 필요한가. 무료 플랜의 클릭 카운트와 UTM만으로도 충분한 의사결정을 할 수 있다. 클릭이 변환으로 이어지는지를 보려면 목적지 페이지의 분석이 더 중요하다.

## 실수 사례에서 배우기

가장 흔한 실수는 링크를 계속 쌓는 것이다. 예전 캠페인이 여전히 상단에 남아 있거나, 시즌이 지난 공지가 공간을 차지한다. 이럴 때는 분기마다 0클릭이나 1% 미만 클릭 항목을 제거한다. 또 다른 실수는 목적지 페이지의 모바일 최적화를 간과하는 것이다. 링크모음에서 클릭을 따내도, 목적지에서 이탈하면 의미가 없다. 마지막으로 커스텀 도메인을 연결해놓고 SSL 갱신이 끊겨 접속 경고가 뜨는 경우가 있다. 도메인을 연결했다면 자동 갱신과 인증서 상태를 모니터링하는 게 안전하다.

## 마치며, 빠르게 만들고, 가볍게 유지하기

초간편 링크모음은 목표가 분명하다. 사용자가 선택을 망설이지 않게 돕고, 운영자가 부담 없이 고쳐 나가게 하는 것. Linktree, Beacons, Campsite, Carrd, Notion, Lnk.Bio, bio.fm, Bento 같은 툴은 저마다의 강점을 가진다. 선택의 요령은 쓰임새를 좁히는 데 있다. SNS 프로필의 링크모음이면 로딩, 대비, 상단 3개의 운영이 전부다. 문서형 사이트 주소모음이면 검색성과 구조가 핵심이다. 스포츠무료중계처럼 민감한 주제라면 합법성과 정책 적합성부터 확인한다. 툴은 수단이다. 클릭과 신뢰, 유지의 균형을 맞추는 운영 습관이 결과를 만든다.